

Informe Anual de Actividades 2015

DM Quito, 10 de marzo de 2016

Estimados Miembros de Directorio

Como es de conocimiento general el año 2015 es nuestro país estuvo marcado por un estancamiento del crecimiento económico, con un crecimiento de la economía casi nulo, llegando a tan solo el 0,3%.

Las compañías en general comienzan a tener problemas de liquidez por la falta de pagos oportunos por parte del gobierno, por la drástica reducción del precio del petróleo que ha reducido los ingresos del país en alrededor 7.000 millones de dólares.

En particular, en la industria publicitaria a junio del 2015 las ventas decrecieron en 9,5%, sin embargo el mercado de vallas publicitarias aumento en 2.1%. Ver cuadro a continuación

MEDIOS	Esimado de Inversion				Crecimiento		
	Publicitaria Acumulada por medios				2015 vs 2014		
	2014	%	2015	%	jun-14	may-15	Acum-2015
Total General	200,081,795	100.0%	180,963,684	100.0%	-17.0%	6.9%	-9.6%
TV	115,853,188	57.9%	102,395,104	56.6%	-22.1%	14.2%	-11.6%
Prensa	35,423,140	17.7%	29,457,412	16.3%	-23.7%	-6.2%	-16.8%
Radio	25,848,315	12.9%	26,652,937	14.7%	17.2%	5.5%	3.1%
VP	12,192,680	6.1%	12,450,235	6.9%	3.1%	3.7%	2.1%
Suplemento	5,112,424	2.6%	5,005,568	2.8%	-16.4%	-16.7%	-2.1%
Revista	5,652,048	2.8%	5,002,427	2.8%	-24.4%	-22.3%	-11.5%

Figura 2: Mercado Publicitario a Junio 2015. Fuente: infomedia.com.ec/sistema/mercado/mercadopublicitario.htm

El tamaño del mercado, para vallas publicitarias, en los primeros 6 meses del 2015 fue de \$12.450.235 y un estimado lineal del año de \$ 24.900.470. Con lo que Induvallas tiene una participación del mercado para el 2015 de **41%**, siendo una de los dos compañías dominantes en el subgrupo de mercado.

Con estos antecedentes, el resultado para Induvallas del 2015 fue -10% o -\$135.870,21 menor que el año 2014, llegando a un total de **\$1.214.463,00**; gracias a una mayor venta en 14% o \$1.234.892, con un total de **\$ 10.215.311** que reduce por mayores costos y gastos en 23% o \$1.557.535, que llegan en el 2015 a **\$ 8.255.148**. A continuación un comparativo de las ventas y utilidades desde el 2012 al 2015:

[Handwritten signature]

Informe Anual de Actividades 2015

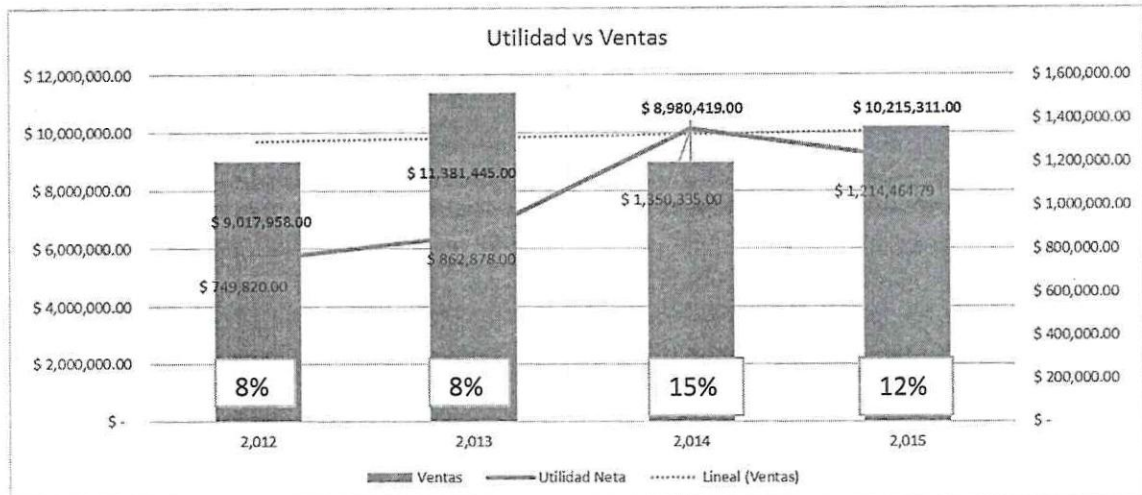


Figura 1

Como conclusión podemos decir que las ventas han crecido, como también la utilidad y la rentabilidad llegando en el 2015 al 12%, luego de que en el 2012 y 2013 fue del 8% y 2014 15%.

Enfocándonos más en el año 2015, se representó un incremento importante en las ventas, aún cuando el crecimiento de la economía ecuatoriana fue de tan solo 0,3%, y el mercado de vallas publicitarias solo creció un 2,1%, la compañía creció sus ventas en el 14%. Esto se debe a una excelente gestión del área comercial.

En referencia a los costos y gastos estos fueron mayores en 24% o \$1.557.535 debido a mayores gastos de operación y ventas por \$269.166, gastos de administración \$800.236 y gastos comerciales \$488.133.

En el tema de flujo de caja se redujo en \$575.021 en el 2015, con un saldo final de **\$536.938**. Esto debido a \$1.000.010 generados por las operaciones, que fueron usados \$571.543 en incremento de propiedad, planta y equipo y un \$1.362.619 utilizados en pago de permisos y concepciones municipales, también se recibió \$359.132 de préstamos relacionados.

El total de activos de la compañía al 2015 asciende a \$10.164.699 un incremento en \$2.187.342 o 27% comparado con el año anterior, debido al aumento en propiedad, planta y equipo por \$1.420.160, por la revalorización de estos. También servicios y otros pagos anticipados \$1.395.016, por los canjes en ventas y reclasificación de terreno Oscar Chediak. Estos dos valores fueron compensados por la reducción de caja mencionado en el párrafo anterior.

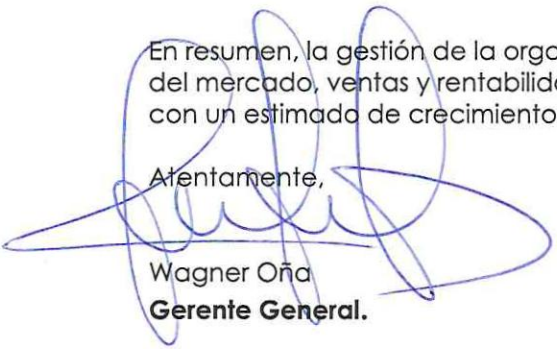
El patrimonio al 2015, llegó a \$5.132.129, con un incremento de \$1.214.463 por las utilidades del año 2015 y \$1.393.223 por revalúo de inmuebles.



Informe Anual de Actividades 2015

En resumen, la gestión de la organización para el 2015 ha sido de crecimiento en participación del mercado, ventas y rentabilidad. En contraste el año 2016 tiene muchos retos por adelante, con un estimado de crecimiento menor al año 2015.

Atentamente,



Wagner Oña
Gerente General.

De