



**INFORME DE GERENCIA A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
REFERTOP S.A., CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO 2016.**

**MEMORIA EXPLICATIVA DE LA GESTION REALIZADA Y SITUACIÓN
ACTUAL DE LA COMPAÑÍA.**

De acuerdo a los requerimientos constantes en el artículo N° 263, numeral 4, de la Ley de Compañías, como representante legal de REFERTOP S.A., me corresponde informar a los señores accionistas la memoria explicativa de los hechos más relevantes y significativos ocurridos en la compañía durante el ejercicio económico 2016; así como también, poner en su conocimiento los Estados Financieros, los mismos que revelan razonablemente los resultados obtenidos durante este período.

A.- GESTION REALIZADA

Es responsabilidad de la Gerencia General, la gestión administrativa y control de las operaciones y transacciones que se realizan, velando permanentemente por los intereses de la compañía. Es de suma importancia mantener continuidad en los planes y programas emprendidos en el ejercicio anterior cumpliendo con las resoluciones y recomendaciones emanadas de la Junta General de Accionistas.

AÑO 2016

- Al iniciar mi gestión en el mes de enero 2016 tuvimos una Notificación de la ARCOTEL, mediante la cual nos informaban sobre el inicio del proceso de terminación anticipada y unilateral del contrato de concesión, por haber incurrido en el mecanismo de Devolución-Concesión, conforme lo establecía la Disposición Transitoria Décima de la *Ley Orgánica de Comunicación*. Para lo cual, con el fin de ejercer el derecho a la legítima defensa, se contrató los servicios del Dr. Juan Pablo Rojas, abogado experto en Medios de comunicación; quien luego de varios meses de litigación y preparación de la defensa, consiguió que mediante la Resolución ARCOTEL-2016-0421, expedida el 22 de abril del 2016, la ARCOTEL se abstenga de continuar con el procedimiento administrativo de terminación anticipada y unilateral del contrato de concesión, celebrado el 02 de abril del 2002 y disponen el archivo del presente procedimiento.
- Dentro del ámbito judicial, tuvimos que enfrentar dos juicios interpuestos por la señora Doris Castillo, ex coproductora del canal, uno la continuación de un proceso por despido intempestivo y otro del cobro de una factura por concepto de comisiones; los cuales, gracias a la defensa interpuesta por nuestro abogado Dr. David Morán, también fallaron a nuestro favor.
- De igual manera, se cumplió con las disposiciones emanadas por los organismos de control de las telecomunicaciones, como es Registro Público de Medios ante la CORDICOM, requisito indispensable para poder contratar con entidades del estado.
- Se cumplió también con la obligación de preparar y presentar ante la ciudadanía y el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, el proceso de Rendición de Cuentas del año 2015.

- El principal objetivo de la presente administración ha sido generar rentabilidad y sostenibilidad de la compañía, a pesar de la crisis económica en la que se encuentra inmerso nuestro país; por lo cual, al iniciar mis actividades como Gerente de la empresa, mantuve reuniones comerciales con los principales representantes de las empresas públicas y privadas de nuestra provincia, para entablar alianzas estratégicas que nos permitan suscribir entablar relaciones comerciales a largo plazo.
- Se reestructuró el Departamento de Ventas, mediante la contratación de dos asesoras comerciales y la inclusión del personal de Recepción al área de ventas, sumándose a la asesora comercial que ya teníamos, los Coproductores, el Productor de Deportes, la vendedora Nacional y Ventas directas del canal; para formar un fuerte equipo de ventas; sin embargo, la difícil situación del mercado en nuestra provincia ocasionó la desmotivación y la inestabilidad del personal de este departamento.
- La programación también tuvo un cambio, empezamos por reestructurar el noticiero de la mañana y hacer el lanzamiento de la revista Informativa “Café Noticias”, incluimos programas de la VOA, nuevo programa musical juvenil “La Maleta Musical”, firmamos convenios con la PUCESI y la productora audiovisual “APAK”, quienes nos proporcionan programas de índole educativo e intercultural, respectivamente. Así también, se renovó los contratos de Coproducción de los programas “Viva la Música” y “Economía para Mi pymes”.

Por la necesidad de impulsar innovación y desarrollo de nuevos productos y servicios, con el fin de generar mayores ingresos, también se desarrollaron programas eventuales como fueron el intercolegial del conocimiento “Quién Sabe más”, en alianza con la SENESCYT y las transmisiones en vivo de los eventos más relevantes de las festividades del Yamor, Jora y Fiestas de Ibarra, participando como auspiciantes principales de las fiestas, que nos permitieron tener acceso a estos eventos y posteriormente difundir publicidad contratada durante la transmisión de los mismos.

Durante el año 2016, hubo una significativa rotación del personal, tanto en el Departamento de Noticias como en el Departamento de Ventas; de los cuales, el primero logró la estabilidad en el presente año; pero en su mayoría se observa un sentido de pertenencia y compromiso por parte del recurso humano que labora en las diferentes áreas, lo cual contribuye en el desarrollo de la empresa.

En el aspecto económico - financiero, la empresa ha manejado eficientemente los activos a corto plazo y las obligaciones asociadas, la empresa ha recurrido a fuentes externas de fondos para financiar sus activos y los gastos corrientes, y ha cumplido con los compromisos adquiridos.

Las ventas directas del Canal contribuyeron en el 66% en la composición de los ingresos totales por venta de publicidad, mientras que las ventas a través de agencias aportaron un 20% del total, el restante 14% corresponde a la colocación de asesores comerciales y coproductores. El

Porcentaje de ventas canal es un indicador de gestión muy importante que incide directamente en el ahorro de pago de comisiones por este concepto.

El programa de recuperación de cartera, la política crediticia y gestión de cobros se han mantenido, su continuidad ha influido directamente en satisfacer las necesidades de capital de trabajo con la debida oportunidad, existe una mejora en la rotación de

cuentas por cobrar como resultado de la venta al contado de publicidad electoral que incide en la disminución del plazo promedio de cobros y el índice de vencimientos.

Las transacciones y registros contables se realizaron ajustados a los PCGA, las NIFFS y otras normas y procedimientos de orden legal garantizando de esa manera la razonabilidad y confiabilidad de los Estados Financieros.

La empresa, ha cumplido estrictamente con las obligaciones legales, pagos y contribuciones con los organismos de control, tales como: Superintendencia de Compañías, SRI, Arcotel, Municipio de Ibarra, Cámara de Comercio y otros, al cierre del ejercicio queda pendiente únicamente el pago de tributos al SRI correspondientes al mes de Diciembre 2016

B.- INFORME FINANCIERO

RESULTADOS DE OPERACION HISTORICOS

REFERTOP S.A.				
RESUMEN RESULTADOS DE OPERACIÓN Y SITUACION HISTORICOS				
	2016		2015	
A.- RESUMEN OPERACIONES	MONTO	%	MONTO	%
VENTAS NETAS	330.590,41	100,00	348.666,10	100
(-) Costos y Gastos de Operación	430.264,45	130,15	511.331,42	146,65
UTILIDAD OPERACIONAL	-99.674,04	-30,15	-162.665,32	-46,65
Ingresos no operacionales	9.364,70	2,83	6.181,28	1,77
UTILIDAD(PERDIDA)CONTABLE	-90.309,34	-27,32	-156.484,04	-44,88
Depreciación	37.697,39	11,40	41.753,65	11,98
FLUJO DE CAJA ECONOMICO NETO	-52.611,95	-15,91	-114.730,39	-32,91

Fuente: REFERTOP S.A.

REFERTOP S.A.				
RESUMEN DE VENTAS HISTORICO				

VENEDORES	AÑO 2016	AÑO 2015	VARIACION	%
AGENCIAS / MALLURY G.	104.460,61	136.378,49	-31.917,88	-23%

CANAL / VENTAS DIRECTAS- JENNY A.	188.373,24	158.940,26	29.432,98	19%
CLASIFICADOS / RECEPCION	3.579,59	1.485,64	2.093,95	141%
COPRODUCCION	4.823,97	18.537,32	-13.713,35	-74%
DEPORTES / HUGO BONILLA	9.413,52	4.611,51	4.802,01	104%
PRIVADOS / ASESORES	41.926,83	23.212,90	18.713,93	81%
	352.577,76	343.166,12	9.411,64	3%

Fuente: REFERTOP S.A.

REFERTOP S.A.
RESUMEN DE VENTAS CLASIFICADO VENTAS NACIONALES / LOCALES

VENDEDORES	AÑO 2016	AÑO 2015	VARIACION	%
VENTAS AGENCIAS NACIONAL	104.460,61	136.378,49	-31.917,88	-23%
VENTAS LOCALES	248.117,15	206.787,63	41.329,52	20%
	352.577,76	343.166,12	9.411,64	3%

INGRESOS

Los ingresos de REFERTOP S.A., son producto de la actividad económica que realiza por venta de publicidad, cuyos resultados son:

Las ventas netas del año 2016 alcanzaron la suma de \$ 352.577,76 frente a \$ 343.166,16 de ingreso en el año 2015, se observa un crecimiento de \$ 9.411,64 equivalentes al 3% con respecto al año anterior.

En el año 2016, la generación de ingresos a nivel local mejoró sustancialmente, varían con respecto al año 2015 en \$ 41.329,52 equivalente a un crecimiento del 20%, como resultado de las ventas realizadas por REFERTOP S.A. por gestión directa y por ventas conseguidas por los asesores comerciales, mediante la difusión de programas especiales, segmentación de auspicios y transmisiones en vivo.

Las ventas directas del canal suman \$ 188.373,24; Clasificados realizados por el personal de Recepción \$ 3.579,59; Asesores comerciales \$ 41.926,83; Deportes \$ 9.413,52 y coproductores \$ 4.823,97; el total de ventas locales sumaron \$ 248.117,15; equivalente al 70,37% de las ventas totales, con relación al año 2015 se incrementaron en un 20%.

Las ventas a través de agencias de publicidad suman \$ 104.460,61 equivalente al 29,63% de las ventas totales; con relación a las ventas agencias 2015 estas disminuyeron en \$ 31.917,88 equivalente al -23%.

El flujo económico de Caja positivo ha permitido que la administración disponga de los fondos necesarios para satisfacer oportunamente los compromisos adquiridos con organismos de control, proveedores de bienes y servicios, trabajadores y accionistas.

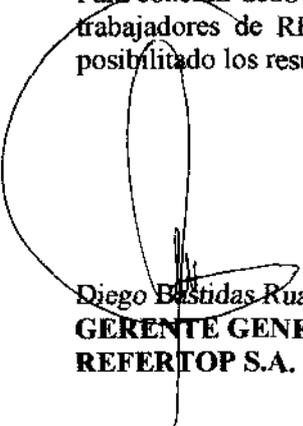
RECOMENDACIONES

Para el año 2017 la administración debe mantener una actitud previsiva con una planeación financiera adecuada con una tendencia a la disminución de costos y gastos de operación, si las ventas se contraen, también se debe reducir y ajustar en forma similar los gastos en recurso humano, salarios, prestaciones sociales, honorarios, y otros gastos que bien pueden ser evitados. Es importante tomar en consideración, que a pesar que el próximo año habrá campaña electoral, no podemos depender únicamente de esos ingresos, debido a que son Elecciones Generales que manejan estrategias de campaña con medios de alcance nacional.

Es de vital importancia la innovación y desarrollo de nuevos productos y servicios que sean atractivos y satisfagan los requerimientos de clientes y televidentes del norte del país.

Impulsar estrategias de marketing y ventas para ofrecer los nuevos productos y servicios, impulsando la fuerza de ventas, expandiendo el mercado del norte del país con precios competitivos, promociones y descuentos que aseguren una fuente de ingresos permanente sin depender de la venta de publicidad electoral.

Para concluir debo manifestar un especial agradecimiento a los señores accionistas, directivos y trabajadores de REFERTOP S.A., por la confianza y apoyo brindados, su contribución ha posibilitado los resultados obtenidos en el ejercicio económico 2016.



Diego Estidas Ruales
GERENTE GENERAL
REFERTOP S.A.