

Quito, 27 de marzo de 2020

Señores

Socios de **OVR SANTUARIO AGENCIA DE CREACION CIA. LTDA.**

Ciudad.-

En mi calidad de Gerente General de la compañía OVR SANTUARIO AGENCIA DE CREACION CIA LTDA. expongo el presente informe, mismo que se refiere al ejercicio fiscal del año 2019; y, en cumplimiento con la Resolución 921430013 de la Superintendencia de Compañías (Registro Oficial No. 44 de 13 de octubre de 1992), que establece los requisitos mínimos que deben contener los informes anuales que presentan los administradores a las Juntas Generales, pongo en su conocimiento los siguientes puntos:

Aspectos económicos

La economía de Ecuador registró un crecimiento del 0,1% en el 2019, una caída respecto a 2018 pero por encima de las previsiones oficiales, gracias a un incremento de las exportaciones de bienes y el consumo de hogares, según cifras del Banco Central.

Este crecimiento se explica por (un) incremento de 5,2% de las exportaciones de bienes y servicios; y un aumento de 1,5% en el gasto de consumo final de los hogares.

El sector petrolero creció un leve 0,4% por la producción de crudo que en el 2019 se ubicó en 193,8 millones de barriles, un 2,7% más que en el 2018. El sector no petrolero también registró un crecimiento de 0,3% por un mayor dinamismo en acuicultura y pesca de camarón, suministro de electricidad y agua, actividades de servicios financieros, entre las principales.

Durante el 2019, el sector de la construcción, la administración pública, la refinación de petróleo y el comercio registraron un decrecimiento en su desempeño.

En el 2018, la economía ecuatoriana creció un 1,3% y el Banco Central del Ecuador (BCE) proyectó en enero una contracción marginal de un 0,08% para el 2019, debido al impacto de una huelga nacional que paralizó al país por casi dos semanas en octubre y dejó pérdidas por USD 821 millones.

Esto debido a que el Presidente de la República anunció el 1 de octubre una serie de medidas económicas y propuestas de reformas de ley, que generaron convulsión social, movilizaciones y un paro nacional a partir del 3 de octubre. Estas medidas económicas formaron parte de un plan concertado con el FMI, con el fin de garantizar el pago del

préstamo que el Ecuador pidió a este organismo por un valor de 4.000 millones de dólares, como mecanismo de inyección económica de cara a afrontar los retos fiscales que el país mantiene.

De todas las medidas planteadas la que causó mayor inconformidad fue la aplicación del Decreto 883 que libera los precios del diésel y la gasolina, en otras palabras, elimina los subsidios a los combustibles, por lo cual, el precio del galón del diésel conllevaba un aumento del 118% y la gasolina extra y ecopáis un impacto en su costo del 24%. Este Decreto fue abolido once días después luego de la revuelta popular realizada en el país liderada por la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE). Su aplicación traía consigo el emitente incremento de las tarifas del transporte público, ensanchamiento del costo de la canasta básica y una posible escalada inflacionaria.

Luego de estos hechos, el gobierno nacional ha buscado nuevas alternativas, entre ellas la “Ley de Crecimiento Económico” que propuso a la Asamblea Nacional con carácter económico urgente. Esta ley busca entre otras cosas algunas reformas tributarias que incentiven crecimiento de pequeñas y medianas empresas y simplificación de régimen tributario, además de créditos para viviendas con menores tasas de interés.

En cuanto a la industria publicitaria, en general el mercado empezó a moverse lentamente los primeros meses del año, sin embargo, a partir del mes de marzo representó un crecimiento importante con el ingreso de una cuenta como Renault (Automotores y Anexos) que terminaría representando un 43% de la facturación total del año, contribuyendo de manera importante al aumento de facturación de medios y producciones, para lo cual también fue necesario el aumento de personal, cambio de oficina a una casa etc lo cual representó también un aumento en los costos.

Durante el último trimestre del año también hubo un importante pico de facturación correspondiente a las campañas de navidad de los centros comerciales del grupo la Favorita y el lanzamiento de un nuevo modelo de Renault el Captur con el cual se recibió una importante inversión en producción y medios.

Es importante indicar que a pesar de que hubo un crecimiento del 93% de la facturación, del total un 42% correspondió a facturación de pauta en medios ATL (mayormente correspondiente a Renault) de los cuales a la Agencia le corresponde entre un 10% a 15% según el medio, mientras que el siguiente rubro 19% correspondió a la facturación por fees mensuales.

Cumplimiento de Objetivos

Durante el año 2019 el objetivo de la Agencia fue apuntar a clientes cada vez más grandes para consolidarse en el mercado y generar una rentabilidad importante para los accionistas, esto se ha logrado gracias al contrato conseguido con Renault, el cual como se indicaba anteriormente representó el 43% de la facturación total de la Agencia, debido al aumento de facturación de medios fue necesario el aliarse con una Central de medios, después de analizar varias opciones se firmó un contrato con Publimedios para el manejo de medios con una repartición del 10% para Santuario y 5% para Publimedios lo que permitió manejar el alcance y los montos que requería Renault.

En cuanto a premios, obtuvimos un Effie de Oro por segundo año consecutivo, el cual es el festival más importante en cuanto a estrategia y resultados obtenido con la campaña “Cocina sobrevive” de nuestro cliente Tramontina, lo cual nos ha ayudado a tener el reconocimiento de toda la industria publicitaria y de clientes cada vez más importantes que ahora nos buscan para trabajar con nosotros.

Para el año 2020 el objetivo será buscar la eficiencia y rentabilidad mediante la optimización de los recursos buscando trabajar con clientes grandes que sean más rentables en lugar de varios pequeños que exijan bastante. Debido a que en estos momentos se decretó una emergencia a nivel mundial requiriendo guardar cuarentena y que muchos negocios incluyendo los de nuestros clientes han cerrado se hace necesario priorizar los gastos y la liquidez para sobrevivir y aprovechar esta circunstancia para reinventarse en un mercado que seguramente no será el mismo después de la emergencia.

Aspectos Administrativos - Financieros

Respecto a la situación financiera de la Compañía, debo mencionar que al cierre del ejercicio correspondiente al año 2020 y una vez obtenidos los resultados anuales se han alcanzado ventas de 1,458,690 dólares, incluyendo facturación como reembolso de gastos que alcanzó los 122 mil dólares, los gastos de personal sumaron 343 mil dólares, el costo de producción de las distintas campañas realizadas sumaron 374 mil dólares, mientras que el valor facturado por pauta en medios sumó 534 mil dólares, lo que finalmente dio como resultado una utilidad del año de 74,882 dólares, sobre los cuales se calcularon la utilidad a trabajadores, para tener una utilidad neta del ejercicio de USD 47,737.68

OVR SANTUARIO AGENCIA DE CREACIÓN CÍA. LTDA.**BALANCE GENERAL**

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019

(expresado en dólares americanos)

	USD		USD
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
Efectivo y sus equivalentes	6,600.09	Proveedores	246,667.54
Cuentas por cobrar a Clientes	298,935.87	Obligaciones con accionistas	-
Cuentas por cobrar al Estado	108,622.55	Beneficios Sociales y Empleados	16,274.56
		Impuestos por pagar	75,964.67
		Obligaciones con el IESS	5,776.26
Total activos corrientes	414,158.51	Total Pasivos Corrientes	344,683.02
		TOTAL PASIVOS	344,683.02
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		PATRIMONIO	
Equipos de Computación	21,798.86	Capital Suscrito y pagado	400.00
Depreciación acumulada de equipos de computación	(7,298.68)	Aportes socios futuras capitalizaciones	58,312.43
Muebles de Oficina	4,711.39	Reserva Legal	5,216.65
Depreciación acumulada de muebles de oficina	(1,574.11)	Resultados Acumulados	24,553.81
Total propiedad planta y equipo	17,637.46	Resultado ejercicio 2019	47,737.68
		Total Patrimonio	87,112.95
TOTAL ACTIVO	431,795.97	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	431,795.97

OVR SANTUARIO AGENCIA DE CREACIÓN CÍA. LTDA.

ESTADO DE RESULTADOS
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019
(expresado en dólares americanos)

	USD
INGRESOS	
Ventas	1,458,690.39
Gastos de personal y administración	(343,236.04)
Servicios Profesionales y de Producción	(406,468.07)
Pauta en medios tradicionales y digitales	(538,083.40)
Otros Gastos de Administración	(77,182.60)
Gastos de gestión y publicidad	(19,500.17)
Gastos Financieros y Bancarios	(373.78)
Gastos No Deducibles	1,036.30
Utilidad operacional	74,882.63
Participación a trabajadores	(11,232.39)
Impuesto a la renta	(15,912.56)
Utilidad del ejercicio luego de impuestos	47,737.68

Los trabajadores y colaboradores de OVR SANTUARIO AGENCIA DE CREACION CIA LTDA. se han concentrado en servir a los intereses de la Compañía de la mejor manera posible. Para el año 2020 el reto de la Agencia será mejorar la eficiencia y por lo tanto la rentabilidad mediante la optimización del equipo y los tiempos, además de enfocarnos en clientes cada vez más grandes que inviertan más en publicidad, y permitan trabajar en campañas importantes que ayuden a tener mayor exposición en medios tradicionales como digitales.

Recomiendo a la Junta General adoptar políticas y estrategias eficientes para lograr el cumplimiento de los objetivos en el siguiente ejercicio económico.

Las disposiciones de la Junta General de Socios se han cumplido a cabalidad y sus atribuciones se han llevado a cabo conforme las normas legales y estatutarias.

Declaro que la Compañía en todo momento respeta las normas de propiedad intelectual y derechos de autor, en todos sus procedimientos.

Es todo cuanto puedo informar en atención a mis atribuciones y obligaciones como Gerente General de esta compañía.

Atentamente,



Fernando Andrés Ochoa
Gerente General

OVR SANTUARIO AGENCIA DE CREACION CIA. LTDA.