

INFORME DE LA GERENCIA GENERAL A LA JUNTA GENERAL EXTRAORDINARIA DE ACCIONISTAS DE PUBLI POINT C.A POR EL AÑO 2016

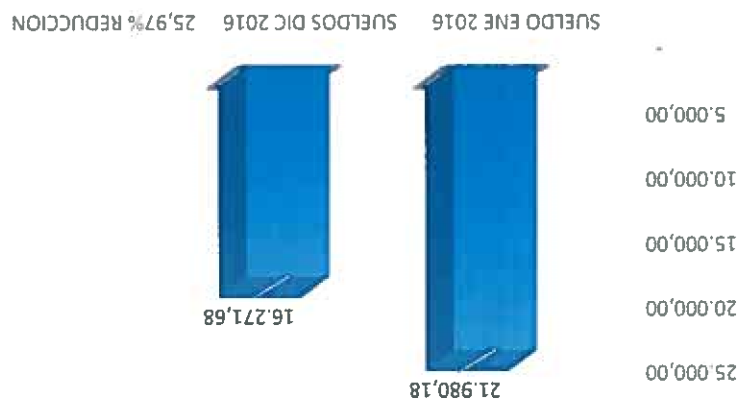
En mi calidad de Gerente General de la Empresa PUBLI POINT C.A, pongo en consideración de la Junta General de Accionistas el informe de labores del año 2016, en lo que corresponde al movimiento económico y las actividades administrativas. Para efecto de este informe se incluye una revisión de los Estados Financieros del año 2016.

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. De esa forma, se ha mantenido el cumplimiento de la normativa que rige la actividad publicitaria, laboral, tributaria y legal.

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 redistribuyeron ciertos espacios y muebles de la oficina a fin de optimizar las áreas, brindando comodidad y un mejor lugar de trabajo para nuestros colaboradores.
- Además, se registraron cambios y reducción en el personal siguiendo la sugerencia de los accionistas en la última Junta General, frente a la situación del país. Dichos cambios generaron disminución en el pago de nómina. En relación al año 2015, el personal se redujo de 13 a 9 personas en el 2016, con una reducción mensual de \$5.708,50 en el pago de nómina, es decir un 25.97%. Esto proyectado a un año significa una disminución de \$68.502,00 en gastos fijos.

REDUCCION NOMINA MAS BENEFICIOS



- El cumplimiento de las obligaciones con los organismos de control se efectuó de manera adecuada el pago de aportes patronales y personales, fondos de reserva y préstamos del personal al ICSS; legalización de contratos y actas de finiquito en el Ministerio de Trabajo; además de las obligaciones con el Servicio de Rentas internas.

- Durante el año 2016 se mantuvo la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera. Se continuó con la implementación del Sistema de Auditoría de Riesgo Laboral, tal como lo dicta la normativa del IESS y Ministerio de Relaciones Laborales, realizando el registro de la delegada en el sistema SAITE del MDT, en cumplimiento de los mandatos legales, junto a la empresa SASOTEC, se aplicó el Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional 2016 con pruebas médicas complementarias en el laboratorio Biodimed.

- Adicionalmente se cumplió con el registro de la matriz de riesgos de la compañía en el portal del Ministerio de Trabajo; se implementó el Programa de Prevención de Uso y Consumo de Alcohol y Drogas, realizando charlas sobre estas temáticas, además se obtuvo la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de las Actividades Económicas (LUA-E) 2016. De esa manera se evitó sanciones económicas y otras; además se realizó el mantenimiento de los equipos portátiles contra incendio, charla sobre uso de extintores y clases de incendios, y el mantenimiento de los equipos tecnológicos así como el backup de la información de la compañía. Se creó además una biblioteca virtual que contiene toda información de campañas desarrolladas para nuestros distintos clientes.

- Se mantiene vigente el uso de formatos para generar un control eficiente en la relación con nuestros clientes y proveedores:

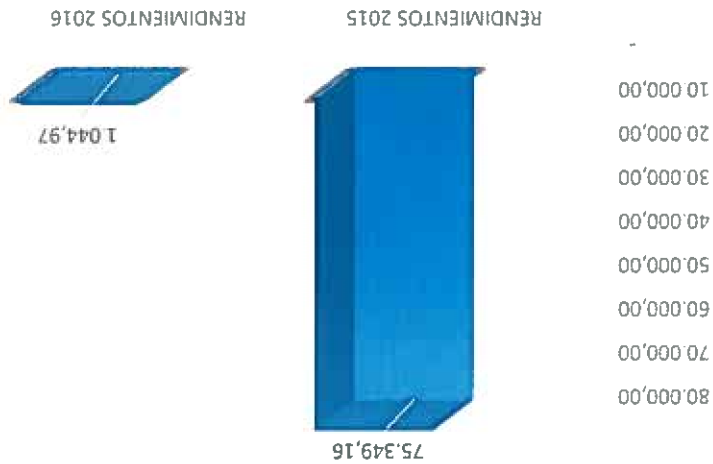
- 1.- CARTA DE PRESENTACION
- 2.- REEL DE PRESENTACIÓN DE LA AGENCIA
- 3.- FORMATO BRIEF DE CAMPAÑA
- 4.- MANUAL USO DE MARCAS PUBLIPPOINT
- 5.- FORMATO DE COTIZACION CON LA DEBIDA CODIFICACIÓN
- 6.- FORMATO DE PROPUESTA A CLIENTE
- 7.- ORDEN SERVICIO CLIENTES
- 8.- ORDEN DE TRABAJO PROVEEDOR
- 9.- CONTRATO CON PROVEEDORES
- 10.- OP
- 11.- ORDEN DE FACTURACION
- 12.- NOTA DE ENTREGA
- 13.- TRAFICO – CLIENTES PUBLICOS
- 14.- TRAFICO – CLIENTES PRIVADOS
- 15.- REPORTE GESTIÓN DE VENTAS
- 16.- PROPUESTA CAMPAÑAS CLIENTES

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 \$ 1'763.042,33, y los costos y gastos por \$ 1'761.997,36 arrojando una utilidad de \$ 1.044,97.

Las ventas proyectadas y las obtenidas en el 2016 se pueden visualizar de la siguiente forma:

RELACIÓN DE RENDIMIENTO 2015-2016



PROPUESTA SOBRE EL DESTINO DE UTILIDADES.- Sobre el destino de las utilidades del 2016 será la Junta General de Accionistas la que tome la respectiva decisión.

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

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. El reto para el presente año es contrarrestar esta situación siendo más recursivos y creativos en la gestión de ventas, acompañados de una política de reducción de gastos.

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. En el presente año iniciaremos el trámite para Devolución del IVA por Retenciones por un valor estimado de \$85,351.24.

ESTRATEGIAS DEL PLAN DE VENTAS 2017

- Generación de matrices para gestión y prospección de ventas
- Captación de personal Freelance por comisión de ventas
- Desarrollo de taller de ventas y medios digitales al personal
- Dotación de bases de datos de inversión publicitaria por tipo de industria
- Seguimiento mensual del plan comercial con porcentajes de metas cumplidas
- Captación de cuentas con fee mensual
- Seguimiento a planes publicitarios de instituciones públicas

- Desarrollo de talleres dentro de la agencia para directivos de áreas de publicidad
- Inclusión de servicios con más rentabilidad (creatividad, marketing digital)
- Manejo contable mediante centro de costos
- Mantenimiento de formatos que garanticen formalidad en los procesos
- Gestión para participar en planes de promoción turística de provincias
- Política de ahorro de recursos

RECOMENDACIONES

- Generar controles periódicos en la gestión de ventas, identificando nuevas oportunidades de negocios
- Mantener una postura cautelosa en cuanto a gastos
- Continuar con una posición firme de posicionamiento de la compañía en el mercado
- Fortalecer las acciones de negociación para obtener mayor rentabilidad por proyecto

Atentamente,



José Luis Moya Riera
GERENTE GENERAL