

96820

INFORME DE GERENCIA GENERAL DE LA COMPAÑÍA GUIA S.A. A LA JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS

Señores Accionistas:

El año 2006 puso a prueba la sólida institucionalidad de METROHOY, algunas circunstancias exigieron la entrega de mucha capacidad y trabajo. El notable crecimiento de los años anteriores nos proporcionó la confianza y seguridad indispensable para salir con éxito de las dificultades que se presentaron.

La situación económica del país se vio afectada por los ajetreos ya tradicionales de terminación de un gobierno, de la campaña política electoral y la incertidumbre de uno nuevo, lamentablemente el sector publicitario es uno de los más sensibles a estos sucesos.

La presencia en el mercado de una empresa internacional que realiza mediciones de lectoría fue otro factor importante que incidió, en principio, en el desarrollo normal del negocio publicitario en general.

Si bien es cierto que el mundial de fútbol generó mayor publicidad de determinados productos, frenó la inversión de otros. En conjunto con Diario HOY realizamos una exitosa promoción que se publicó en cinco láminas a doble página en cada diario, la respuesta de los lectores fue muy significativa. La promoción tubo el auspicio de ~~Coinel, PacifiCard, Applebee's, Andinatel y Presidencia de la República.~~

En procura de diversificar y ampliar el mercado publicitario propiciamos que nuestros clientes no solamente realicen campañas publicitarias de productos de consumo masivo sino también la entrega de *samplings*, la realización de suplementos y la edición de especiales por diferentes motivos; ejemplos de esto son Finalín que por 10 ocasiones entrego muestras de su producto junto con nuestro diario; publicamos suplementos sobre los Museos de la Ciudad, Medio Ambiente, Día Mundial de la Salud, Nuevo Aeropuerto de Quito, Regreso a Clases, Fiestas de Quito entre otros. Estas negociaciones constituyen un importante rubro adicional de ingresos. Nuestra política de apertura en la comercialización de paquetes publicitarios así como también, la flexibilidad e innovación publicitaria que ofrecemos nos posiciona como el medio impreso que marca cambios en la forma tradicional de anunciar en prensa.

Es importante destacar el reconocimiento que obtuvo por parte de la INMA la campaña que el Grupo HOY realizó con el título: "El target justifica los medios", en esta participamos los tres periódicos del grupo: Diario HOY, METROHOY y METROQUIL. El premio fue entregado en la última reunión de la INMA realizada hace unos días en París.

Son varias las campañas y eventos publicitarios que hemos promovido, entre otros citamos los siguientes: Especial de Saldos (enero), Día del Amor y la Amistad (febrero), Especial de Semana Santa, Día de la Madre, Agenda Cultural (todas las semanas) y de manera especial el concurso de Años Viejos que se ha constituido en un icono de las festividades de fin de año de la ciudad. El año pasado contratamos artesanos especializados para que construyan 12 arreglos gigantes que fueron auspiciados por empresas que compraron los cupos de participación, esta innovación elevó sustancialmente el nivel del concurso lo que fue destacado por los medios de

comunicación de la ciudad y por la ciudadanía en general. Además del Consejo Provincial de Eschiza y el Municipio de Quito que ya lo tienen en su calendario de actividades de fin de año, logramos la participación de Finalín, Lotería Nacional, Pingüino, Concesión Nacional, Porta, Renault, Manantial, Coopseguros y Repsol. Este mega evento tuvo muy buena cobertura de medios, una gran promoción de nuestra marca y el reconocimiento de toda la ciudadanía. Obtuvimos ingresos por \$ 58.957 que nos dejaron una utilidad de \$ 16.189. También publicamos la edición especial de METROHOY del 1 de enero 2007, que contó con 16 páginas de publicidad, este proyecto lo realizamos conjuntamente, con diario HOY.

Al igual que el año anterior, los informes de empresas especializadas en medición de prensa dan a conocer que nuestra participación en el mercado publicitario de diarios en Quito se mantiene entre el 15 y 16 % ocupando solidamente el tercer lugar, luego de El Comercio y HOY; a nivel nacional, delante de diarios con mucha mayor trayectoria como: El Telégrafo, Súper, Expreso, Últimas Noticias, La Hora, Extra, El Mercurio, El Diario de Manabí, etc.

Con Repsol YPF llegamos a un acuerdo para realizar la entrega de METROHOY en sus principales estaciones, diversificando en alguna medida la circulación de este diario y con la ventaja de recibir un pago mensual.

Con la creación de la gerencia y subgerencia comercial, fortalecimos el área de ventas; nuestro objetivo es incentivar la publicidad tradicional y desarrollar productos publicitarios alternativos.

Francisco Boja, que nos acompañó como director del diario desde el inicio, se separó de la empresa en el mes de septiembre, circunstancia que evidenció otra de nuestras fortalezas, la estabilidad; la vacante fue cubierta con personal propio que se ha desarrollado con nosotros, los resultados son muy satisfactorios.

A partir de agosto iniciamos el entrenamiento y cambio de sistema editorial, proceso que culminó con la implementación y publicación del diario con el sistema GN3 a inicios de este año.

Otro hecho significativo fue la renovación, con el Alcalde de la ciudad, del convenio de distribución del diario en el sistema trolebús, este año logramos extender el plazo a dos años.

Luego de algunos meses de planificación y trabajo, el 31 de julio lanzamos la primera edición de METROQUIL, particularidad que ubica al grupo HOY como el único en el país que publica tres diarios, fortaleza que nos da una gran ventaja competitiva. Lamentablemente las condiciones del mercado, la aparición desleal de otra publicación y problemas en ventas, no ha permitido un despegue rápido. GUIASA, como uno de los principales socios, debió intervenir significativamente para asegurar la viabilidad del proyecto. Al momento estamos trabajando en procura de corregir errores y encontrar alternativas de solución.

A continuación me permito destacar algunas cifras de GUIASA (METROHOY):

- La venta de publicidad del 2006 tuvo un promedio mensual de US\$ 108.917, en el 2005 fue de US\$ 105.375, esto es 3,4% más; en el 2004 el promedio fue de US\$ 85.670; en el 2003 US\$ 63.550. Claramente se aprecia el incremento sostenido que hemos tenido desde los inicios del diario, este crecimiento viene acentuándose por la capacidad del mercado, la situación política y económica del país. Para el 2007 el presupuesto de ventas es de \$ 1.368.632, esto es 5,2% más que las ventas 2006.
- El margen bruto de operación del 2006 fue del 30,62% mientras que en el 2005 fue del 33,75% y el 2004 del 28,29%.

- El resultado final del ejercicio dejó una utilidad neta, antes del 15% de los trabajos y del impuesto a la renta, de US\$ 59.538; en el 2005 fue de US\$ 78.932, en el 2004 la utilidad fue de US\$ 57.087 y en el 2003 de US\$ 525.

No debo finalizar este informe sin antes destacar y agradecer la colaboración profesional de todo el personal que labora en la empresa. Periodistas, diseñadores, ejecutivos de cuentas, personal administrativo y ejecutivos ponen al servicio de nuestro Día todo su capacidad y esfuerzo lo que se refleja en la aceptación por parte de los lectores de **FERROHOY**.

Muchas gracias.