

INFORME DE GERENCIA PROMOS LATINOAMERICA ECUADOR S.A.

En mi calidad de Gerente General de PROMOS LATINOAMERICA ECUADOR S.A., en cumplimiento a los estatutos de la Compañía, y en concordancia con la resolución 92.1.4.3.0013 de la Superintendencia de Compañías, me permito poner en su consideración el informe económico del año 2007.

1. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

La compañía mantiene como sus objetivos únicos la elaboración de estrategias de Mercadeo de Respuesta para sus clientes, así como el diseño, creatividad e implementación de las acciones respectivas. Entre éstas se cuentan campañas Promocionales, Activaciones de Marca, Patrocinios, Trade Marketing, entre otras.

En un mercado altamente competitivo como lo es el sector publicitario y de servicios de Mercadeo en el Ecuador, la empresa mantiene su posicionamiento para enfrentar la creciente competencia.

Se mantienen los clientes incorporados a nuestra cartera desde el año anterior, debiendo mencionarse la llegada de una nueva cuenta internacional.

2. CUMPLIMIENTO DE DISPOSICIONES DE DIRECTORIO Y JUNTA GENERAL

Se ha dado fiel cumplimiento a las disposiciones que se han adoptado en las Juntas de Generales de Accionistas, han contado con el apoyo y asesoría de los abogados de la compañía.

Entre las decisiones adoptadas conviene destacar la aceptación en el mes de Noviembre del traspaso de acciones y el retiro de la sociedad por parte de los accionistas colombianos, poseedores del 28% del paquete accionario.

3. SITUACION FINANCIERA

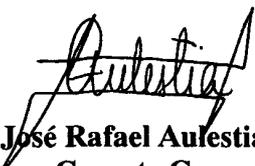
La situación financiera de la compañía en el año 2007 fue aceptable en sus resultados y en sus principales indicadores. La relación activo corriente – pasivo corriente es superior a 1, lo cual nos permite cumplir con las obligaciones correspondientes.

Con respecto a los resultados obtenidos en el año 2007, los ingresos fueron de US\$ 399.410,59, mientras que los costos y gastos ascendieron a US\$ 232.516,15, dejando una utilidad bruta del ejercicio de US\$ 166.894,44. La utilidad se redujo como consecuencia de los gastos derivados de la financiación de las operaciones necesarias para atender las necesidades de las actividades de correo directo de los clientes de la marca Rapp Collins, representada en Ecuador por PROMOS.

La utilidad neta al disminuir dichos gastos y los costos directos e indirectos de la operación así como los correspondientes impuestos y deducciones, es de US\$2348.04.

Con la terminación de la representación de la marca en mención, en Julio 2007, se ha optimizado algunos costos, entre ellos algunos gastos de oficina y el costo de la plantilla reduciendo las posiciones no necesarias, pero manteniendo y haciendo énfasis en los departamentos de Cuentas e Implementación, básicos para contar con una atención adecuada y eficaz a nuestros clientes.

Quito, Marzo 28 del 2008


Ing. José Rafael Aulestia Valencia
Gerente General