

Quito, 15 de abril del 2015

Señores

SOCIOS DE PROMOCIONES MOVILES PROMOVIL CIA. LTDA.

Presente

De mi consideración:

En cumplimiento a lo dispuesto por la Superintendencia de Compañías, entrego a Ustedes el informe de Gerencia General, correspondiente al ejercicio económico 2014.

Atentamente,

Santiago Terán R.
Gerente General

**INFORME DE GERENCIA GENERAL
DEL EJERCICIO ECONOMICO 2014
DE PROMOCIONES MOVILES PROMOVIL CIA. LTDA.**

1. Cumplimiento de objetivos previstos para el ejercicio económico.

Durante el ejercicio 2014 se concretaron y afianzaron objetivos planteados para la Compañía:

- Continuamos siendo líderes en el mercado nacional en el segmento de publicidad móvil exterior e interior en buses y taxis.
- Consolidamos la confianza de nuestros principales clientes, quienes han renovado contratos por igual o mayor tiempo y se ha recuperado clientes que se fueron con la competencia.
- No se logró conseguir el incremento planteado en las ventas, la situación con respecto a inversión en publicidad se ha detenido y existe resistencia por los factores externos que ha tenido el país.
- Se está dando el mejor servicio para mantener el contrato firmado con cliente que contrato el servicio de publicidad por dos años.
- Se ha mejorado los tiempos de pago a nuestros proveedores, tratando de ajustarnos a los plazos establecidos, existió la comprensión y se mantienen las buenas relaciones comerciales con todos.
- Se ha logrado mantener las plazas de trabajo, aportando así a disminuir el desempleo en el país y contribuir con el crecimiento de la sociedad.
- El servicio que brinda la empresa se ha consolidado y diferenciado en el medio, por nuestra capacidad de reacción al cumplimiento de los requerimientos del cliente.
- Se ha desarrollado una gestión eficiente de cobranza y administración del flujo disponible.
- El incremento de competencia aún pesa por la forma desleal en que compiten y pese a ello se ha logrado sobresalir y ser la empresa pionera de este medio.
- La comercialización del nuevo producto (alto relieve) para diferenciarnos de nuestra competencia, dando innovación del medio nos ha permitido cerrar nuevos contratos.

2. Hechos extraordinarios producidos durante el ejercicio en el ámbito administrativo, laboral y legal.

- La creación de nuevas leyes afectarán directamente al gasto de publicidad de las empresas, la restricción para los importadores también afectará varios sectores; sin embargo se canalizará los esfuerzos para que estos factores no tengan gran incidencia en nuestra compañía.
- El cambio de autoridades el segundo semestre afectó directamente a la comercialización del Trolebus y Ecovía.
- El entorno externo del país ha marcado poco desarrollo, la inversión de las empresas es lenta y con restricciones lo que como medio de publicidad alterno nos afecta directamente.
- Se continúa con la planificación en cuanto a ejecución, eficiencia y cumplimiento a satisfacción de los requerimientos de nuestros clientes, mantenimiento la optimización de recursos, es así que se obtuvo la renovación de contratos con los principales clientes.
- Hasta al momento no están concesionadas las paradas del Corredor Central Norte, por lo que este año no fue posible su comercialización, hasta determinar que institución va a manejar la concesión de los espacios publicitarios ahora que el Municipio de Quito es quién ha dado el mantenimiento y cambio de imagen de las paradas.

3. Situación financiera de la compañía al cierre del ejercicio

- No se logró alcanzar la meta prevista en ventas para el año 2014, sin embargo se considera un buen resultado por el mantenimiento de las cuentas y los nuevos clientes que han pautado durante este año.
- La proliferación de competencia desleal en el medio siguen dañado el mercado y dificultando su desarrollo normal, pero a su vez nos obligan a mejorar constantemente para diferenciarnos y mantenernos como líderes del mercado, con la innovación constante.
- Se decidió crear una Dirección Comercial con la finalidad de potenciar las ventas y direccionar al personal existente de ventas y las nuevas contrataciones de personal para ese departamento; lamentablemente, la directora comercial contratada ni el nuevo personal de ventas se adaptó al giro del negocio y sus particularidades, se tomaron varias estrategias en los meses de su contratación pero no se obtuvo los resultados esperados y solo fue un gasto más para la compañía.

4. Objetivos para el año 2015

- Continuar manteniendo el liderazgo en el mercado nacional en el segmento de publicidad móvil en buses a nivel nacional y conseguir la comercialización de los buses articulados.
- Incrementar el nivel de ventas en un diez por ciento versus año 2014 y gestionar la obtención de clientes a largo plazo.
- Optimizar los costos y gastos para lograr mayor competitividad y enfrentar la proliferación de empresas similares.
- Continuar con la planificación, ejecución y evaluación en el departamento de ventas, para obtener los resultados planteados.
- Impulsar la creación de nuevos productos o el mejoramiento de los existentes para diferenciarnos y sobresalir en el medio.
- Cumplir con los pagos a nuestros proveedores, dentro de los plazos establecidos.
- Cumplir eficazmente las obligaciones y requerimiento de los entes reguladores.
- Aportar con el crecimiento del país y la sociedad, manteniendo las plazas de trabajo en nuestra empresa.
- Contratar una persona para ventas con la finalidad de atender un segmento del mercado que al momento está sin explotar y que puede dar buenos resultados.