

**INFORME DE LA GERENCIA GENERAL
A LA JUNTA GENERAL EXTRAORDINARIA DE ACCIONISTAS DE PUBLI POINT C.A
POR EL AÑO 2015**

En mi calidad de Gerente General de la Empresa PUBLI POINT C.A., pongo en consideración de la Junta General de Accionistas el Informe de labores del año 2015, en lo que corresponde al movimiento económico y las actividades administrativas. Para efecto de este informe se incluye una revisión de los Estados Financieros del año 2015.

OBJETIVOS.- PUBLI POINT C.A., como una compañía de promoción, contratación comercialización, asesoría y administración de publicidad y espacios publicitarios, cumple de manera firme su Misión y Visión como una agencia de comunicación integral que hace realidad la visión de sus clientes, con una constante innovación, siendo reconocida por sus estrategias innovadoras.

De esa forma, se ha mantenido el cumplimiento de la normativa que rige la actividad publicitaria, laboral, tributaria y legal, siguiendo la línea de ecuanimidad y transparencia con las cuales se fundó esta compañía, y en base a las políticas de la actual Presidenta y socios accionistas.

INFORMACION SOBRE ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS.- En lo que se refiere al campo administrativo se han realizado cambios que apuntan a hacer más efectivas las labores del personal:

- Se adquirieron equipos, herramienta, programas y software que permitieron maximizar el trabajo en las diferentes áreas.
- Además, se registraron cambios en el equipo de trabajo, por la salida voluntaria de algunos funcionarios, que fueron remplazados por el actual equipo, debidamente seleccionado de acuerdo al perfil y experiencia que la compañía establece para cada posición. En relación al año 2014, el personal se incrementó de 12 a 13 personas en el 2015 fortaleciendo el área comercial, visión que se mantiene durante el presente año.
- El cumplimiento de las obligaciones con los organismos de control se efectuó de manera adecuada, con el pago de aportes patronales y personales, fondos de reserva y préstamos del personal al IESS; legalización de contratos y actas de finiquito en el Ministerio de Trabajo; y obligaciones con el Servicio de Rentas internas, manteniendo el record de cumplimiento.
- Durante el año 2015 se mantuvo la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera. Además, se inició la implementación del Sistema de Auditoría de Riesgo Laboral, tal como lo dicta la normativa del IESS y Ministerio de Relaciones Laborales, aplicando los lineamientos base como la identificación de riesgos laborales, instalación de señalética, obtención de la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de las Actividades Económicas (LUAE) y la legalización del Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional con el fin de salvaguardar la seguridad y salud del personal de la compañía.

ANÁLISIS DEL ESTADO DE SITUACIÓN.- La situación financiera de la compañía está demostrada en el respectivo Estado de Situación que se procederá a dar lectura cuenta por cuenta para su análisis.

ANÁLISIS DE ESTADO DE RESULTADOS.- De igual forma en el Estado de Resultados Integral tenemos las ventas e ingresos por un valor de \$ 2'521.821,22, y los costos y gastos por \$ 2'446.472,06 arrojando una utilidad de \$ 75.349,16.

Las ventas proyectadas y las obtenidas en el 2015 se pueden visualizar de la siguiente forma:

VENTAS PRESUPUESTADAS	3.500.000,00
VENTAS OBTENIDAS	2.521.821,22



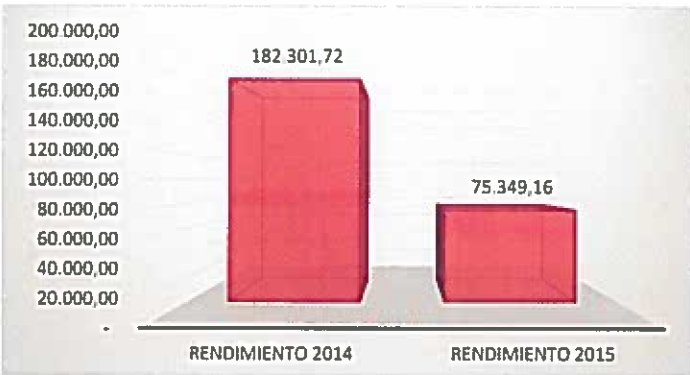
VENTAS 2014	3.112.431,00
VENTAS 2015	2.521.821,22



GASTOS 2014	2.930.129,28
GASTOS 2015	2.446.472,06

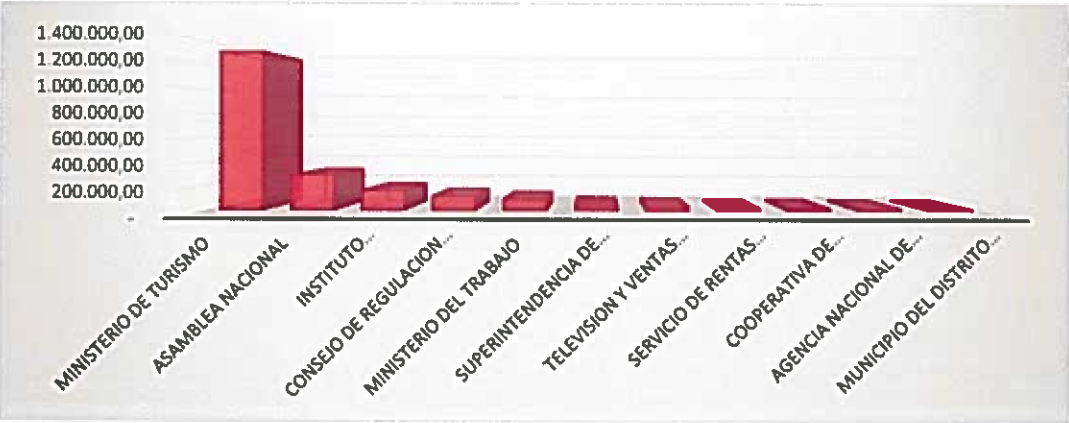


RENDIMIENTO 2014	182.301,72
RENDIMIENTO 2015	75.349,16



VENTAS POR CLIENTES

CLIENTES	VENTAS
MINISTERIO DE TURISMO	1.319.794,25
ASAMBLEA NACIONAL	298.899,28
INSTITUTO METROPOLITANO DE PATRIMONIO	168.461,79
CONSEJO DE REGULACION Y DESARROLLO DE LA INFORMACION Y COMUNICACION	124.788,40
MINISTERIO DEL TRABAJO	98.185,01
SUPERINTENDENCIA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA	46.319,47
TELEVISION Y VENTAS TELEVENT S.A	38.819,40
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS	27.206,08
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO COOPROGRESO LTDA.	24.050,00
AGENCIA NACIONAL DE REGULACION Y CONTROL DEL TRANSPORTE TERRESTRE TRANSITO	23.758,17
MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO	21.422,56
OTROS	330116,81
TOTAL	2.521.821,22



PROPUESTA SOBRE EL DESTINO DE UTILIDADES.- Sobre el destino de las utilidades del 2015 será la Junta General de Accionistas la que tome la respectiva decisión; la Gerencia General sugiere mantener los recursos generados por utilidad como dinero operativo de la compañía,

en vista de la poca liquidez que existe debido, principalmente, a las deudas que mantiene el Estado con la Compañía.

IMPACTO REGULACIONES Y ACTUAL SITUACIÓN.- En este año se deben tomar en cuenta ciertas particularidades relacionadas a la industria de la publicidad y a la situación económica del país:

- La Ley de Régimen Tributario Interno señala que serán deducibles los costos y gastos por promoción y publicidad de conformidad con las excepciones, límites, segmentación y condiciones, establecidas en el reglamento hasta un monto equivalente al 4% de sus ingresos gravados del ejercicio fiscal, generando un impacto en nuestro giro de negocio ya que la disposición limita a las compañías a presupuestar valores en relación a su ingreso para gasto de publicidad, lo que podría reflejarse en un monto menor en los servicios facturados a nuestros clientes.
- La Compañía en el mes de noviembre de 2015 dejó de pertenecer al grupo de contribuyentes especiales por disposición del Servicio de Rentas Internas, quedando en calidad de sujeto a retención del IVA lo cual resta liquidez a la compañía. El 70% del IVA retenido, frente al valor que se cancela al SRI por IVA ventas, genera un crédito por cobrar al SRI, situación que se vuelva compleja y toma su tiempo.
- La situación económica del país, que afecta a todas las industrias, ha significado un replanteamiento con la baja de los presupuestos destinados a publicidad en las empresas privadas. De igual forma en el sector público el presupuesto de publicidad se ha reducido significativamente por la disminución del Presupuesto General del Estado debido, entre otros motivos, a la caída del precio internacional del petróleo y a la contracción de la economía nacional. El reto para el presente año es contrarrestar esta situación siendo más recursivos y creativos en la presentación de propuestas publicitarias con la optimización de recursos para que dichas propuestas se vuelvan atractivas.
- De otro lado, existe en la agencia un equipo estructurado y cohesionado, y una imagen positiva de la compañía y de su trabajo frente a los clientes. Para este año que recurre se busca superar el promedio de ventas alcanzado en el período 2015.

PLAN DE VENTAS 2016

- Dentro de los puntos más relevantes que constan en el Plan de Ventas 2016 podemos mencionar:
- Recuperación de antiguos clientes con el respectivo seguimiento
- Mantenimiento de las cuentas actuales
- Networking, gestión de ventas con nuestros contactos
- Fortalecer ingresos a través del tráfico de Medios
- Generar Over Commission con los medios por montos anuales de inversión
- Participar en licitaciones de clientes privados
- Reforzar relaciones comerciales actuales
- Ofrecer productos pre enlatados para diferentes segmentos comerciales con precios accesibles
- Continuar con la promoción de nuestra Agencia con la participación en festivales nacionales e internacionales de publicidad y espacios idóneos.

RECOMENDACIONES

- Propiciar la capacitación necesaria para el personal, multiplicando al interior de la agencia la capacitación recibida por cada funcionario a manera de retorno, al igual que la creación de propuestas que incorporen los nuevos conocimientos.
- Mantener el enfoque vanguardista en cuanto a la adquisición de programas y herramientas de trabajo que permitan a la compañía brindar servicios de primera.

Atentamente,



José Luis Moya Riera
GERENTE GENERAL