Quito, 20 de abril de 2020

Estimados miembros de la

Junta Accionaria

Touche Films

De mis consideraciones,

El año 2019, fue un año de cambios importantes para Touché Films: La adquisición de 2btube, La incorporación de personal nuevo en cargos de decisión dentro de la compañía, y los cambios en la administración son los más importantes a mencionar. Tuvimos un año 2019 cuyos primeros meses fueron muy duros para el área comercial, con muy pocas ventas, y con una visión difusa del problema.

Nos planteamos dar el salto a levantar el mercado en México abriendo operaciones en el DF.

Al mismo tiempo se logró cerrar el trato para nuestro primer proyecto premium, "Mortal Glitch", y se culminó la posproducción de nuestro primer largometraje para salas: "Dedicada a mi ex."

Montamos un área de desarrollo que estructuró y organizó un proceso de networking que la compañía venía construyendo desde hace años y se armó de contenidos para convertirlos en proyectos de series y películas.

En el área de redes nos enfocamos en la monetización en otras plataformas como facebook, y el uso de conectores como Dailymotion para ampliar nuestros ingresos.

El área de producción la re-estructuramos por completo, para poder hacer más eficiente y profesional la producción de Touché, sin perder el espíritu de una producción pequeña y controlada, pero preparándonos para producir cosas grandes como Mortal Glitch.

En la parte humana y física nos concentramos en construir un ambiente de trabajo estimulante para el personal. Hicimos adecuaciones físicas en la oficina y diseñamos dinámicas para trabajar en la parte humana de nuestro personal operativo y el liderazgo de nuestras cabezas de equipo.

Con todos estos cambios y ajustes, llegamos a un mes de julio donde los resultados financieros de la compañía para el 2019 se proyectaban muy mal: Financieramente estábamos en problemas y había que tomar decisiones radicales.

Es así que en el mes de agosto del 2019, acepté la Gerencia General y me enfoqué en 4 puntos fundamentales:

1. Profesionalizar el área financiera de Touché Films para poder implementar sistemas de evaluación, control y proyección, que me permitan tomar decisiones a tiempo para mantener la empresa a flote.

2. Fortalecer el área comercial, para dejar de vender catálogo de productos y empezar a vender estrategias de marketing, kpi's y servicios

3. Enfocar al equipo de redes a conseguir resultados en crecimiento y monetización del canal en las diversas plataformas.

4. Explotar al máximo el potencial de nuestros IPs para lograr hitos en el corto y mediano plazo que nos posicionen como la empresa generadora de contenidos en LATAM a la que hay que "ponerle el ojo".

Me puse como objetivo asegurar la recuperación de la compañía en el 2020 con lanteamientos claros y alcanzables que generen valor en el corto, mediano y largo plazo identificando las ventajas competitivas que sean sostenibles.

Es así que contraté a Francisco Salazar como CFO de la compañía desde el mes de septiembre, para enfocarnos en el análisis de la situación Financiera, la adaptación de procesos de control de gasto, la creación de matrices de evaluación para el cumplimiento de objetivos de las distintas áreas. Nos planteamos como objetivo: reducir los costos al mínimo e incrementar los ingresos al máximo.

En el área comercial tuve que tomar la dura decisión de separar a Martín de su cargo en México, ya que no se veía un pronto retorno de dicha inversión. Al mismo tiempo nos enfocamos en buscar alianzas para abrir mercados como Colombia y Perú y diseñamos nuevas estrategias de venta. Reestructuramos y fortalecimos el área para poder tener una organización horizontal donde cada proyecto se maneja con un PM que se enfoca en dar seguimiento lograr la venta y fidelización de clientes.

Con el área de redes identificamos que la manera de crecer en enchufe.tv era incrementar la frecuencia de nuestros contenidos así que diseñamos una temporada 2020 con dos estrenos a la semana. También nos concentramos en armar un soporte de servicios, para el área comercial y poder incluir en nuestros paquetes para marcas, manejo de canal, data y estrategia.

Y desde el área de desarrollo y contenido premium, teníamos en ese momento dos proyectos muy cerca de convertirse en hitos:

DAME: donde nos concentramos en asegurar el control de la distribución en Ecuador y el manejo de la campaña digital para la región, tratando de llevarla al mayor éxito comercial posible, y MG donde teníamos que rodar algo que se vea enorme con un presupuesto entregado por YTO que no era enorme.

Para los demás proyectos de desarrollo, organizamos en un catálogo de todo lo que logramos desarrollar en el 2019 para ir de manera agresiva y capitalizar el networking que Andrés y Martín habían logrado en el tiempo, los contactos de Bastián y el soporte de Blanca en 2btube para cerrar deals en el 2020 para TV, Plataformas OTTs y Cine.

Es así que cerramos el 2019 con:

Sistemas implementados de control, proyección y planificación desde el área financiera.

Leads muy claros de clientes que comprarían productos y servicios a partir del mes de enero del 2020

Una reducción de gasto en la producción de ETV del 19% para el 2020 Conversaciones avanzadas con Fox Telecolombia y Tondero para producir sketches y branded content en alianza estratégica con ellos en Colombia y Perú para el 2020.

La película ecuatoriana más taquillera de la historia, Con un rodaje super eficiente de Mortal Glitch que aunque se dio en circunstancias climáticas muy complejas apenas tuvo una contingencia del 2,6% del presupuesto total, misma que fue aprobada por YTO sin ningún problema.

Con un nuevo proyecto de largometraje para el 2020 (MIFITS). Con trabajo constante con MOJO Globat Arts, empresa que nos representa en USA, con quienes estamos desarrollando un proyecto 2btube-Touché-Mojo, para entrar al mercado latino en USA y sumarle valor a nuestros proyectos de desarrollo. Con reuniones mensuales con ejecutivos de Netflix. Con conversaciones con Endemol Shine Boomdog en México para hacer algo en conjunto para el 2020. Con lazos importantes con Legendary Pictures, Turner, Dooya que permitirán cerrar proyectos el próximo año. Con conversaciones avanzadas con Ecuavisa y TA para trabajar en proyectos para TV nacional.

Y aunque terminamos un año 2019 con una pérdida contable importante, el flujo de caja nos permitió seguir adelante. Los ingresos generados por la distribución de DAME nos dieron un soporte económico importante para inicios del 2020, sabiendo que se debe liquidar con los socios de la película su participación ahora en el mes de mayo. Las ventas del área comercial en los meses de enero, febrero y marzo superaron la expectativa de lo planificado y las estrategias para mejorar la monetización dieron resultados positivos para dichos meses: El mes de diciembre del 2019 es el mes con la mayor monetización en la historia de enchufe.tv. con cerca de 79,000 dólares en ingresos entre YT y FB El inicio del 2020 se vino muy bien: logramos una utilidad contable en el Q1 de más de 600 mil USD para la compañía que una vez liquidados los socios de DAME y los costos de MG sigue reportando utilidad. Pero la realidad del COVID19 nos obliga nuevamente a dar un giro de timón para mantener el crecimiento para el futuro de Touché.

Arturo Yépez Z.

CEO Touché Films