

## INFORME DE LOS ADMINISTRADORES A LOS SEÑORES ACCIONISTAS DE OFFSETEC S.A. POR EL EJERCICIO ECONÓMICO DEL AÑO 2019

Señores Accionistas:

De acuerdo a lo establecido en los estatutos de la Empresa y la normativa de la República de Ecuador, presentamos el informe relacionado con el entorno empresarial en el cual se realizaron nuestras actividades, las gestiones desarrolladas y el resultado financiero de OFFSETEC S.A., correspondiente al ejercicio económico del año 2019.

### I. SITUACIÓN DEL NEGOCIO

Offsetec es una sociedad cuyo modelo de negocio estuvo sustentado – por más de treinta años – únicamente en el papel (publicidad física/impresa). Al amparo de este modelo, Offsetec posicionó su producto estrella: el directorio telefónico. Simultáneamente, se consolidó como uno de los pocos agentes en el mercado prestadores de publicidad impresa.

Ulteriormente, los cambios acelerados y radicales de la dinámica social de un mundo globalizado, crearon dos hitos históricos: la tercera y cuarta revolución industrial. Tales fenómenos se basaron, principalmente, a la irrupción de la tecnología y la consecuente digitalización de la economía.

Las circunstancias en mención provocaron una encrucijada para Offsetec, quien quedó entre dos escenarios principales. El primero, consistía en prestar cada vez menos servicios de publicidad impresa hasta ser inviable su operación. El segundo, suponía tomar la arriesgada decisión de converger su portafolio de servicios para transitar a la publicidad digital. De esta forma estaría a tono con las tendencias del mercado, aunque ya no

sería el único agente relevante dentro de este. Allende, implicaba la gestión de nuevas y más complejas internalidades y externalidades negativas, desde la perspectiva económica.

La disyuntiva en la que se encontró Offsetec, llevó a que se inclinara por la segunda alternativa. Esta opción, aunque más incierta y riesgosa, era la única que le permitía mantenerse como una empresa económicamente viable. El resultado de la anterior decisión, es el que mantiene vigente a Offsetec en el mercado ecuatoriano, a diferencia de otros agentes que tenían un negocio de publicidad basado en el papel. Estos decidieron o, en el peor de los casos, tuvieron que dejar de competir, porque la decadencia estaba vaticinada. En estas condiciones, las ventajas competitivas no eran inexhaustibles y, por el contrario, tendían a desaparecer.

Desde hace ya más de un lustro, Offsetec recorre el itinerario de la conversión de su portafolio impreso a digital. Este período de transición no ha sido fácil, pero con esfuerzo y ahínco pretende culminarlo.

## II. ENTORNO EMPRESARIAL

La economía de Ecuador sufrió un decrecimiento del 0,1% durante el 2019 frente al 1,0% de crecimiento que registro el año anterior. La paralización que tuvo el País entre el 3 y 14 de octubre produjo pérdida de USD 700 millones y daños por UDS 120 millones. El gasto fiscal tuvo una reducción del 2,3%, principalmente por el recorte en el gasto corriente asociado al Decreto Presidencial de Normas de Optimización y Austeridad del Gasto Público. La inversión Real de capital registró una caída del 3,1% en 2019, como resultado de una disminución en la inversión pública que no es compensada por el sector privado.

Las exportaciones muestran un crecimiento positivo y significativo de 4,7% en 2019 comparado con 2018.

También contribuyeron a estas cifras un escenario externo con mayor volatilidad financiera y aumentos de tasas por parte de la Reserva Federal de los Estados Unidos. Esto ocurrió en buena medida como efecto de la consolidación fiscal en curso, que se tradujo en una disminución del gasto público en capital hasta lograr una reducción del 2,3% del gasto total del sector público no financiero, un contexto internacional adverso, con mayor volatilidad financiera y aumentos de tasas por parte de la Reserva Federal de los Estados Unidos, un riesgo país que aumento casi 200 puntos a partir de marzo y un tipo de cambio real que no logró depreciarse, entre otras razones<sup>1</sup>.

### III. SÍNTESIS DE LA SITUACIÓN FINANCIERA

#### I. DEL ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

La Compañía está obligada a presentar sus estados financieros de acuerdo con NIIF a partir del 1 enero del 2011.

Los estados financieros presentados a continuación de este informe son comparables con relación al año 2019.

- **Ingresos**

Los ingresos en el año 2019 ascienden la suma de US\$ 2,895 mil, 16% superior al año pasado. Dicho resultado se explica, en parte por el reconocimiento de los ingresos de ventas provenientes de la comercialización de la Guía Telefónica de Quito de año 2018, la cual

---

<sup>1</sup> Los datos precedentes tienen como base: "Datos Económicos del Banco Central del Ecuador. Datos de empleo y desempleo del INEC, y los comentarios de CEPAL (Comisión económica para América Latina y el Caribe) al 31 de Diciembre de 2019.

por razones ajenas a la voluntad de la empresa sólo pudo reconocer hasta 2019.

- **Costo de producción**

El costo de producción sumó \$ 1.606 mil y representó el 55.47% de los ingresos.

- **Gastos operacionales**

Este rubro representa el 48.26% de los ingresos.

- **Utilidad y/o pérdida operacional**

Resultado de lo anterior, la utilidad operacional asciende a US\$ 175 mil de los ingresos totales.

- **Gastos Financieros**

Corresponden principalmente a los intereses pagados para la financiación de capital de operación.

- **Utilidad del Ejercicio**

La utilidad del ejercicio 2019 después de impuestos es de US\$ 175 mil representa el 6% de los ingresos.

## II. BALANCE GENERAL

- **Disponibilidades**

El total del activo corriente asciende a la suma de US\$ 982 mil y representa el 70,11% de la estructura total de activos, siendo la partida más representativa la cartera de clientes por US\$ 687 mil, que representa el 49,10% de los activos totales.

- **Activos Fijos**

Los activos fijos netos al cierre del ejercicio 2019, alcanzan la suma de US\$ 45 mil, y representan el 3% de los activos totales.

- **Total de Activos**

Al 31 de diciembre de 2019, el total de los activos de la compañía asciende a la suma de US\$ 1,401 mil.

- **Pasivos**

Al cierre del ejercicio económico 2019, el total de pasivos de la empresa es de US\$ 1,196 mil, que representa el 85,44% de la inversión total.

- **Patrimonio**

El total del patrimonio de los accionistas, aplicadas las NIIF, al 31 de diciembre de 2019, alcanza la suma de US\$ 204 mil, que representa el -14,56% del financiamiento requerido para la operación total del negocio.

#### **IV. ACTIVIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN**

##### **1. AJUSTE ESTRUCTURA**

En vista de los antecedentes expuestos, con una desaceleración de la economía y una baja inflación, el mercado publicitario también se vio directa y negativamente afectado, generando un impacto en los resultados comerciales de Offsetec. Por tanto, la Administración se ha visto en la necesidad de realizar un ajuste de su estructura comercial para adecuarla a nuestro mercado. Estas decisiones determinaron que el plantel de vendedores se redujera a 14 asesores comerciales y dos Jefes de ventas, con respecto a los dos años anteriores.

Todas las salidas se hicieron sobre la base del respeto de la normativa laboral, respetando los derechos de los colaboradores. Así las cosas, es pertinente anotar que este proceso de reducción no ha determinado la concreción de contingencias laborales.

##### **2. DATOS COMERCIALES**

Las acciones en el área comercial en el 2019 estuvieron enfocadas en desacelerar la caída del producto impreso. Por ello se concentraron en realizar ofertas empaquetadas con los productos del portafolio actual del editorial, el resultado del 2019 es del 30% de caída del valor y del 22% de clientes, según el estimado que marca la tendencia desde el 2017 que es de un 37% se consiguió un freno al 30%.

Las ventas dedicadas al producto digital se dirigieron a estrategias de retención, como por ejemplo la especialización de los equipos en donde el 50% de la fuerza comercial se enfocó en captación de clientes y el 50% en retención de clientes. También ofertamos planes diferentes para cada canal. Así, en el canal de retención se gestionó la reconversión de productos, es decir, que para aquellos clientes que solo tenían producto editorial se presentaron planes con productos digitales. Los resultados del 2019 para el producto digital tienen como efecto una caída del 7% en el valor y 20% en clientes en relación al 2018 donde crecimos 10% en clientes.

La formación comercial se definió como factor principal en el 2019 debido a que en relación al 2018 donde la fuerza comercial era de 20 ejecutivos, en el 2018 fueron 15 ejecutivos, y en el 2019 fueron 14 ejecutivos, se formó en la especialización de productos propios y de alianzas con el objetivo de solventar los requerimientos de clientes, así como los procesos implementados para la gestión comercial.

### 3. Relación CNT

En cumplimiento del acuerdo comercial vigente CN-0088-2014, se culminó la comercialización, edición y distribución de la edición 2019, la misma que tuvo las siguientes características:

- Participación del 12,00% para CNT en función de los resultados de ventas obtenidos y consiguiente aplicación de la cláusula 8.1 del acuerdo comercial.
- La edición de la Guía de Quito y Provincias de 2018 se entregó en el mes de junio del 2019.

- En el mes de mayo de 2019 se firmó una nueva adenda modificatoria CN-GALC-022-2019 al acuerdo comercial No. CC-0088-2014 que corresponde a la edición 2019,2020 y 2021.

De lo acordado en el año anterior con CNT, la facturación de productos digitales se ha incrementado convirtiéndose en un aliado estratégico en el recaudo de este producto.

#### 4. Cambio de marca

La administración efectuó varios análisis orientados a examinar la importancia de reforzar su presencia e imagen en el mercado ecuatoriano –que ya alcanza treinta años continuos de operaciones–. En desarrollo de esos análisis, la compañía decidió que la mejor opción para canalizar esta iniciativa es hacerlo mediante el posicionamiento y uso de la marca Gurú®.

La marca Gurú® es un signo distintivo propiedad de la organización Publicar & Gurú de la cual hace parte Offsetec. El mismo está registrado en más de once países, entre los que se destacan Ecuador, Colombia, Panamá, Argentina, Nicaragua, Chile, El Salvador, Perú y Guatemala.

Por ello, desde noviembre próximo Offsetec lanzó su nueva imagen corporativa con el respaldo de la marca Guru®, sin cambiar su denominación social, la cual se mantiene intacta.

Con el cambio de marca (*rebranding*) antes referido, la Compañía busca alinear la visión de Offsetec de ser uno de los principales agentes del segmento publicitario, especialmente el digital. A su vez, pretende renovar la imagen corporativa para mejorar su presencia en el mercado – caracterizado por el predominio de relaciones de consumo digitales que cambian con gran velocidad –.

## V. EVENTOS ACAECIDOS DESPUÉS DEL CIERRE DE EJERCICIO

Resulta importante señalar que para el momento en que se presenta este informe, se vive un anquilosamiento de ciertos sectores económicos y una crisis de salubridad derivada de la pandemia de la COVID-19. Esta emergencia ha pululado la contracción y la desaceleración notable y estrepitosa de la economía ecuatoriana – que amenaza con una inmediata recesión sin antecedentes recientes –.

Un evento de tal magnitud, ha puesto a Offsetec en una situación financiera crítica. Ello, porque la comercialización del portafolio de productos y servicios de Offsetec se viene deteriorando. Esta circunstancia conlleva una disminución adicional y extraordinaria de sus ventas y el recaudo de estas a niveles sin precedentes, por cuanto en tiempos de emergencia los clientes de la Compañía no invierten en publicidad, a la vez que excusan el pago de lo adeudado, señalando que la racionalidad económica en tiempos de crisis recomienda limitar el gasto o no incurrir en él. Por ende, Offsetec ha llegado a un 40% de incobrabilidad en estos 2 últimos meses

Todos estos aspectos inexorablemente han menoscabado la caja de la Compañía, al punto que le impiden atender con normalidad sus obligaciones dada la anormalidad, externalidad, imprevisibilidad e irresistibilidad de lo acaecido, sin que sea posible determinar – a nivel empresarial ni estatal – los alcances de la pandemia ni la forma de controlarla o desaparecerla.

El panorama en mención sin una reactivación económica pronta, le impone a Offsetec la evaluación y adopción de medidas. Por ello, está tomando las decisiones razonablemente a su alcance y necesarias para seguir como empresa financieramente viable. La estrategia general es hacer principal foco en la caja (flujo de fondos) con acciones que retrasen el deterioro financiero de la empresa, hasta poder afrontar la crisis

generada por la COVID-19. Algunas de las acciones que se están ejecutando son:

- Acuerdo con proveedores para diferir plazos de pago.
- Planes comerciales que permitan retener clientes y aplanar la caída de ventas.
- Gestión de cobros a clientes para reducir posibles caídas de la cobranza.
- Solicitud de préstamos financieros que puedan estar disponibles.
- Disminución de gastos.

Aunado a lo anterior, se suma el impacto en la caja que Offsetec ha tenido por cuenta de no recibir oportunamente los dineros recaudados por la CNT, desde el mes de enero de 2020 a la fecha. Esta circunstancia se ha agravado por la alteración en el funcionamiento de dicha entidad por cuenta de la pandemia de la covid-19.

Al respecto, es oportuno mencionar que más del noventa por ciento (90%) de las ventas perfeccionadas por Offsetec, son cobradas a través de las facturas de telefonía fija operadas por la CNT, quien traslada a Offsetec las sumas recaudadas. Empero, por internalidades de la Corporación y ahora por cuenta del anquilosamiento de sus operaciones por la emergencia sanitaria, tal empresa pública no ha transferido el recaudo de las ventas de Offsetec de los últimos cuatro meses, lo que nos ha impedido contar con la liquidez para satisfacer las cuentas por pagar y, en general, la operación de la compañía.

## VI. EVOLUCIÓN PREVISIBLE DE LA SOCIEDAD

La Administración de Offsetec continuará durante el 2020 en el empeño por mantener una constante reducción de los gastos asociados a la operación. También seguirá en el esfuerzo de cumplir las obligaciones

tributarias, laborales y financieras de la sociedad. Lo anterior, sin perder de vista las dificultades derivadas de los factores exógenos que tienen incidencia en el desarrollo del objeto social, así como de los objetivos trazados por la administración y dirección de la compañía.

En esa misma línea, la Administración de la sociedad enfocará los esfuerzos por consolidar el portafolio de productos y servicios de acuerdo a las condiciones de mercado y necesidades de clientes, de modo que se realicen ajustes en los procesos críticos de la operación y comercialización que resulten en la sostenibilidad y sustentabilidad de la sociedad.

## **VII. OPERACIONES CELEBRADAS CON LOS SOCIOS Y ADMINISTRADORES**

En el año 2019 se pagaron dividendos decretados en años anteriores por la suma de USD 3.648.

De otra parte, se informa que durante este año Publicar Publicidad Multimedia S.A.S., capitalizó USD 579.998 de dividendos por pagar de años anteriores.

## **VIII. PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE AUTOR**

La compañía ha cumplido con lo establecido en la Ley, en lo relativo a normas de propiedad industrial y derechos de autor, lo cual incluye la legalidad en la adquisición de todas las licencias de software usadas para la operación, así como la conservación de los registros marcarios que comportan interés para la sociedad.

## IX. CONSIDERACIONES FINALES

- La sociedad orienta permanentemente a sus trabajadores para que realicen un debido tratamiento de datos personales y, en general, para que sean respetuosas de la normativa.
- Durante el año 2019, la sociedad realizó el pago de los aportes a la seguridad social exigidos por la ley, estando al día en el cumplimiento de estas obligaciones sin que, a la fecha, existan requerimientos de orden administrativo con relación a estos aportes por el ejercicio fiscal de dicho periodo.
- En general, la sociedad fue respetuosa del cumplimiento de la normativa que rige su actividad.

Cordialmente,



**ANDRÉS PÉREZ VELASCO**

Presidente

Quito, 26 de mayo de 2020