



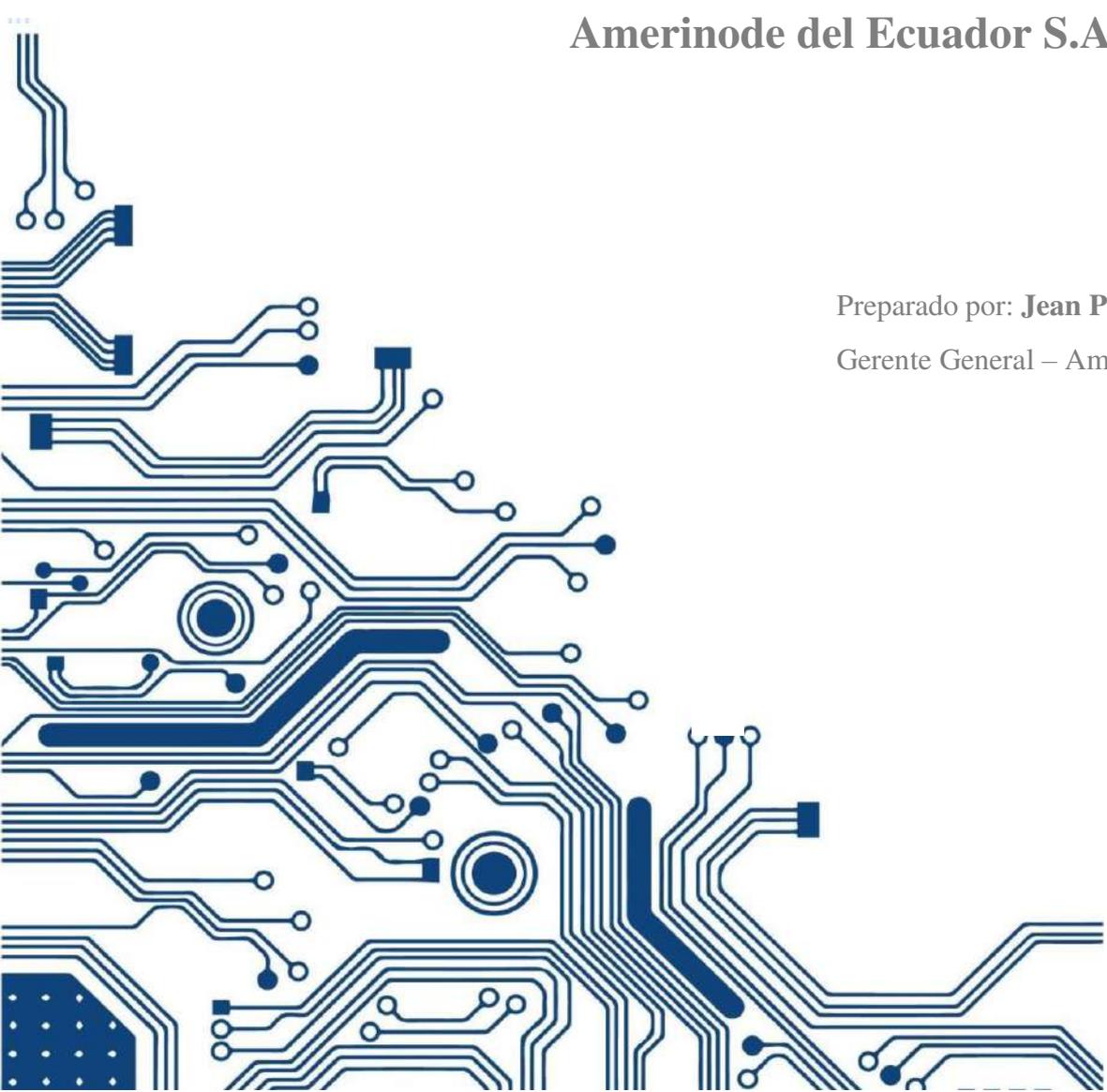
“Let us help you to maximize the financial return on your network infrastructure”

Informe Anual de Gerencia General por el ejercicio 2019

Para:

Junta General de Accionistas
Amerinode del Ecuador S.A.

Preparado por: **Jean Pierre Charpentier**
Gerente General – Amerinode



Señores Accionistas de la compañía AMERINODE DEL ECUADOR SA., tengo a bien el dirigirme a todos ustedes, para comunicarles las principales actividades ejecutadas a lo largo del año 2019.

En mi calidad de Gerente General y, en el marco de la Ley de Compañías, así como nuestro Estatuto Social, someto a vuestra consideración el presente informe.

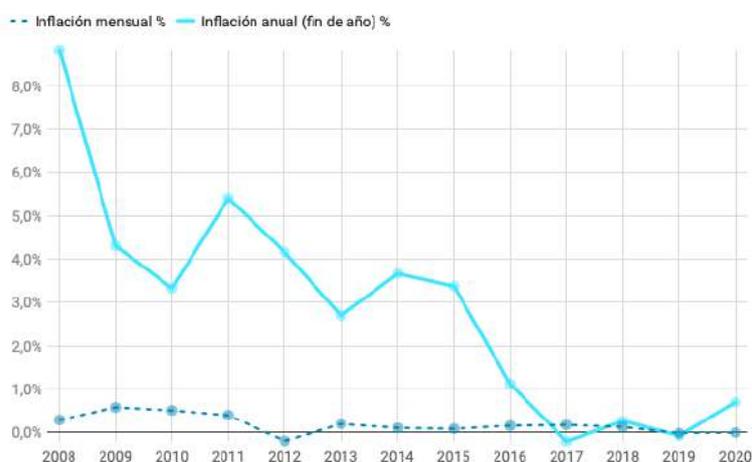
Quiero iniciar este informe con el entorno económico del Ecuador, de las telecomunicaciones, los resultados de la empresa en el período que nos ocupa.

1. ENTORNO NACIONAL:

El 2019 estuvo marcado por la protesta indígena en contra de la eliminación del subsidio a la gasolina.

Los 12 días de las manifestaciones de octubre de 2019 resultaron en pérdidas y daños materiales por \$ 821,68 millones a escala nacional, según el BCE y el Banco Mundial. Siendo el sector productivo el más afectado.

Todas las pérdidas significaron un impacto negativo del 0,08% en la previsión del Producto Interno Bruto (PIB).

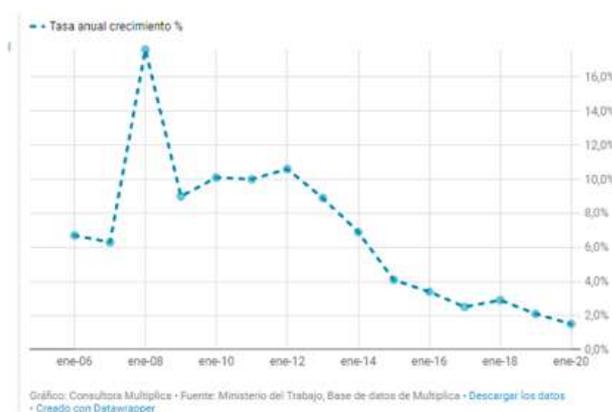


Historico Inflación

A pesar de la inflación negativa con la que se cerró el 2019, se espera que el 2020 cierre con 0,7 puntos de crecimiento inflacionario. El Decreto 883, que ponía fin al subsidio de la gasolina y que fue derogado para terminar con las protestas, provocó que la inflación promedio de 2019 haya alcanzado un valor de 0,3%. Si bien una inflación muy alta no es buena para los consumidores ni productores, tampoco es positivo que esta variable sea tan baja, como en el caso ecuatoriano, ya que implica una decadencia de la productividad del país y, por ende, un estancamiento económico.

El Estado sigue gastando más que los ingresos que genera, lo cual dejará una deuda interna de \$ 3.384 millones de dólares. Otro punto que aún no se ha controlado, y que seguramente tampoco se logrará para este 2020, es la participación del gasto corriente, que sobrepasa en un 300% a los gastos de capital.

En cuanto a materia laboral, el empleo inadecuado sigue liderando las estadísticas. La elevación del salario básico de USD 394,00 a USD 400,0 a partir de 2020 fue una medida calculada a partir de la inflación y el crecimiento de PIB esperados para el 2020, aunque los gremios laborales solicitaban un aumento de al menos USD 20,00 (Ecuador tiene uno de los salarios más altos de la región). Esto abre el debate para algunos sectores, especialmente para el sector productivo ya que aumentaría los costos de producción y, por ende, la competitividad de la producción nacional e internacional, con un distanciamiento cada vez más marcado de nuestros vecinos limitrofes.



Crecimiento salarial 1

2. ENTORNO DE LA INDUSTRIA:

Mercado Móvil

La entrada del 5G al mercado mundial, sitúa al Ecuador en un escenario de despliegue lento, por la situación económica del país, que venimos arrastrando desde años atrás y que complica a las Operadores para invertir,

El LTE a ganado espacio en el mercado y en 2019 se calcula un aproximado de 8 millones de líneas en esta tecnología, con un total de 16 millones de abonados entre los 3 operadores móviles.

El mercado móvil sigue siendo liderado por CONOCEL (Claro), con 52,3% del mercado, seguido de OTECEL (Telefónica – Movistar) con 29,7%, y finalmente CNT, que no logra despegar, con 18%.

Los ingresos de CONECEL retrocedieron 1,5%, ya que aquellos de prepago se vieron afectados por agresivas promociones que redujeron los precios. El crecimiento en postpago no fue suficiente para compensar la caída.

OTECCEL, bajo sus marcas Movistar y Tuenti, registraron un beneficio neto de 115 millones de euros en el tercer trimestre de 2019 y de 367 millones de euros en los primeros nueve meses del año, lo que supone disminuciones interanuales de 18,9% y 9,8% en términos de euros.

Telefónica Ecuador forma parte del spin off anunciado por Telefónica España a finales del 2019, que ahora está dividida en las 4 grandes (Brasil, Reino Unido, Alemania y España) e Hispam (resto de operaciones).

CNT, la empresa estatal sigue sin despuntar en el mercado, y sigue en búsqueda de una alianza o estrategia para entregar su operación.

En cuanto a radiobases desplegadas, según información web, Telefónica desplegó hasta agosto 9.611, Claro 5.054 y CNT 2.802 radiobases. Del total de radiobases instaladas el 39,9% por ciento corresponden a sitios 4G. De este porcentaje, 3.160 fueron instaladas por Claro, 2.727 Telefónica y 1.108 CNT.

Mercado Fijo, Internet y televisión

El mercado es dominado por CNT, con 84,7% del mercado. Es la única compañía en Ecuador que brinda todos los servicios relacionados y es el único proveedor de internet fijo presente en las 24 provincias, donde ofrece además servicio de televisión con tecnología DTH. También posee una red de fibra óptica de más de 32.350km.

Claro, por otro lado, apostando por la tecnología HFC, tuvieron un aumento de participación en el mercado en 7,2% gracias a aquellos de banda ancha, que subieron 16,6%.

En cuanto a banda ancha, xDSL es la tecnología mas usada en el país, dado a que es la tecnología usada por CNT, sin embargo hay un crecimiento importante en cuanto a FTTx, por competidores locales como Netlife y PuntoNet, pero que tienen concentrado sus operaciones en las principales ciudades del país, y que el gobierno nacional busca ampliar a nivel nacional con proyecto como Internet Para Todos.

3. RESULTADOS DE LA EMPRESA:

Nuestros ingresos disminuyeron en 2019 pero la utilidad se mantuvo, lo que habla de una eficiencia en la operación.

El 2019, como todos los años, fue desafiante en la búsqueda de nuevos proyectos, cliente y partners, que van a dar frutos para el 2020, donde esperamos aumentar un 20% en la utilidad neta y mejorar nuestro ebitda.

4. OBJETIVOS Y CONCLUSIONES:

Señores accionistas, la compañía sigue creciendo, cerrando un año de buenos resultados.

Hemos mantenido nuestras cifras financieras y debemos mantener la política de expansión, con una reinversión comercial, típica de la empresa, desarrollando nuevos productos.



Pierre Charpentier Ortiz
GERENTE GENERAL