

EMPRESA AZUAYA DE RADIO Y TELEVISION CÍA. LTDA.

INFORME DE GERENCIA SOBRE EL EJERCICIO ECONÓMICO DEL 2014 A LOS SEÑORES SOCIOS DE EMART CIA LTDA

Cumpliendo el Estatuto Social así como la Ley de Compañías, conforme me corresponde en mi calidad de Gerente de **EMPRESA AZUAYA DE RADIO Y TELEVISION (EMART) Cía Ltda**, me es grato poner a la consideración de los señores socios el informe de las actividades administrativas durante el ejercicio económico comprendido entre el 1 de enero al 31 de diciembre del año 2.014.

Entorno Económico y Social.

El año 2014 cerró con el anuncio del ministro de Trabajo Carlos Marx Carrasco, sobre el incremento de catorce dólares del Salario Básico Unificado (SBU) para el 2015. El SBU subió de \$ 340 a \$ 354. El funcionario señaló que el aumento durante este Gobierno ha sido superior al de regímenes anteriores y manifestó que en el Ecuador se ha registrado un incremento mayor en el salario mínimo real en comparación con otros países de Latinoamérica. La subida a \$ 354 representa una escalada porcentual de 4,11% con relación al año pasado. Durante el ejercicio fiscal 2014, el Servicio de Rentas Internas (SRI) recaudó un total \$ 13.617 millones, cifra que nunca se ha logrado en un año. La cantidad significó un 6,7% más que en 2013 (\$ 12.758 millones). Para este año se ha previsto en el Presupuesto General del Estado se obtenga un ingreso tributario de \$15.481 millones, de los cuales \$ 14.099 millones corresponden a recaudación del SRI y \$ 1.382 millones por aranceles del El Servicio Nacional de Aduana de Ecuador (SENAE).

Según el Banco Central del Ecuador durante diciembre 2014 a nivel nacional de la población total, del 69,10% que está en edad de trabajar el 64,48% de la población se encuentra económicamente activa. De la población económicamente activa, el 96,20% son personas con empleo. Esto representa que en el país el porcentaje de desempleo se ha reducido de 4,86 al 3,8% este año. Según la misma fuente Las remesas crecieron 2,6% hasta septiembre frente al año anterior. El Banano y camarón fueron las estrellas exportadoras en 2014, así como también se señala que las Importaciones de combustible y caída del precio del petróleo alimentaron el déficit comercial de \$ 727 millones en 2014.

Los indicadores del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) dicen que la canasta básica se ubicó en \$ 646,30 y la canasta vital en \$ 466,59. Ligeramente superior al año anterior que registró 628,27 dólares. La inflación 2014 paso de 2,85 del 2013 al 3,67%.

Uno de los factores de mayor preocupación en la economía nacional es el desplome de los precios del petróleo, nuestra producción de 553.000 barriles diario cayo en el mercado

internacional de \$ 99,00 en diciembre 2013 a por debajo de los \$46,00 en el mismo mes del 2014 según el referencial WTI. Por ello entre otras medidas el Gobierno decidió restringir aún más las importaciones de vehículos y partes hasta el 31 de diciembre de 2015. La medida se adoptó en la última reunión del Comité de Comercio Exterior (Comex), donde se redujeron los cupos hasta 57%. Se redujo el presupuesto general del Estado en \$ 1.420 millones. Según el ministro de Finanzas, Fausto Herrera, el recorte es una decisión fiscal de \$ 839,9 millones en inversión y \$ 580 millones en gasto corriente.

El País ha buscado nuevas fuentes de crédito como el de China, que se comprometió a invertir \$ 7.526 millones. De estos, \$ 4.000 millones podrían llegar en el 2015. Así lo confirmó el Ministerio de Finanzas, la misma entidad ha comprometido \$ 250 millones para cocinas de inducción. Otros \$ 1.500 millones vendrían del China Development Bank (CDB) para financiar el Plan Anual de Inversiones de 2015. Además de otros rubros de cantidades menores. Ecuador ha estado recibiendo créditos chinos a plazos cortos de entre cuatro y ocho años y a tasas de interés de entre el 6% y 7%. De acuerdo con las últimas cifras del boletín de deuda del Ministerio de Finanzas de noviembre pasado, publicado recientemente, Ecuador adeuda a China \$ 4.748 millones, esto es 28,1% de la deuda externa total, que asciende a \$ 16.913,4 millones. Además, hay un saldo por preventas petroleras al país asiático de \$ 1.841 millones. Ambos rubros suman una deuda de Ecuador con China de \$ 6.588,7 millones hasta inicios del 2015.

Según el ministerio de Finanzas, informó que el crecimiento de Ecuador del 2014 fue del 3,7%. La cifra es menor a la previsión que consta en la pro forma presupuestaria del 2014 y que era de entre el 4,5% al 5,1%. El crecimiento económico de Latinoamérica se situó en 2014 en menos del 1,5%, por debajo de la tasa promedio de los 34 países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) por primera vez en 10 años, según el reporte.

El año 2015 se presenta como un año difícil según lo ha reconocido el mismo presidente de Ecuador, un tema delicado, el precio del petróleo, un reto, el de la nueva matriz energética, así por ejemplo Ecasa cerró su producción de estufas de gas hace unos meses. Mientras, Indurama, Fibroacero (Ecogas) y Mabe reorientan su mínima producción hacia la exportación a países de la región y Centroamérica. Esto, por la baja demanda de cocinas de gas desde mediados del 2014 y que se agravó a inicios de este año cuando el Gobierno impuso a estos artefactos el 100% de ICE (Impuesto a Consumos Especiales), con lo que su precio se duplicó, para incentivar la compra de las estufas de inducción, a las que se les eliminó el IVA, desde comienzos de este año. Por otro lado tres empresas de autos introducirán vehículos eléctricos en Ecuador. Así lo indicó el Ministro Coordinador de la Producción, previo a la firma de un convenio entre el Gobierno y las marcas Kia, BYD y Nissan / Renault (Automotores y Anexos).

Hechos destacados

La ley Orgánica de Comunicación vigente en el país desde Junio del 2013 ha provocado que las estructuras de nuestros programas, tarifas y tiempos de los avisos comerciales cambien o incluyan los elementos que se piden como: La calificación de cada espacio según las franjas horarias, la inclusión progresiva de música de artistas ecuatorianos hasta llegar el próximo año al uno – uno, la limitación a las pautas publicitarias que no deben sobrepasar los 15 minutos por hora, la obligación de prestar gratuitamente espacios como cadenas nacionales que disponga el Presidente de la República, (la veces que sean, por el tiempo

que sean) o destinar una hora diaria de tele-educación elaborados por los Ministerios o Secretarías. Por citar algunos.

Un hecho que influirá en las pautas comerciales futuras es que los costos y gastos incurridos para la promoción y publicidad de bienes y servicios serán deducibles solo hasta un máximo del 4% del total de ingresos gravados del contribuyente. Esto, de acuerdo con el reglamento a la ley emitido por el presidente de la República, Rafael Correa, mediante Decreto Ejecutivo 539 del 30 de diciembre 2014. La normativa, reforma a su vez el reglamento de aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, en el cual antes todos estos costos y gastos de publicidad podían deducirse en un 100%. Según el reglamento, no tendrán este límite de deducción la publicidad de micro y pequeñas empresas, los contribuyentes que se dedican a la prestación de servicios de promoción y publicidad, oferta o colocación de bienes y servicios de producción nacional en mercados externos y la oferta de turismo.

Por su parte “Radio Cómplice FM” en el 2014 cumplió 11 años de estar al aire con su nuevo nombre comercial tal como se la conoce ahora. Dentro de este periodo hemos podido desarrollar un estilo de radio noticiosa y musical dirigida a un público adulto donde se incluye entretenimiento, información, eventos artísticos y promociones variadas.

Eventos y Promociones

Este año hemos apuntalado nuestras coberturas informativas, las tres emisiones de más noticias 06h00, 12h00 y 18h30. Sumado a nuestro micro-informativo cada hora y nuestro resumen semanal de los domingos 08h30, nos coloca en un sitio destacado como medio noticioso.

Entre los diversos eventos donde nuestra marca se ha mostrado al público citaremos algunos de los más destacados como el monólogo del mexicano Adal Ramones, el recital de Alejandro Filio, el show del colombiano Andrés Cepeda efectuado en el Coliseo Mayor. El extraordinario espectáculo de Franco de Vita a Coliseo Lleno, en julio respaldamos la gira de Roberto Carlos en Guayaquil a donde llevamos con transporte incluido a nuestros ganadores para que puedan ingresar al show y además conocer en persona y fotografiarse con el artista. En noviembre por las fiestas de Cuenca fuimos auspiciantes del show en el estadio Alejandro Serrano Aguilar del colombiano Carlos Vives y el puertorriqueño Gilberto Santa Rosa. Amplia agenda de eventos, shows y conciertos donde nuestra marca pudo destacarse.

Nuestra vinculación diaria con nuestro público busca ser en la mayor cantidad de áreas afines a nuestro estilo de comunicación como los especiales de cada mes con los artistas más destacados, donde se incluye su vida, trayectoria y música o “las viejitas movidas de Carnaval”. Promociones en programas en vivo motivando a nuestros oyentes con sorteos para conciertos o en programaciones especiales por el día de San Valentín, la serenata a mamá o “Memorias y Canciones, Lo Mejor del año” por citar algunos.

En Redes Sociales

Las redes sociales han tomado una importante participación en la vida de los públicos y cada vez resulta más importante mantener los vínculos de nuestros oyentes a través de estos canales, ahora nuestros seguidores de Twitter se han incrementado un 50%. De 8000 del año anterior a 12.000 este año y en Facebook estamos sobre los 4.550 amigos. Este incremento en seguidores y amigos los hemos conseguido por medio de diferentes promociones que se han implementado en varios programas en vivo a lo largo de todo el

año, la renovación de nuestro sitio web en internet y la calidad del material del cual el público puede disfrutar en horarios diferentes de la emisora.

Responsabilidad Social e Interculturalidad

Conforme se pide ahora en la ley estamos progresivamente incorporando a nuestras redes sociales como la página Web o el Twitter de la emisora la mayoría de los contenidos informativos que colocamos en nuestros programas de noticias, como una vía adecuada para que personas con discapacidad auditiva puedan seguir los acontecimientos diarios tratados en nuestros espacios noticiosos. **RADIO COMPLICE FM** ha incorporado a su programación diaria capsulas educativas de las diferentes expresiones de nuestros pueblos, costumbres, mitos, leyendas y tradiciones ancestrales, en el segmento denominado “**Ecuador, País Intercultural**”, además transmitimos diariamente la música nacional y la expresión cultural de diferentes segmentos de nuestra ciudad, región y país, culturas urbanas distintas, con su manera de mostrarse e interactuar.

Análisis de sintonía.

El último informe de medición de audiencia y preferencia del público cuencano realizado por la empresa “Procaceel” de diciembre 2014 ubica a radio Cómplice FM en el segundo puesto general entre 34 emisoras de radio en frecuencia modulada de la ciudad de Cuenca subiendo de 6,7% del año pasado al 7.6% este año (ver gráfico #1).

Nuestras fortalezas por estratos son:

- Ser la primera en el público mayor de 56 años con 21.4%.
- Segunda en la categoría público mayor de 41 años con un 9,7% (año pasado segunda con el 10,6%).
- Tercera emisora favorita en público femenino con un 8.6% (segunda el año pasado con 9,5%).
- Segunda en clase media con un porcentaje del 8.6% (segunda el año pasado con 13,6%).
- Primera en nuestro formato de música romántica en todos los horarios (ver gráfico #3).

Uno de los puntos destacados a tomar en cuenta es nuestra sólida posición entre las tres primeras emisoras informativas de Cuenca, sitial ganado con nuestro equipo de reporteros, periodistas y presentadores que desde hace varios años se ha destacado en esta labor. Como se puede observar claramente en el gráfico número dos, con un porcentaje del 13,1%.

RADIO PREFERIDA EN F.M.
 ESTUDIO RADIOS-CUENCA URBANA
 POBLACION CONTESTA

VARIABLE	PORCENTAJE
FM 86	6,4%
W RADIO	2,6%
ANTENA UNO	1,2%
MAGGICA	2,3%
K1	3,8%
LA ROJA	1,2%
RTU	4,4%
SUPER 9.49	3,5%
96.1	16,9%
FAMILIA	2,9%
COSMOS	1,5%
NEXO	1,2%
CATOLICA	1,2%
COMPLICE	7,5%
EXCELENCIA	3,2%
DISNEY	3,8%
RADIO CIUDAD	1,2%
TOMBAMBA F.M.	6,4%
MATOVILLE	1,2%
MEGA	5,5%
VISION F.M.	1,2%
CANELA	7,0%
OTRAS	13,8%
TOTAL	100,0%

Exclusivo de Complite

PROCESAL 30/2014

GRAFICO 2: FAVORITA NOTICIAS

RADIO PREFERIDA EN F.M.
 NOTICIAS
 LUNES a VIERNES 06H00-09H00
 ESTUDIO RADIOS-CUENCA URBANA
 POBLACION CONTESTA

VARIABLE	PORCENTAJE
W RADIO	4,4%
ANTENA UNO	1,5%
MAGGICA	2,2%
LA ROJA	1,5%
RTU	4,4%
96.1	29,8%
CATOLICA	2,9%
COMPLICE	13,1%
RADIO CIUDAD	1,5%
TOMBAMBA F.M.	26,3%
MEGA	2,9%
VISION F.M.	1,5%
OTRAS	8,0%
TOTAL	100,0%

Exclusivo de Complite

PROCESAL 30/2014

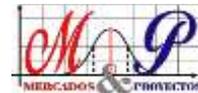
GRÁFICO 3: RADIO FAVORITA POR ESTRATOS, SEXO Y EDAD.

RADIO PREFERIDA EN F.M.
FEDERACION CIENCA (CEBAM)
BOHACION CONTESTA

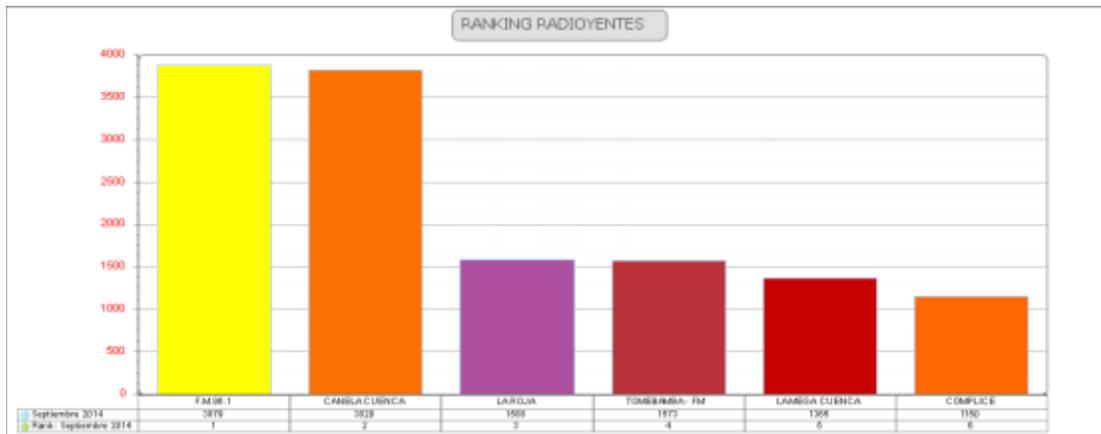
VARIABLE	ESTRATO			SEXO		EDAD (AÑOS)			
	ALTO	MEDIO	BAJO	MASCULINO	FEMENINO	DE 14 a 24	DE 25 a 40	DE 41 a 55	DE 56 Y MAS
FM 88	8,3%	6,5%	6,2%	7,0%	5,9%	11,1%	7,4%	1,4%	0,0%
W RADIO	8,3%	2,9%	2,1%	2,5%	2,7%	1,9%	2,5%	2,8%	4,6%
ANTENA UNO	0,0%	2,2%	0,5%	2,5%	0,0%	0,0%	1,6%	2,6%	0,0%
MAGGICA	8,3%	2,2%	2,1%	2,5%	2,1%	4,6%	1,6%	1,4%	0,0%
K 1	0,0%	4,3%	3,6%	5,1%	2,7%	11,1%	0,8%	0,0%	0,0%
LA ROJA	0,0%	1,4%	1,0%	0,6%	1,6%	0,0%	2,5%	1,4%	0,0%
RTU	0,0%	5,0%	4,1%	5,1%	3,7%	6,5%	4,1%	4,2%	0,0%
SUPER 9 49	8,3%	2,9%	3,6%	4,5%	2,7%	6,5%	3,3%	1,4%	0,0%
96.1	0,0%	17,3%	17,6%	15,3%	18,2%	12,0%	22,1%	22,2%	4,6%
FAMILIA	8,3%	2,9%	2,6%	1,3%	4,3%	1,9%	4,1%	2,8%	2,4%
COSMOS	8,3%	1,4%	1,0%	2,5%	0,5%	0,0%	0,8%	4,2%	2,4%
NEXO	0,0%	1,4%	1,0%	1,3%	1,1%	0,0%	1,6%	2,8%	0,0%
CATOLICA	0,0%	1,4%	1,0%	0,6%	1,6%	0,0%	0,8%	1,4%	4,8%
COMPLICE	0,0%	6,6%	7,3%	6,4%	8,6%	0,0%	6,2%	9,7%	21,4%
EXCELENCIA	8,3%	2,2%	3,6%	2,5%	3,7%	4,6%	4,9%	0,0%	0,0%
DISNEY	8,3%	3,6%	3,6%	3,6%	3,7%	10,2%	1,6%	0,0%	0,0%
RADIO CIUDAD	0,0%	1,4%	1,0%	1,3%	1,1%	0,0%	0,8%	2,8%	2,4%
TOMBAMBA F.M.	8,3%	6,5%	6,2%	7,6%	5,3%	5,6%	4,9%	5,6%	14,2%
MATOVELLE	0,0%	1,4%	1,0%	1,3%	1,1%	0,0%	0,0%	2,8%	4,8%
MEGA	0,0%	3,6%	7,3%	5,7%	5,3%	5,5%	4,9%	5,6%	4,8%
VISION F.M.	8,3%	1,4%	0,5%	1,3%	1,1%	0,0%	0,0%	2,8%	4,8%
CANELA	0,0%	5,8%	6,3%	4,5%	9,1%	5,6%	9,0%	6,9%	4,8%
OTRAS	17,0%	13,7%	14,8%	14,8%	13,9%	11,9%	12,5%	15,0%	23,5%
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Para contrastar los datos proporcionados por la empresa "Procaceel" adjuntamos el informe de Octubre 2014 realizado por la empresa "Mercados y Proyectos" donde se puede observar algunas variaciones y otras coincidencias según anotamos a continuación:

PLANIFICADOR Y EVALUADOR DE RADIO



Ciudad: Cuenca
 Frecuencia: FM
 Publicación: Octubre 2014
 Días: Lunes a Domingo
 Nivel: Medio-Bajo
 Edades: 25 a 39 mas de 40
 Sexo: Todos los Sexos
 Género: Ad. Contem poráneo, Deportes, Educativo / Cultural, Instrumental, Clásica, Música Moderna, Música Variada, Nacional/Folklore, Noticieros /
 Horas: Todas las Horas

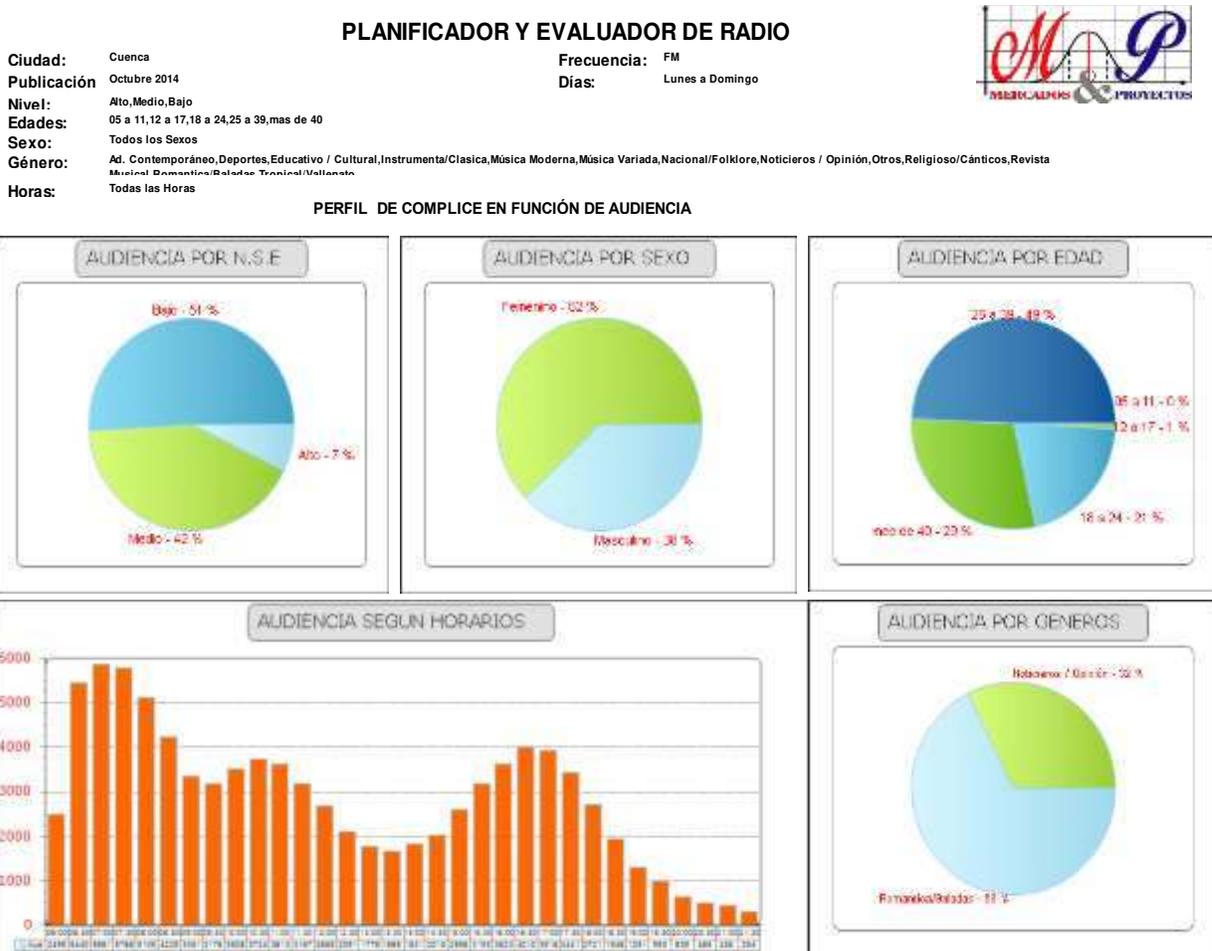


Como se dibuja en el grafico anterior Radio Cómplice FM según “Mercados y Proyectos” sería la emisora número seis, en un estrato medio bajo con oyentes mayores de 25 años.

GRAFICO PERFIL EVALUADOR DE RADIO COMPLICE FM.

Según el estudio sobre el perfil de audiencia “Mercados y Proyectos” señala que nuestro público objetivo mayoritario está ubicado en el estrato bajo el cual sería de un 51%, le sigue el estrato medio con un 42% y el alto un 7%. Lo cual significa que se mantiene igual que el año pasado con variaciones de máximo un 1% en los estratos bajo y alto. Por sexos también se mantiene la tendencia del año pasado, el público femenino es el que más escucha Radio Cómplice FM con un 62% frente al 38% masculino. Por edades nuestra mayor audiencia esta entre el público de 25 a 39 años que representa un 49%, seguido de mayores de 40 años que tiene un porcentaje del 29%. En cuanto a la programación nos reconoce el oyente en la categoría de radio romántica el 68% y como noticiosa el 32%.

Nuestro pico de audiencia está en la mañana entre las 06h30 y 08h30 del noticiero y por la tarde a las 16h30 de la programación musical. Según la gráfica:



Fuente: "Mercados y Proyectos". Corresponde el cuadro a la medición Cuenca, todas las edades, ambos sexos, todos los horarios, todas las clases sociales.

Proyectos y Perspectivas.

Hemos cubierto todos los requisitos solicitados por la nueva ley de comunicación desde la declaración jurada del uso de la frecuencia 99,7 Mhz, el catastro de medios, la publicación del código Deontológico en nuestro sitio web con la respectiva rendición de cuentas. Hemos registrado en el ministerio laboral el reglamento interno, así como el de seguridad. Como p **nuestras perspectivas consideramos necesario atender todos los requisitos de la ley y reglamentos para poder operar sin contratiempos, también hemos realizado una prolija revisión tanto de nuestra programación que ahora incluye el porcentaje de música de producción nacional estipulado, con segmentos destacados para ello, la inclusión de las calificaciones por franja horaria, los segmentos interculturales y de educación, hemos acondicionado nuestro sistema de pauta que toma en consideración los tiempos límites para la publicidad.**

Resultados.

En el año 2014 las cuentas por cobrar han disminuido un 19% con relación al año pasado, lo cual denota una mejor recuperación de cartera, en cuanto a ingresos se refiere, con relación al año anterior se observa un incremento del 15.98 %. En el tema gastos se observa un incremento del 15,87% con relación al 2013. EMART CIA LTDA, tuvo un ingreso total por ventas y otros de USD \$ 371.250,55 y un total de gastos de USD \$ 339.765,15. Lo cual significa que nos produce una utilidad líquida del ejercicio, antes de impuestos, de: USD \$ 31.485.40.

Cuenca, Marzo del 2014.



Silvia Abad Romero
Gerente.

