

EDITORIAL LA HORA DE LOJA. EDIHORA CIA. LTDA.

INFORME ADMINISTRATIVO - FINANCIERO EJERCICIO ECONOMICO 2016

Sres. Socios:

Al término del presente ejercicio, es importante realizar una evaluación de los objetivos propuestos y alcanzados en el presente año. 2016 ha sido un año de muchos ajustes económicos y que han sido necesarios aplicarlos para salir adelante. En los cuadros siguientes se detallan las ventas realizadas en el presente año por tipo de producto o servicio:

INGRESOS

MESES	PERIODICO Y SUSCRIPCIONES		
	LOJA	ZAMORA	TOTAL
ENERO	54,804.38	1,549.79	56,354.17
FEBRERO	58,175.28	2,058.00	60,233.28
MARZO	48,349.22	2,093.60	50,442.82
ABRIL	43,429.49	1,810.97	45,240.46
MAYO	48,492.92	2,080.40	50,573.32
JUNIO	39,275.30	1,538.32	40,813.62
JULIO	36,908.15	1,525.87	38,434.02
AGOSTO	39,420.97	1,875.48	41,296.45
SEPTIEMBRE	42,899.70	1,785.67	44,685.37
OCTUBRE	54,373.52	1,587.44	55,960.96
NOVIEMBRE	57,245.16	1,657.02	58,902.18
DICIEMBRE	36,783.60	1,820.41	38,604.01
TOTAL	499,557.69	21,172.77	520,730.46
	96%	4%	100%

La venta de periódico y suscripciones constituye el 44% del total de ingresos generados en el ejercicio, de los cuales un 4% aportó la Agencia de Zamora. El presupuesto esperado se cumplió en el 72%, se ha podido constatar la baja en las ventas de este rubro a pesar de haber incluido nuevos productos (suplementos temáticos) que permita atraer la atención de los lectores y con ello un incremento en las ventas, se ha controlado la calidad de la noticia y se han realizado gestiones tendientes a incrementar este ingreso, pero los resultados no han sido favorables. En comparación con el año anterior se puede verificar una disminución del 22% (\$146.346.34).

MESES	PUBLICIDAD		
	LOJA	ZAMORA	TOTAL
ENERO	44,886.55	1,900.10	46,786.65
FEBRERO	44,019.20	6,814.54	50,833.74
MARZO	52,250.40	2,529.81	54,780.21
ABRIL	43,452.49	3,196.05	46,648.54
MAYO	56,267.81	2,639.70	58,907.51
JUNIO	60,710.53	1,491.12	62,201.65
JULIO	38,434.84	2,527.60	40,962.44
AGOSTO	53,511.63	2,147.54	55,659.17
SEPTIEMBRE	61,547.91	1,216.15	62,764.06
OCTUBRE	42,656.57	717.15	43,373.72
NOVIEMBRE	53,223.15	1,090.55	54,313.70
DICIEMBRE	45,700.15	1,540.42	47,240.57
<b>TOTAL</b>	<b>596,661.23</b>	<b>27,810.73</b>	<b>624,471.96</b>
	<b>98%</b>	<b>4%</b>	<b>100%</b>

La publicidad, es otro rubro importante en los ingresos de la compañía, constituyen el 53% del ingreso total, se alcanzó un cumplimiento del 78% del presupuesto planteado, provocando un déficit presupuestario del 22%. Igualmente, se crearon segmentos nuevos y atractivos, espacios especiales con precios módicos los días lunes y viernes, se han ampliado bonificaciones y promociones para aliviar el costo de las publicaciones que es la queja permanente. La concentración mayor se observa en Loja y en Zamora se aporta con un 4% de las ventas por este concepto. Los montos son variables contando con un promedio mensual de venta en este rubro de \$52,000.00.

Comparando con los ingresos por este concepto con el año 2015, se observa una disminución del 14% (\$103,333.44).

MESES	OTROS SERVICIOS/OTROS INGRESOS			
	SERVICIOS	ZAMORA	OTROS INGRESOS	TOTAL
ENERO	3,166.68		72.89	3,239.57
FEBRERO	1,392.60		236.23	1,628.83
MARZO	1,604.64		200.68	1,805.32
ABRIL	35.71		65.49	101.20
MAYO	375.24		94.48	469.72
JUNIO	998.30		30.69	1,028.99
JULIO	(950.00)		2,891.01	1,941.01
AGOSTO	428.68		667.38	1,096.06
SEPTIEMBRE	6,363.10		965.28	7,328.38
OCTUBRE	1,951.45		394.69	2,346.14
NOVIEMBRE	1,330.92		756.78	2,087.70
DICIEMBRE	3,675.00		3,005.51	6,680.51
<b>TOTAL</b>	<b>20,372.82</b>	<b>0%</b>	<b>9,381.11</b>	<b>29,753.93</b>
	<b>88%</b>	<b>0%</b>	<b>32%</b>	<b>100%</b>

Este rubro aporta un 2% a los ingresos totales y surgen de trabajos de imprenta que solicitan clientes fijos y que ofrecemos como servicios adicionales. Respecto al presupuesto esperado, se cumplió con el 53% de lo planificado. Respecto al año anterior hubo una disminución del 85% (\$4,839.79)

MESES	OTROS BIENES/OTROS INGRESOS			TOTAL		
	LOJA	ZAMORA	TOTAL	LOJA	ZAMORA	TOTAL
ENERO	72.89		72.89	82,730.50	3,449.89	86,180.39
FEBRERO	236.23		236.23	103,823.31	8,872.54	112,695.85
MARZO	200.68		200.68	102,304.94	4,623.41	106,928.35
ABRIL	65.49		65.49	86,983.18	4,807.02	91,790.20
MAYO	94.48		94.48	105,230.45	4,720.10	109,950.55
JUNIO	30.69		30.69	101,014.82	3,019.44	104,034.26
JULIO	2,891.01		2,891.01	76,984.00	4,053.27	81,037.27
AGOSTO	667.38		667.38	94,028.66	4,023.02	98,051.68
SEPTIEMBRE	965.28		965.28	111,775.99	3,001.82	114,777.81
OCTUBRE	394.69		394.69	79,376.23	2,304.59	81,680.82
NOVIEMBRE	756.78		756.78	92,556.01	2,747.57	95,303.58
DICIEMBRE	3,005.51		3,005.51	89,164.26	3,360.83	92,525.09
TOTAL	9,381.11	-	9,381.11	1,125,972.35	48,983.50	1,174,955.85
	100%	0%	100%	96%	4%	100%

Estos son ingresos adicionales y que surgen de manera ocasional por la venta de bienes o materiales de reciclaje y que de alguna manera aportan al financiamiento de la compañía. La expectativa de ingresos por este concepto sólo fue cumplida en el 18% y respecto al año anterior hubo una disminución del 57% (\$11,430.50).

Totalizando los rubros de Ingresos generados en el presente ejercicio económico, podemos determinar que los montos en ventas, sólo se cumplieron en un 73% del presupuesto planteado para el año 2016 produciéndose un déficit presupuestario del 27% y comparado con el año anterior, se dejaron de percibir \$285,764.15, que corresponden al 20%.

Para el año 2017, se aplicarán estrategias nuevas que permitan alcanzar el presupuesto de ingresos necesarios para la operación de la compañía. Entre ellas las siguientes:

1. Contratar dos personas para el área de mercadeo bajo modalidad de comisionista (freelance), reconociendo un 13% en venta de publicidad y 20% en venta de suscripciones.
2. Elevar las metas de ventas al personal fijo del área de mercadeo, incrementando su comisión al 20% por venta de suscripciones nuevas.
3. Elaborar paquetes atractivos y económicos para clientes de sectores que dejaron de pautar por los costos actuales e incrementar el segmento de clasificados.
4. Fortalecer la publicidad en los suplementos especiales con material informativo adecuado en coordinación con Redacción
5. Impulsar a través de publicidad los servicios adicionales que ofrecemos en trabajos de imprenta y proceso de placas, en trabajo directo con el área de producción.

6. Mejorar las bonificaciones en segmentos especiales con clientes fijos y búsqueda de nuevos clientes
7. Premiar a clientes fieles ya sea en suscripciones o publicidad de acuerdo al monto contratado con premios obtenidos en canje
8. Incluir más noticias cantonales, y en coordinación con redacción dar mayor cobertura con oportunidad a sucesos importantes que comunican nuestros vendedores, con lo cual se logrará incremento en ventas.
9. Solicitar a los administradores de hoteles y restaurantes de la localidad nos permitan hacer cobertura fotográfica de eventos especiales que se realicen en su hoteles para publicarlo en la sección sociales con el nombre de la institución y de esta manera comprometerlos a contrataciones futuras de publicidad.
10. Establecer convenios con gasolineras para que premien a sus clientes con la entrega de nuestros ejemplares de acuerdo al monto de la compra que realicen los usuarios. El precio de venta sería especial y de acuerdo al monto.
11. De acuerdo al pensum de estudios en los diversos niveles y de acuerdo a la necesidad que la confirmáramos con los docentes, y con el apoyo de redacción crear espacios educativos que les sirva a los estudiantes como material didáctico.

## COSTOS Y GASTOS

PARTIDAS	PROYECTADO	CUMPLIDO	DIFERENCIA	CUMPLIMIENTO
REMUNERACIONES Y OTRAS BONIFICACIONES	601,352.40	569,041.48	32,310.92	95%
MATERIALES	289,320.00	253,545.47	35,774.53	88%
SERVICIOS BASICOS	27,600.00	25,544.02	2,055.98	93%
SERVICIOS GENERALES	170,020.00	162,076.40	7,943.60	95%
INFORMATICA Y MANT.EQUIPOS	2,400.00	6,135.37	(3,735.37)	256%
GASTOS FINANCIEROS Y OTROS	177,240.00	72,970.03	104,269.97	41%
OTROS GASTOS CORRIENTES	41,790.00	28,621.42	13,168.58	68%
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	42,790.32	25,933.13	16,857.19	61%
COSTOS AMBIENTALES	12,000.00	7,538.07	4,461.93	63%
<b>TOTAL</b>	<b>1,364,512.72</b>	<b>1,151,405.39</b>	<b>213,107.33</b>	
		<b>84%</b>	<b>16%</b>	

Los costos y gastos efectuados y que han servido para solventar la operación de la compañía se han visto ajustados de acuerdo a la capacidad económica de la compañía. Es así que se ha reducido personal en la mayoría por renuncia voluntaria y en uno por visto bueno. De las cinco salidas se debió reemplazar un cargo en Redacción (Fotógrafa) por la necesidad del mismo.

En el área de producción se incrementaron controles en el uso de materiales para evitar el desperdicio y por ende el incremento de costos. Revisando los distintos rubros que conforman los costos y gastos efectuados, podemos determinar que todos se sujetan a lo presupuestado, excepto el de Informática y mantenimiento de equipos porque hubo un incremento en la renovación de la licencia del Software contable SAFI y además el pago mensual del servicio de

facturación electrónica. El presupuesto se cumplió en el 84%, produciéndose un ahorro presupuestario del 16%.

Todos los egresos han sido efectuados de acuerdo a la necesidad de la Compañía, cuidando el recurso financiero con mucho celo y aplicando la austeridad económica. Esto fue importante ya que con los ingresos obtenidos no hubiera sido posible satisfacer obligaciones.

Con estos antecedentes, y comparando estos dos grupos que conforman el Estado de Resultados, se llegó a determinar una utilidad de \$23.550.46 en el presente ejercicio. Confiamos que el entorno económico del país cambie en el año 2017, el cual ha iniciado con muchas expectativas y sea favorable para nuestro medio de comunicación. Revisaremos en el transcurso sobre nuevas posibilidades de crecimiento y que permitan obtener mayores ingresos para el financiamiento de la operación de la compañía.

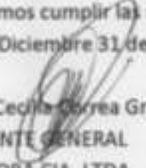
Otros aspectos importantes del año 2016 puntualizo a continuación:

1. Atendiendo las recomendaciones de Auditoría del año 2015, se establecieron mayores controles en el área de recaudación que presentaba falencias; específicamente se producían desfases en el área de circulación cuyo responsable demoraba en la entrega de informes a contabilidad y depósitos correspondientes siempre con la excusa de que los clientes no cancelaban. Por ello, para evitar estos inconvenientes al manejar distribuidores directos, para el año 2017 se decidió cambiar la modalidad de venta del periódico y se lo hará con una sola distribuidora a quien se le entregará la totalidad de ejemplares en horas de la madrugada para que ella con sus propios recursos y movilización coloque el producto en los diversos puntos de venta y algo importante que la venta será prepago el día anterior a la entrega, excepto el fin de semana que cancela lo del Sábado y el día lunes liquida lo del domingo, lunes y prepaga el de martes.
2. Considero que algunas novedades se presentan en la empresa por falta de manuales y políticas adecuadas que faciliten a todos sus integrantes el conocer a cabalidad sus funciones, obligaciones y responsabilidades al igual que los procesos que contempla elaborar un matutino que se edita los 365 días del año. En el año 2017 se contratará a un especialista en la materia mencionada para realizar un levantamiento de información tanto del personal como de los procesos que se efectúan, con lo cual se posibilitará tener los manuales internos que nos ayudarán con toda seguridad a mejorar los controles internos de la Compañía y estandarizar los procesos, cuyos resultados los veremos reflejados en el año 2017.
3. Ante las limitaciones para adquirir los materiales para proceso de placas, a finales del año 2016 se analizó la propuesta presentada por la Empresa Global Graphic para adquirir un equipo en línea CTP y una vez revisada la misma por parte del Presidente de la Compañía y entendidos en la materia, se logró cristalizar este objetivo adquiriendo este equipo con una entrada mínima, venta de la procesadora KATANA como parte de la entrada y financiamiento directo del proveedor a 24 meses plazo. Su instalación y puesta en marcha del equipo está prevista para finales de Enero 2017.

4. El Banco de Loja nos facilitó un crédito hipotecario y esto facilitó cumplir con las obligaciones ante proveedores para continuar con la producción normal. Hay que resaltar el apoyo permanente que nos brinda esta Institución Financiera cuando ha surgido la necesidad en la liquidez de la Compañía.
5. De la revisión de la cartera, observada por auditoría se estableció que hay cuentas incobrables que se pondrán a consideración de los directivos de la compañía una vez que se haya concluido con la depuración que a la fecha está en un 83%.
6. Sobre la liquidación de la Compañía Edihoronews, realicé las gestiones tendientes a obtener información sobre este tema en la Intendencia de Machala pero la Dra. Lilia Romero supo manifestarme que el liquidador Abg. Calle, había renunciado al cargo y que aún no presentaba el informe de la situación en la que quedaba la Compañía. También me informó que se había nombrado al nuevo liquidador Ing. Dalton Miguel Cueva Cueva con quien pude conversar posteriormente pero bajo el mismo criterio de la Funcionaria de la Intendencia de Machala y que debía esperar el informe final del ex liquidador.
7. Las obligaciones con organismos estatales han sido cumplidos a tiempo por lo cual no hemos tenido retraso en los mismos por las consecuencias que se generan tanto en lo laboral como en lo tributario y se los considera prioritarios por los procesos de compras públicas que efectuamos.
8. Otro aspecto importante de resaltar es que hemos auspiciado algunos eventos en donde el Diario ha hecho presencia como marca lo que nos ayuda para fortalecerla
9. El mantenimiento de la maquinaria y equipos del área de Producción es otro de los aspectos que no hemos descuidado para mantener la calidad de impresión que nos caracteriza. Así mismo, se mejoró el área de descanso del personal de prensa y compaginación y las instalaciones eléctricas de Pre prensa y Prensa en donde se cambiaron en su totalidad las luminarias tradicionales por las LED con lo cual se ahorrará en el consumo de energía eléctrica.
10. Se realizó igualmente el cambio en los contratos de telefonía celular aprovechando una promoción de la operadora CLARO, con lo cual también reducimos significativamente el valor por consumo de este servicio de \$300.00 a \$70.00 actualmente.

Hasta aquí mi informe que dejo a vuestra consideración, augurando que el próximo año podamos cumplir las metas que nos fijemos.

Loja, Diciembre 31 de 2016

  
Dra. Cecilia Cordero Granda  
GERENTE GENERAL  
EDIHORA CIA. LTDA.