

INFORME DE GESTIÓN DEL AÑO 2016
GERENCIA GENERAL: DAVID REINBERG SALA

Sres.:
JUNTA DE ACCIONISTAS
CREACTIVA PUBLICIDAD BTLADVERT CIA LTDA.
QUITO

Apreciados socios, dando cumplimiento a los estatutos de la compañía y de conformidad con las normas legales vigentes, presento a la junta de accionistas el informe de Gestión en donde se describen las actividades mas relevantes ejecutadas en el año 2017.

Cómo es de su conocimiento, en el presente año lastimosamente se han perdido importantes cuentas en el sector privado, sector en el que progresivamente vamos perdiendo terreno. Se han hecho esfuerzos por mantener cuentas privadas, pero lastimosamente el no tener un medio de comunicación de nuestra propiedad no va dejando por fuera con empresas competidoras, quienes además de distribuir medios de similares características a los que distribuimos actualmente, tienen medios propios con los que logran un mejor posicionamiento.

La caída de presupuestos de nuestros actuales clientes como por ejemplo Nestlé, es el principal factor por el cual ha decaído la facturación, ya sea por pérdida del cliente o por disminución en los montos de inversión de sus contratos actuales o los que se debieron renovar.

El cambio de agencia del Cliente Nestlé es un factor que genera incertidumbre, se tenía un excelente posicionamiento con la agencia saliente. Hemos sentido que la nueva agencia está empezando a observar los contratos de aeropuertos y tratando de desviar esa inversión a otros medios, quizá por estrategia o quizá por negociaciones de grupos o empresas afines. Esto determinó que la renovación de espacios en la ciudad de Guayaquil no fuera considerada.

Por otro lado, fue importante el crecimiento en facturación con el IESS con quien se logró cerrar un importante contrato de pauta en medios entre otros servicios de creatividad lo que permitió que los niveles de facturación se mantengan similares en consideración al año 2015. Sin embargo de esto es importante considerar que en la empresa pública los contratos no suelen ser regulares por lo que en el 2017 se debe desarrollar una estrategia que permita levantar las ventas en el sector privado.

Definitivamente el servicio de BTL ha perdido fuerza y de alguna manera estamos fuera de mercado, se han realizado cotizaciones en varias ocasiones pero los resultados han sido mínimos.

El único evento - activación BTL que mantenemos de manera periódica y que este año no fue la excepción, es el del evento de la Carpa VIP de Marathon Sports,