

Quito 24 de abril del 2011

El año 2011 para Mayopublicidad Ecuador S.A, se caracterizó por ser un año de estabilización

Es importante mencionar los factores de desempeño macroeconómico de Ecuador, antes de dar a conocer el desempeño de Mayopublicidad Ecuador. S.A. durante el 2011.

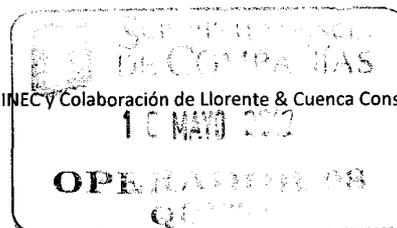
I. Entorno Macroeconómico y Político¹

De acuerdo al Banco Central del Ecuador, organismo oficial de las estadísticas macroeconómicas, a precios constantes del 2000, en el tercer trimestre del 2011, Ecuador incrementó el PIB en 1.7%.

En el tercer trimestre de 2011 el Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador registró un crecimiento de 9% frente a igual período de 2010. Esta cifra es la segunda más alta de Sudamérica, ubicándose detrás de Argentina. Por su parte, frente al segundo trimestre de 2011, la economía creció en 1.7%. Las actividades con mayor expansión anual fueron: 'construcción' (31.8%), 'fabricación de productos de la refinación del petróleo' (28.7%) y 'suministro de electricidad y agua' (18.4%). Por otro lado, la rama que registró contracción fue 'servicios de intermediación financiera medidos indirectamente' (-11.6%). Considerando la oferta y utilización final de bienes y servicios, sobresale el crecimiento de la formación bruta de capital fijo (15.7%), exportaciones (8.6%) y consumo final de los hogares (6.1%).

La balanza comercial acumulada a noviembre de 2011 presentó un déficit de US\$ 1,800 millones, inferior en 6.8% al déficit generado en el mismo período en 2010. Las exportaciones totales sumaron US\$ 19,357 millones, crecieron el 9.34% con respecto al 2010. Las exportaciones petroleras representan el 56%, mientras que las exportaciones no petroleras el 44%. Los principales productos comercializados fueron: Petróleo crudo en 51%, Banano y Plátano en 11%, Camarón en 5%, Derivados de petróleo 5%, principalmente. Por otro lado, la cifra de importaciones totales registró un valor de US\$ 21,099 millones lo que representa un incremento

¹ Fuente: Páginas WEB; Banco Central del Ecuador; Produbanco, INEC y Colaboración de Llorente & Cuenca Consultores.



MAYO

www.mayopublicidad.com

BRARY COT
CENTRO NACIONAL DE REGISTRO
MAYOPUBLICIDAD
ECUADOR S.A.

de 21% con relación al período enero-noviembre de 2010. Este incremento se debe al aumento de 6% por volumen y 14% por precios promedio por tonelada métrica importada respecto de los presentados en el mismo período de 2010. Del total importado, las adquisiciones de materias primas aportaron con 31.6%, los bienes de capital con 25.4%, los bienes de consumo con 20.0% y los combustibles y lubricantes con 22.9%.

La Balanza comercial no petrolera ha sido a lo largo del periodo 2007 – 2011 superavitaria, comportamiento que se explica en gran medida por la variación del precio del barril de petróleo exportado.

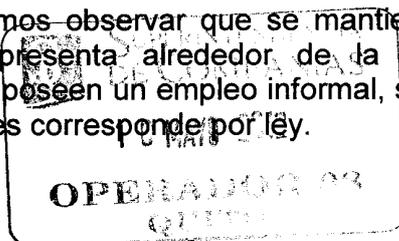
Con relación a las remesas de trabajadores, para el tercer trimestre de 2011, las provenientes de los países de Estados Unidos, España e Italia representaron el 45.1%, 38.2% y 7.9% respectivamente; mientras que el 8.8% restante correspondió al resto del mundo, entre los que se destacaron: México, Uruguay, Inglaterra y Perú.

En diciembre de 2011, la variación mensual del Índice de Precios al Consumidor fue de 0.4% y la inflación anual fue de 5.41%, lo que significa que el año cerró con una inflación superior a la de 2010 del 3,33% y superior también a la meta prevista por las autoridades, estimada en el 3,9%. La inyección de dinero en el mercado interno, a través de un mayor gasto público, colaboró también para que la demanda de bienes y servicios se mantenga elevada y presione sobre los precios.

La división de alimentos y bebidas no alcohólicas es la que más contribuyó al aumento de la inflación anual.

El desempleo en el Ecuador se ubicó en 5.1% durante el periodo enero – diciembre de 2011, frente al 6.1% registrado en igual período del año pasado. El crecimiento sostenido de la Inversión Pública y del Sector de la Construcción han sido base fundamental para el decrecimiento del índice.

La población económicamente activa se ubicó en 4.45 millones y el subempleo nacional urbano pasó de 47.1% en diciembre de 2010, a 44.2% a diciembre de 2011; a pesar de la reducción, podemos observar que se mantiene en niveles considerablemente altos, lo que representa alrededor de la mitad de los ecuatorianos en capacidad de trabajar poseen un empleo informal, sub - valorado, o no poseen todos los beneficios que les corresponde por ley.



Por primera vez, el Ecuador está entre los países clasificados como “desarrollo medio alto” por el Índice de Desarrollo Humano del Programa Nacional de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Un estudio de la CEPAL calcula que la pobreza bajó de 40.2% a 38.3% en el 2011.

Como datos adicionales: el Gobierno Nacional decretó un incremento en el Salario mínimo vital de US\$ 264 a US\$ 292 para el 2012, y de acuerdo a nuevos datos proporcionados por el INEC el promedio de individuos por unidad familiar es de 3.8 personas.

El precio del petróleo cerró 2011 en US\$ 103,2 para el crudo Napo y US\$ 106,4 para crudo Oriente. Desde abril de 2011, las Empresas del Estado han conseguido negociar el Crudo Oriente a un precio superior al WTI.

La producción petrolera se recuperó desde junio de 2010, aumentando en el 2011 un 3.7%, lo que significa un promedio de más de 180 millones de barriles.

II Análisis situación Gestión Mayopublicidad Ecuador S.A.

El año 2011 ha sido un estable a pesar de que la empresa ha afrontado dos situaciones difíciles; la primera es la desalienación internacional a nuestra red, casi a mediados de año de SCJ y MNJ quienes eran dos de nuestros principales clientes y la segunda es la necesidad de cambios de oficinas lo que para el tercer trimestre obliga a mantener un doble alquiler mientras se prepara la nuevas instalaciones.

Por otro lado se gana la cuenta de Banco Proamerica junto con otras cuentas pequeñas y actividad publicitaria para el Estado ecuatoriano lo que ayuda a mantener una estable facturación y solventar el déficit causado por las dos circunstancias anteriormente mencionadas. Un tema determinante es el mantener y generar negocios de importantes clientes como Nestlé DPA y BDF.

