

INFORME DE GERENCIA ROQUE ITURRALDE CIA.LTDA Año 2016

Los últimos cinco años han sido complejos y el 2016 constituía el límite planteado por la compañía para intentar reforzar el negocio con el mismo modelo de gestión, con costos fijos ajustados y esfuerzo en ventas de servicios especializados.

El impacto que las políticas del gobierno actual en el ámbito de la comunicación tienen en nuestro negocio es sin lugar a dudas muy grande. Hemos perdido la totalidad de los clientes de instituciones públicas y por lo tanto nuestro mayor rubro de ingresos en la historia de la compañía, mientras el sector de ONGs también controladas por el gobierno han reducido notablemente sus presupuestos. Es necesario innovar para sobrevivir.

Hemos intentado conservar nuestro negocio con el mismo modelo, reemplazando los ingresos perdidos por otros provenientes de la empresa privada para financiar diseños de odu comunicación y responsabilidad social, vemos que con esa fórmula es difícil de lograr un nivel de ventas que sea suficiente para sostener los costos fijos y tener ganancias al final del año.

En ese sentido, es urgente cerrar el ciclo en el que funcionamos bajo el modelo de consultoría y reformular nuestro modelo de negocio, añadir elementos a nuestras posibles razones de ingresos y aprovechar los recursos con los que sí contamos.

Aunque hacemos esta reflexión en tiempos de elecciones, hay una importante posibilidad de que esta realidad incontrolable se mantenga y es preciso planificar considerando ese escenario.

En el plan de acción presentado en la Junta de accionistas, se propone una estrategia profunda de renovación, que propone aprovechar las fortalezas que tenemos para re-inventar lo que hacemos. Este plan de acción incluye un conjunto de metas relacionadas con las ventas, el manejo de la marca, los productos y clientes potenciales y la cultura corporativa. Cumplir este plan de acción será vital para procurar la generación de ganancias para la empresa.

El 2016 ha sido un año difícil para todo el país. El terremoto de abril redujo las posibilidades de inversión de los clientes que priorizaron la atención y la inversión en los territorios afectados por la emergencia. Las pocas oportunidades de trabajo en el primer semestre, tuvieron que ver con este mismo hecho.

El segundo semestre, tuvo como hito fundamental la realización de la conferencia Hábitat III en Quito, lo que presentó oportunidades de trabajo que nos permitieron recuperar en algo las oportunidades de venta del año.

Los resultados del año 2016 se resumen así:

Ventas totales:	355.049,24
Otros ingresos:	9,17
Total ventas y otros ingresos:	355.058,41
Costos y gastos:	354.662,67
Utilidad de operación:	395,74
Gastos financieros:	772,82
Pérdida del ejercicio:	-377,08

Aterramento.

Maria Augusta Hurrelde

Maria Augusta Hurrelde t.

Gerente General