

INFORME DE GERENCIA DE W RADIO DEL AÑO 2018

Informe de Gerencia a los señores socios de W Radio Cía. Ltda.:

Para cumplir con lo dispuesto en los Estatutos de W RADIO CÍA. LTDA., en mi calidad de Gerente General, procedo a poner en su consideración el siguiente informe, correspondiente al ejercicio económico del año 2018.

Aspectos administrativos: Es característica nuestra empresa, y este año no fue la excepción, cumplir como rezan las leyes y obligaciones del Estado Ecuatoriano, con las disposiciones que contemplan el desarrollo de las diferentes actividades, compuestas e implementadas dentro de la carpeta "Marco de Calidad", que es dónde están todos los Reglamentos, Normas y Guías de trabajo de nuestra organización.

Por lo mismo, se cubrieron todas las obligaciones emitidas en las leyes del Estado Ecuatoriano, obligaciones tributarias, laborales y otras del tipo legal.

Se utilizó de forma permanente y personalizada el mail institucional que tienen todos los trabajadores, así nos mantuvimos comunicados y documentando todo nuestro trabajo, logrando, además, un seguimiento a los procesos emprendidos.

En la parte administrativa se ajustaron mecanismos de control y rastreo, así podemos decir que ventas, cobranzas y contabilidad están afinadas dentro de una empresa moderna.

Siguiendo nuestra política en el aspecto laboral, hemos promovido una muy buena relación y de cumplimiento de nuestras obligaciones para con el personal en la plantilla de sueldos, pagos de beneficios sociales, aportes al IESS, vacaciones, ropa de trabajo, etc. y la promoción de una cultura de profesionalismo basada en el respeto y respuestas a las exigencias empresariales.

Las obligaciones con los entes de control de las actividades financieras han sido cumplidas a cabalidad, estando al día con instituciones como SRI, IESS, Superintendencia de Compañías, Patentes Municipales, Bomberos, Sociedades de artistas y compositores SAYCE, SOPROFON, SUPERCOM, CORDICOM, ARCOTEL, Portal de Compras Públicas SERCOP, etc.

W Radio desde el 31 de octubre de 2017, se configuró como el concesionario de las frecuencias 90.1 MHZ. para servir a Cuenca, Azuay, Cañar y Yunguilla, concesión que fue otorgada para los próximos 15 años a contar desde su emisión, cumpliendo 14 meses el 31 de diciembre de 2018, con absoluta normalidad.

Situación local, nacional y de mercado: Este año ha girado hacia un deterioro en la economía, aunque estable en la política, afectando el tema ventas. Hemos buscado mantener y mejorar nuestro nivel de imagen y crecimiento en redes. En las encuestas ostentamos en la parte de Noticieros el número 1, pero en el aspecto musical-general W Radio sufrió un descenso, ocupamos el puesto 9. Es un problema paradójico que, teniendo una posición tan destacada en noticias desde

hace años, las ventas en estos segmentos son casinulas, incluidas instituciones del gobierno y administraciones públicas.

En el aspecto noticioso se varió la estructura de los noticieros, convirtiéndolos en más ágiles y con información de primera mano. Los sábados y domingos se implementaron dos sendos noticieros, buscando en estos horarios, fortalecer una deficiencia que teníamos en el tema informativo con respecto a la competencia.

En lo musical se cometió un error que nos perjudicó, corrigiéndolo tarde cerca de finalizar el año. Como la evolución a nivel mundial es hacia la Música Urbana, nos unimos a esa tendencia en W Radio, el error fue, que a pesar de anticipar a los Locutores-operadores, terminamos haciendo una radio muy similar a Radio K1 que es nuestra filial, esto nos afectó, porque en ventas los clientes escogían solo Radio K1 dejando de lado a W Radio por tener un Target parecido. Una vez detectado este problema, giramos hacia la música pop mezclada con urbana, pero eso apenas cerca del final del año.

Nuestro compromiso a priori, será recuperar a nuestros oyentes y establecernos como una estación Pop Urbana, basando la promoción en el Slogan "La W, La Factoría de Buena Música".

En vista de que el mercado ha demostrado no dar muestras de cambios en crecer, por el contrario, contrayéndose, para el nuevo año debemos tener varios puntos en donde debemos realizar fortalecimiento. A esto se suma que el tema de mercado ha cambiado drásticamente con el asunto de redes sociales. Son muchas empresas que están manejando su comunicación mediante este medio, lo que nos ha golpeado fuertemente, sobre todo, porque los recursos que invierten son inferiores a los que cobramos como Radio, y otras porque formando redes personalizadas, como son los chats, la comunicación les ha dado, por ahora, buenos resultados.

No se puede anticipar cuánto va a terminar afectando a la Radio estos cambios en el mundo de la comunicación, pero de antemano ya hay pruebas de que una cantidad enorme de empresas han desaparecido e irán sufriendo las consecuencias de esta evolución de la humanidad. Vale la pena dejar documentado para que consideremos el tema de "negocios" que han liquidado y a su vez han sido reemplazados por otras formas de comercializar. Ej.:

Spotify está golpeando fuertemente a los medios de comunicación de audio.

YouTube pone en riesgo a las empresas de televisión.

Las Redes Sociales a los medios de comunicación.

Facebook está matando a los portales de contenido.

Twitter está reemplazando todas las formas de comunicación (Periódicos, TV y Radios)

Netflix liquidó los videoclubs, mató la piratería e hizo que menos gente vaya al cine.

Booking tiene en jaque a las agencias de turismo.

Google inutilizó a las Páginas Amarillas.

Airbnb está atemorizando a los dueños de los hoteles.

WhatsApp ha afectado a operadores de telefonía fija y celular.

Uber y Cabify a los taxistas.

O LX está acabando con los avisos clasificados.
Los Smartphones condenaron a las casas de fotografía.
Zip Car hace la vida imposible a las compañías de alquiler de vehículos.
Tesla pone en duda el futuro de las automotrices.
El E-mail a anulado a los correos postales.
Waze acabó con los GPS.
Original y Nubank amenazan el sistema bancario tradicional.
La Nube hace cada vez más inútiles a los Pendrives y compra de discos duros para backups.
Tinder (y similares) quita mercado a los lugares de encuentro (y similares).
Wikipedia mató a los diccionarios y enciclopedias.

Visto esto, para tener vigencia, debemos apuntar a hacer un Medio interactivo con el oyente y sobre todo con una dinámica que obligue a que el oyente "necesite estar acompañado" de la Radio, únicamente allí es posible que, por ejemplo, Spotify, no se convierta en el medio que suplante la Radio. Se ha preparado un material al respecto, que se entrega adicional a este informe, donde se describen opiniones a tener en cuenta para nuestra planificación.

Debemos seguir reforzando el servicio al cliente con un trabajo de equipo que permita mejorar el departamento de ventas y la programación con el objetivo de alcanzar un mejor nivel de audiencia e incrementar los ingresos a futuro. Se ha puesto principal empeño en un trabajo integral en las redes sociales, página WEB y envío de mails en dirección a capitalizarlos como herramientas de apoyo para mejorar nuestro ranking de sintonía y ventas.

Además, La Ley de comunicación afectó la audiencia de la radio en los siguientes puntos:

El denominado 1x1 (1 canción nacional y 1 canción internacional)
Las pastillas de Interculturalidad que deben cumplir 72 minutos de programación diaria.
El programa "Educa", que no es atractivo para las audiencias, se debe poner todos los días, 3 bloques, uno en la mañana, otro en la tarde y uno en la noche.

Aspectos técnicos y logísticos: No solo porque es política nuestra mantenernos en el aire sin interrupciones, sino porque es mejor prevenir que remediar, seguimos dando prioridad al mantenimiento de las instalaciones y equipos, sean estas oficinas, antenas, terrenos, edificios, transmisores y receptores, etc.

Actividades Realizadas: A lo largo del año se aplicaron varias actividades para mejorar la programación de la radio, entre otras:

En el año anterior, para cumplir con lo que dispone la Ley, se llevaron a cabo varias capacitaciones en diferentes temas de importancia para todo el personal.

Estructuramos completamente la imagen de la Web y redes sociales. Para que el trabajo se vea muy profesional y a nivel de lo que pretendemos, contratamos un diseñador de planta para tener alimentada las redes con material actualizado,

permanente y atractivo, lo cual en nuestras mediciones nos ha dado muy buenos resultados.

Los sábados se realiza un resumen de noticias de lo más relevante ocurrido durante la semana, este espacio se lo transmite de 07H00 a 08H00. Se incrementó el espacio "A Fondo" un espacio de entrevistas de interés general que se lleva a cabo los días domingo a las 07H00.

Para interactuar con nuestros oyentes les pusimos total énfasis en las redes sociales WhatsApp, Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, al punto que las hemos convertido en aliadas estratégicas para todo el trabajo que realizamos.

Se ha creado un espacio para realizar entrevistas a cantantes, personajes relevantes en todo ámbito y que den a conocer sus diferentes actividades y modos de salir adelante en lo que hacen, estas entrevistas se las realizan cada semana los días: lunes, martes y miércoles (alternando los días para hacerlo más atractivo al oyente) por las noches.

Se ha implementado cámaras para transmitir entrevistas a los invitados especiales, las mismas que se retransmiten a través de nuestra página de Facebook y luego se suben a nuestro canal de YouTube.

Se ha realizado varias promociones con artistas, para promover sus trabajos discográficos y de paso premiar la sintonía de los oyentes con el regalo de llamativos premios que son donados por ellos.

Mensualmente generamos la producción de saludos de oyentes, los cuales pasamos a lo largo de la programación.

Tenemos un importante manejo de contactos (promotores e impulsores artísticos) para el lanzamiento de nuevas canciones, podemos decir que en nuestro segmento somos la radio de los éxitos.

Se maneja de forma dinámica y actualizada la cartelera de las 20 mejores canciones de la semana denominada W HITS, los que son de manera paralela promocionados y difundidos constantemente.

En la misma lógica impulsamos canciones nuevas en toda la programación, las canciones que no funcionan porque no han calado en la audiencia, inmediatamente las depuramos para de esta manera tener una discoteca solo con éxitos.

Se mantiene como herramientas de trabajo las redes sociales para los diferentes programas, en especial el noticiero, haciendo que participen y den sus opiniones los oyentes. Sobre todo, en los noticieros se da prioridad a todo tipo de denuncias.

Para cumplir con lo que dispone la ley de comunicación en temas sociales, se incrementó un programa de "Responsabilidad social", el cual se lleva a cabo los días sábado a las 08H30 de la mañana en donde se habla con un invitado diferente cada programa sobre temas de importancia y relevancia para niños, jóvenes y adultos.

Estamos innovando frecuentemente en dirección a ser un medio del futuro.

Aspectos financieros y rendimientos del ejercicio: El saneamiento y la recuperación de cartera ha sido permanente para que las cuentas siempre estén en estado real.

Los pagos a los proveedores de bienes y servicios se han realizado con normalidad, así como los pagos por las obligaciones laborales y tributarias.

Los recursos financieros son manejados en dos cuentas corrientes y una de ahorros. En el Banco Pichincha, en el Banco del Austro y la de ahorros en la Cooperativa JEP; al final del ejercicio económico se concilió con un saldo de \$30.574,51 dólares.

En ventas, comparando con la facturación del año 2017, que fue de 230.887,30 dólares, se produjo un fuerte bajón, a 169.887,28 dólares, el que debe ser considerado para ser revertido para este año.

La utilidad correspondiente al 50% del año 2016 por el monto de \$32.930,66 dólares, que el año pasado resolvió la Junta cancelar a los socios, únicamente se canceló a la accionista Martha Montenegro, mientras a María Fernanda Ordóñez no se le ha efectivizado por cuanto los gastos han sido fuertes en la puesta en funcionamiento de las nuevas instalaciones de la concesión actual, esperando poder hacerlo en el transcurso de este año.

De las utilidades del 2017 que restaba repartirlo en su 50 %, la Gerencia sugiere proceder a su distribución.

La utilidad del ejercicio del año 2018 luego de la repartición a los empleados y pagos al Estado es de \$ 16.998,73 dólares, faltando de este valor realizar el 5% de reserva legal. La Gerencia propone que quede contabilizado en el patrimonio el 100 % de la utilidad del 2018.

Proyecciones: Para el nuevo ejercicio económico se propone el cumplimiento de los siguientes objetivos:

Aprovechar dando un mejor uso a las redes, por ejemplo, cuando se tienen invitados, hacer la transmisión de la entrevista por Radio y Facebook, ya que es una plataforma que permite pasar la entrevista en vivo, con esto llegaríamos a más público a nivel mundial.

Seguir con la programación recientemente modificada, robusteciéndola con interacción con nuestros oyentes. Convertir a la radio en un medio más vivo y dinámico.

Optimizar la profesionalidad del personal que presta sus servicios y mejorar su performance.

Seguir incrementando nuestra participación en redes, concretamente en Facebook, Twitter, YouTube e Instagram con el mismo objetivo, dinamizar e interactuar con los oyentes.

Atentamente

W RADIO CÍA. LTDA.

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a horizontal line across the middle.

Boris Valdivieso E.
GERENTE