

INFORME DE LA GERENCIA GENERAL A LA JUNTA GENERAL ORDINARIA Y UNIVERSAL DE ACCIONISTAS DE PUBLI POINT C.A. POR EL AÑO 2018

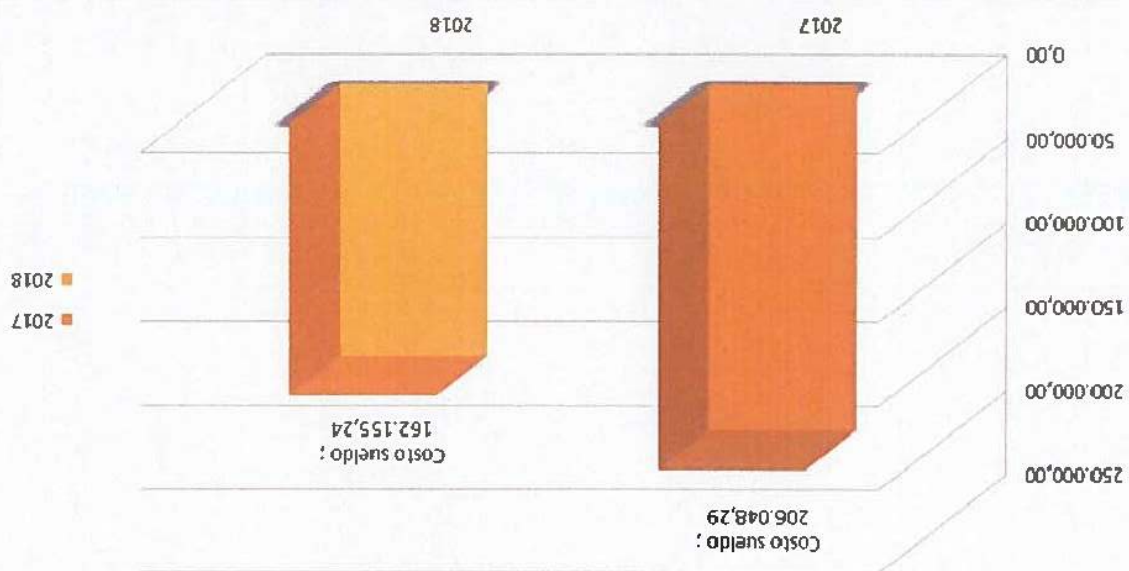
En mi calidad de Gerente General de la Empresa PUBLI POINT C.A., pongo en consideración de la Junta General de Accionistas el Informe de labores del año 2018, en lo que corresponde al ejercicio económico y las actividades administrativas del año 2018. Cabe indicar que ejerzo la Gerencia General de PubliPoint C.A. desde el 18 de octubre 2018.

OBJETIVOS.- PUBLI POINT C.A., como una compañía de promoción, contratación, comercialización, asesoría y administración de publicidad y espacios publicitarios, cumple con 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.

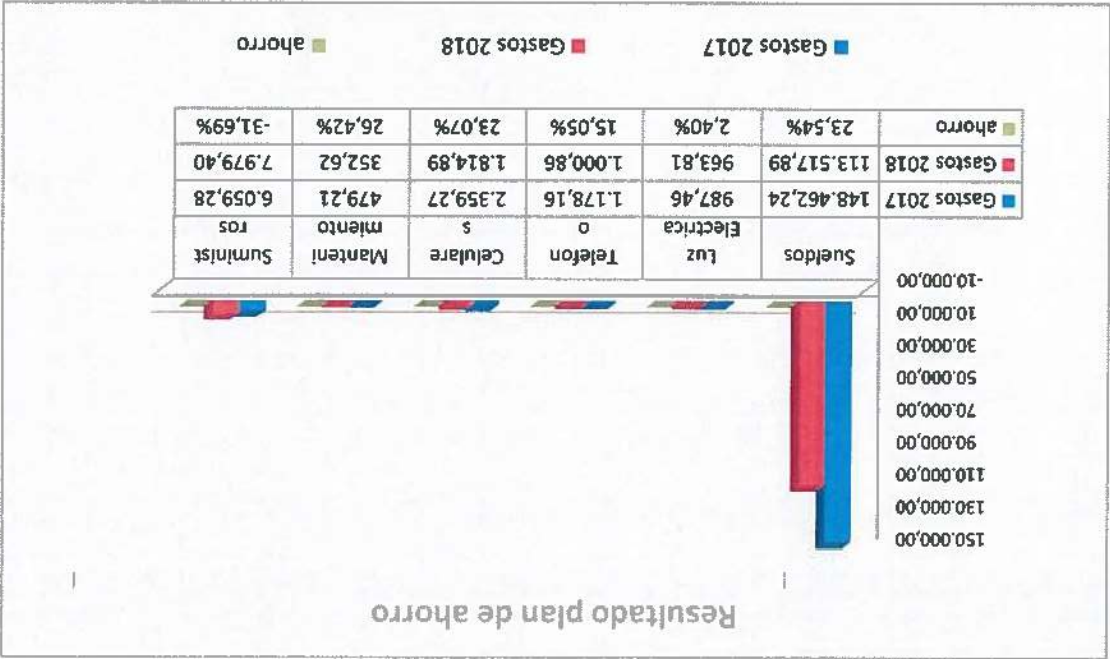
INFORMACIÓN SOBRE ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS.- En lo que se refiere al campo administrativo se han realizado cambios que apuntan a hacer más efectivas las labores del personal:

- Se registraron cambios y reducción en el personal siendo consecuentes con la situación país. En relación al año 2017, el personal se redujo a 6 personas en nómina, en el 2018, con una reducción anual cercana a los \$43.000 en los gastos de nómina, incluidos todos los beneficios sociales, es decir un 21% de disminución en gastos fijos. En la actualidad se mantienen en nómina 6 personas y dos por prestación de servicios.

Reducción en Gastos y Costos de Sueldos



Se ha continuado con la política de reducción de gastos implementada desde el año 2017, que incluyó el uso mesurado de recursos eléctricos, telefónicos e insumos.



- Se obtuvo un ahorro sustancial en cada uno de los rubros de gastos de la oficina comparado al 2017, en cuanto al rubro de suministros se vio la necesidad de realizar la compra de varios repuestos para el buen funcionamiento de la maquina copiadora impresora.

- 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 IESS; legalización de contratos y actas de finiquito en el Ministerio de Trabajo; además de las obligaciones con el Servicio de Rentas Internas.
- Durante el 2018 se ha mantenido el contrato de prestación de servicios de asesoría contable y tributaria externa, con la compañía Intelligent Management Corporación, empresa que se encarga de realizar el manejo contable, tributario y de relación con las instituciones de control. Al interior de Publi Point se mantiene la contratación de un asistente contable-administrativo, encargado de la operatividad del área.

- Asimismo, se contrató los servicios de la empresa auditora externa ADEMA Consultores, para el cumplimiento del examen de los estados financieros de PUBLI POINT C.A., año 2018, mediante el estudio y evaluación del sistema de control interno contable y tributario de la empresa. Con ello se cumplió con las Normas Internacionales de Auditoría y con lo establecido por la Superintendencia de Compañías. Los balances y estado de resultados de 2018 que presentamos en esta Junta fueron revisados por la empresa auditoría externa.

- Con fecha 8 de agosto de 2018 la administración anterior realiza la respectiva solicitud al SRI para la devolución por concepto de retenciones en la fuente del impuesto al Valor Agregado por un valor de Usd. 102.122,83 referentes a los meses de enero hasta diciembre 2017. En atención a la solicitud descrita, el SRI resolvió reconocer la cantidad de \$USD 68.975,92.

- Se realizó la actualización del reel de presentación de los servicios de la compañía y se mantiene vigente el uso de formatos para generar un control eficiente en la relación con nuestros clientes y proveedores:

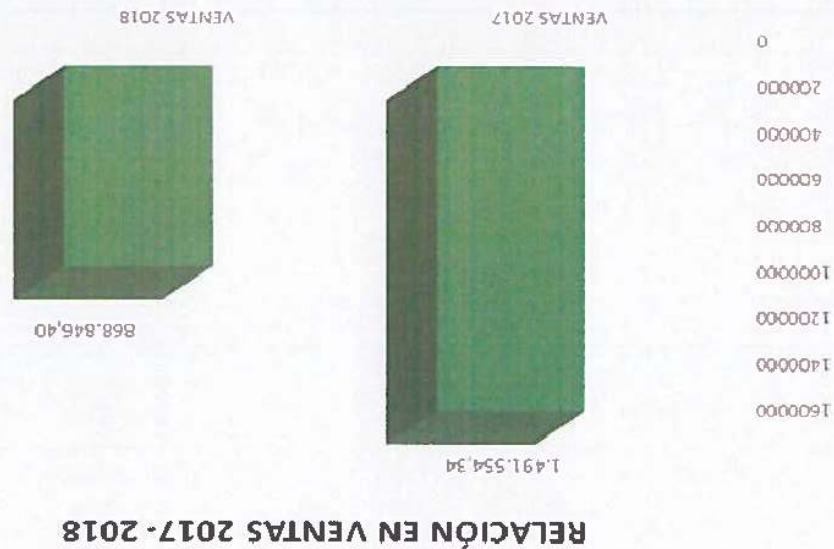
CARTA Y REEL DE PRESENTACIÓN DE LA AGENCIA, FORMATOS DE BRIEF Y PROPUESTAS DE CAMPAÑAS A CLIENTES, DE COTIZACIONES CON LA DEBIDA CODIFICACIÓN, FORMATO DE PROPUESTA A CLIENTE, Y MANUAL DE USO DE MARCAS PUBLIPPOINT, ORDENES DE SERVICIO CLIENTES, DE TRABAJOS A PROVEEDORES, DE FACTURACIÓN, DE PRODUCCIÓN, NOTAS DE ENTREGA, TRAFICO DE CLIENTES PUBLICOS Y PRIVADOS, CONTRATO CON PROVEEDORES Y CLIENTES.

- En los meses de octubre a diciembre se depuró la base de datos de clientes públicos y privados con el fin de obtener mejores y más rápidos resultados. En cuanto a las instituciones públicas nos encontramos con un personal renovado, con base a la administración del nuevo gobierno, por lo que se debió realizar una investigación de estos nuevos contactos. Sin embargo, es importante mencionar que existe una alta y permanente rotación en la función pública.

- De igual manera se revisó y depuró la base de datos de proveedores para activaciones, impresiones, relaciones públicas, investigación de mercados, productoras, estudios grabación, fotógrafos, community manager, agencias digitales, etc. con el fin de tener mejores precios y plazos de pago, por ende un mejor margen.

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 \$ 868,846,40 y los costos y gastos por \$ 875,261 arrojando \$2,038,31 .



RELACION EN GASTOS 2017- 2018



PROPUESTA SOBRE EL DESTINO DE UTILIDADES.- Sobre el destino de las utilidades del 2018 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:

Con el gobierno actual, el 2018 generó un clima inquietante en la economía de las empresas privadas y aún más en las instituciones del Estado. El gobierno continuó con medidas de austeridad las cuales no solo afectan el bajo presupuesto para publicidad sino también ahora incluyen vetar los procesos de Régimen Especial y sacar todos los procesos de compras públicas a través de Subastas Inversas. Con este mecanismo pueden ser invitadas a participar aproximadamente 20.000 empresas dedicadas a nuestro rubro y solo gana la que en la puja oferta su menor valor como oferente.

Sin embargo, existen algunas entidades públicas aun que apuestan por el Régimen Especial y que solicitan expresamente que los procesos de Comunicación Social sean tratados bajo este régimen, a esas entidades nos encontramos atacando.

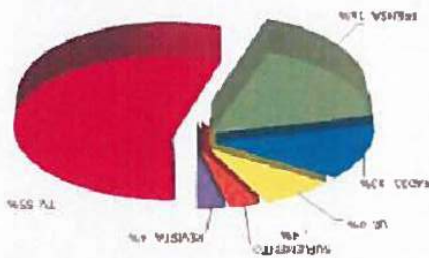
Por estos motivos, la intención de búsqueda de nuevos clientes en el sector privado es una realidad.

A continuación un detalle de la proyección que se tuvo para el 2018 vs. 2017 entregados por la empresa Info Media:

PROYECCION DE INVERSION PUBLICITARIA 2018 VS 2017

Grupo de Medios	Acumulado 2017		Acumulado 2018		VARIACION 2018 VS 2017
	Inv. Est	%	Inv. Est	%	
TODOS	275,701,326	100.0%	267,782,951	100.0%	-2.9%
TV	153,282,647	55.6%	146,792,425	54.8%	-4.2%
PRENSA	40,956,214	14.9%	43,962,254	16.4%	7.3%
RADIO	39,132,319	14.2%	34,934,454	13.0%	-10.7%
VP	23,595,877	8.6%	22,597,526	8.4%	-4.2%
SUPLEMENTO	8,552,627	3.1%	9,910,049	3.7%	15.9%
REVISTA	10,181,644	3.7%	9,586,243	3.6%	-5.8%

ENERO A DICIEMBRE 2018

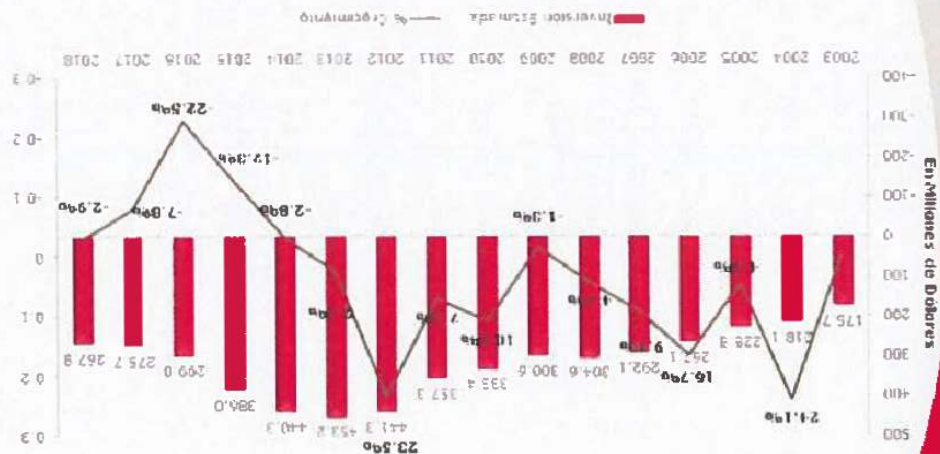


Inversión Estimada con Descuento de Mercado

- Estimamos que durante el año 2018 la inversión publicitaria en la industria decreció un 2.9%.
- Televisión decreció un 4.2%, mostrando una pérdida en su participación del 55.6% al 54.8%.
- Prensa creció el 7.3% su inversión publicitaria, incrementando su participación del 14.9% al 16.4%.

INFOMEDIA

EVOLUCION DEL TAMAÑO DEL MERCADO PUBLICITARIO POR AÑOS



INFOMEDIA

Las agencias de publicidad que nos seguimos manteniendo cada vez son las que se reinventan y aprenden de las experiencias del pasado, abriéndose a un mercado absolutamente competitivo, moderno, con precios bajos, con empresas jóvenes que hacen el trabajo de una agencia integral como la nuestra pero con precios de principiantes. Como ejemplo: Netlife participamos en octubre 2018 nuestro fee mensual propuesto según la cantidad de trabajo, según hora hombre y gastos administrativos, el valor presentado fue de \$4500, mientras que la agencia tradicional que ganó (Optimus) su valor presentado de fee mensual fue de \$2800.

RECOMENDACIONES

- Aprovechar nuestro recurso humano (vídeos cortos inhouse, animaciones, fotografía) la potencialidad de PubliPoint se encuentra ahí.
- Crear paquetes de creatividad junto con community manager y vídeos inhouse, para negocios pequeños, negocios medianos y negocios más grandes.
- Buscar varios clientes privados con fee mensual, para un ingreso cierto para pagos administrativos mensuales.
- Abrirnos al campo de eventos corporativos, si bien es cierto, clientes grandes ya trabajan con agencias, sin embargo, podemos entrar a ser sus proveedores de eventos como primer paso y luego licitar cuando ya sea el momento para agencia integral.
- Control de gestión y seguimientos de ventas
- Visitas semanales clientes privados y entidades públicas
- Mantenimiento de formatos contractuales que garanticen formalidad en los procesos
- Mantenimiento de Freelance por comisión de ventas
- Dotación de bases de datos de inversión publicitaria por tipo de industria
- Inclusión de servicios con más rentabilidad (creatividad, marketing digital)
- Mantenimiento de negociaciones rentables con proveedores y mejores precios a cliente
- Mantener política de ahorro y evaluación resultados

Atentamente,

Maria Dolores Mosquera Aliaga
GERENTE GENERAL