

~~92868~~
92868



INFORME ANUAL DE LA GERENCIA GENERAL POR EL AÑO 2006

En cumplimiento de lo que dispone la ley, me permito poner a consideración de ustedes señores accionistas, el siguiente informe de actividades económico del año 2006, respecto al balance de Situación y Estado de Resultados.

EL ENTORNO GENERAL

El ejercicio 2006 viene con el estigma de todo año electoral, la inestabilidad política sobre todo, aunque no hay que desmerecer a la económica, que ya es un derrotero entre nosotros, a pesar de ya estar viviendo los efectos de una dolarización controlada. Este escenario político hace que una vez más nuestro país termine un año lleno de dudas de lo que traerá el nuevo gobierno. Estigma, porque es lo normal que toda la economía sufra una desaceleración en el período de incertidumbre, mucho más la nuestra con la frecuencia que han tenido estas elecciones en los últimos 10 años.

El nuevo escenario que se presenta en el Ecuador tras el triunfo electoral de Rafael Correa no plantea caminos bien definidos, sobre todo por la divergencia que el entonces candidato planteó en materia económica, ya que su formación lo convierten en un economista apegado a la teoría de producción, sin embargo su discurso nos mueve hacia un socialismo extremo. Dos cosas podemos tener por ciertas, una es el estilo de gobierno socialista, desconociendo el matiz del mismo; la otra es la consulta popular.

La oferta de campaña cubría como puntal la convocatoria a una asamblea constituyente, lo cual deja muy claro el afán de cambio, el cual siempre se traduce como incertidumbre hacia los campos económicos, financieros y productivos, lo que nos abre dos caminos, el primero es aquel en que todos los entes productivos se frenan y esperan a ver que ocurre con posibles medidas económicas y la constituyente, pisando un poco más seguro, así

sea sobre terreno frágil. El segundo es que los entes se aceleren y busquen lograr lo que más puedan antes que se tomen medidas y se instale la asamblea, que al parecer tendrá un gran apoyo de la gente; prácticamente estamos hablando de pescar a río revuelto y aprovechar el ojo de huracán que se generalmente se produce entre la entrada de un nuevo gobierno y sus primeros decretos ejecutivos.

A continuación indicamos algunas cifras macroeconómicas: el año 2006 cerró con una inflación anual del 3.30%. Este valor refleja un incremento de precios menor al año anterior, sin embargo, sigue siendo un incremento demasiado alto para una economía dolarizada. A partir del tercer trimestre la tasa de inflación se mantuvo y cayó para diciembre, lo cual se espera sea la tónica para el 2007.

El crecimiento económico alcanzado este año es del 4.32%, lo que marca la recuperación de la economía, dada por una menor inestabilidad, proporcionada por la dolarización, el control de la inflación, pero sobre todo debido al alto precio del petróleo durante todo el año y a las remesas de dinero enviadas por los inmigrantes. Lo que a las claras deja ver que lo que está creciendo es la masa de dinero, mas no la solidez de una inversión sustentable en producción.

El saldo positivo que existe en la Balanza Comercial es el resultado de los ya mencionados altos precios del petróleo, el promedio anual estuvo en USD 62.50. En cuanto a desempleo se refiere, la tasa subió ligeramente al 10,28%, lo cual es una tasa normal, que al igual que la inflación tuvo una mejoría en el último trimestre del 2006. A esta cifra se le debe sumar la tasa del subempleo que estuvo en el 45,31%, lo cual como siempre es una cifra muy alta como para poder pensar en una realidad estable en cuanto a lo que empleo se refiere.

La situación fiscal, debido al estigma del cambio de gobierno mencionado, sufrió un revés, ya que en el último trimestre se aumentó el gasto público, mas no la inversión en sectores sociales, cuyos mayores efectos se sentirán

cuando el nuevo gobierno ya esté en funciones, y es entonces cuando realmente veremos el matiz que se le quiere imprimir al país en el tema social. A nivel productivo los sectores que más crecieron fueron: la construcción, la telefonía móvil, la pesca, la banca y el sector automotriz.

El 2007 pinta sobre todo con una gran interrogante que se irá develando de a poco. El gobierno tendrá mucha presión por cumplir con todas sus promesas de campaña, como la constituyente, bonos de pobreza y vivienda, renegociación de deuda externa, no firma del TLC; en fin mucho programas sociales que requieren de una inversión de recursos fuerte, sin tener todavía muy claro, la fuente de todos estos recursos.

LA EMPRESA

Nuestro inicio de año fue bastante duro, apenas en el mes de mayo se reactivó en un nivel adecuado la facturación. A partir de este mes es que, aunque de manera irregular, pudimos obtener resultados que nos dejan el mejor año desde que inició la compañía en cuanto a términos financieros se refiere.

Nuestro primer paso fue conseguir nuevas fuentes de ingresos, en otras palabras clientes. Apuntamos a aquellos que pudieran desarrollar una relación en el largo tiempo, preparamos bien nuestras presentaciones y tuvimos una altísima efectividad en este tema. Clientes como El Comercio, Mutualista Pichincha, Ferrero y Grünenthal fueron parte de esta cosecha, los cuales sumados a Nissan, nos permitirían tener una base sostenible y estable en el tiempo. La segunda fuente serían los clientes más pequeños o esporádicos, lo que nos daría un poco más de holgura para el gasto.

El crecimiento que tuvimos en cuanto a clientes, hacía que tengamos que replantear nuestra estructura y tener también un crecimiento interno pero ordenado. Definitivamente la publicidad es un negocio de servicio, apuntalado en talento, tiempo y precio; si uno de estos tres requisitos falla, es poco probable que los otros dos lo puedan compensar. Nuestra estructura e

idiosincrasia organizacional, nos ponía en enorme ventaja en el tema de talento, al punto que ocupamos el 3er puesto a nivel nacional en lo que ha creatividad se refiere, pero asimismo las aristas de tiempo y precio nos quitaban terreno en el negocio, por lo que en el tema de facturación estamos alrededor de la ubicación 30. Estas razones fueron las principales para que al terminar el año, Ferrero y Grünenthal decidan dejar de trabajar con nosotros, así como un par de clientes más. Este capítulo dejó claro que estábamos listos para atraer clientes, pero que todavía nos costaba mucho mantenerlos, lo cual requería un análisis de debilidades y probablemente un rediseño de nuestra estructura interna.

El segundo paso que se dio, que tuvo un impacto decisivo en el tema de rentabilidad, fue la implementación de un buen control de la relación entre facturación y cobranza, lo que permitió tener un cuadro real de la rentabilidad que teníamos en cada una de las operaciones que efectuábamos. Los préstamos que arrastrábamos de años anteriores, estaban representando un gran costo financiero por la alta tasa con que se negoció, esto era un freno para que nuestro capital de trabajo genere excedentes para reinvertirlos, por lo que se realizaron préstamos adicionales que nos permitan pagar la vieja deuda pero a costos razonables, así como contar con un mayor capital de trabajo que bien cuidado, rindió sus frutos a final del ejercicio, resolviendo nuestros problemas de liquidez.

RESULTADOS

Los resultados del ejercicio 2006, registran unos beneficios que se detallan a continuación:

UTILIDAD DEL EJERCICIO	USD	52.763,86
15% TRABAJADORES	USD	7.914,58
25% IMPUESTO A LA RENTA	USD	12.246,94
UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL	USD	32.602,34
10% RESERVA LEGAL	USD	3.260,23
UTILIDAD DISPONIBLE	USD	29.342,11

PRESUPUESTO 2007

El año 2007 buscaremos explotar mucho más todo el potencial de nuestros clientes, estabilizando el abrupto crecimiento logrado en el 2006 y mejorando los puntos mencionados en este reporte, para lo cual pongo a su consideración la siguiente propuesta:

INGRESOS	2'000.000
COSTO DE VENTAS	1'500.000
UTILIDAD BRUTA	500.000
GASTOS DE OPERACION	480.000
GASTOS FINANCIEROS	5.000
UTILIDAD NETA	15.000

Finalmente, quiero expresar mi profundo agradecimiento a todos los trabajadores de La Facultad, por la constancia que día a día demuestran, ese gran esfuerzo que realizan para seguir creciendo en este complicado negocio de la publicidad.

Cordiales saludos,



César Castro Saavedra
Gerente General

