

## ENTORNO ECONÓMICO

La estabilidad política de los principales mercados mundiales (Estados Unidos, China, Alemania) han equilibrado la oferta y demanda agregada, así como también los precios de las materias primas. En contraste, América Latina afrontó durante 2017 dos tendencias marcadas, aquellos países con gobiernos liberales que presentan estabilidad económica y por otro lado, aquellas economías bajo el denominado Socialismo del siglo XXI que en su mayoría se encuentran en recesión basada en problemas fiscales. En el caso de nuestro país, se han direccionado los esfuerzos a disminuir la brecha fiscal sin comprometer las importaciones en el último semestre, que son la base del consumo de los hogares, sin presentar un incremento favorable en la formación bruta de capital fijo. La devaluación de las monedas de países vecinos se mantuvo, lo cual dificultó a los productos ecuatorianos ser competitivos mientras que el precio del petróleo se mantuvo estable durante la mayor parte del año en Usd 50 por barril (en promedio), sin embargo, incrementó un 17% en el mes de diciembre. Este escenario obligó al país a adquirir deuda que cubra el déficit fiscal por cerca de Usd. 8.000M a lo largo del año.

Durante el 2017 la situación macroeconómica del país se complicó principalmente por la recesión de la actividad económica, debido a la disminución de liquidez, sumado a los efectos de aranceles y restricciones de importaciones, lo cual frenó el consumo de los hogares generando desequilibrio en la oferta y demanda agregada del país, comprometiendo de esta manera a las compañías con altos inventarios y falta de liquidez, lo cual se ha traducido, en algunos casos, en eliminación de puestos de trabajo.

La Balanza Comercial del país, en contraste al 2016, presentó un déficit aún mayor en Usd 2.788M, debido al retiro de las salvaguardas en el segundo semestre del año.

El nivel de crédito otorgado por las instituciones financieras, en comparación con el año 2016, aumentó en un 21,7%, siendo el crédito de consumo el de mayor crecimiento con un 34,6% principalmente direccionado al sector automotriz (una vez retirados los cupos de importación), sin embargo, el crédito productivo apenas aumentó en un 1,5%, lo cual evidencia la restricción de las empresas en la inversión y en el desarrollo de nuevos negocios.

Por otro lado, en mayo 2017, se posesionó el gobierno electo de Lenin Moreno, con la promesa de continuar con la propuesta de su predecesor en términos económicos, políticos y sociales, sin embargo, la agenda propuesta incluyó procesos de diálogo con los principales sectores del país, lo cual dio un giro a la política y la percepción de las medidas que se empezaron a tomar. En este sentido, el país abrió su comercio internacional principalmente con la eliminación de cupos y salvaguardas, se envió un mensaje de conciliación entre el gobierno y el país con acciones como la eliminación de las sabatinas y se comprometió con la revisión y ajuste de medidas tomadas en el periodo anterior como son: la ley de plusvalía, reelección indefinida, ley de comunicación, entre otros.

Así el Ecuador superó un 2017 con unas condiciones económicas muy adversas debido al elevado gasto público y la elevada política de endeudamiento para sostenerlo, pero con la expectativa de que el nuevo gobierno en su primer año completo de gestión tome las medidas necesarias que logren equilibrar los principales ámbitos del país.

## CIFRAS DE MERCADO

### INVERSIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS

Se estima que, durante el 2017, el mercado publicitario tuvo una caída de 27 millones de dólares netos comerciales\* (-11%) en relación con el 2016. Este decrecimiento se concentra mayormente en la inversión en televisión misma que presenta una disminución de 18,66 millones de dólares netos comerciales.

Las categorías que registraron mayor caída en su inversión publicitaria fueron: Instituciones públicas, Servicios de

celulares, Bancos, Shampoo, Helados, Inmobiliarias.

Del total de la inversión publicitaria en medios, el 74% se canaliza a través de las agencias de publicidad y el 26% mediante el canal directo, este último aumentó 7% de su participación versus el 2016. Del 74%, el 80% está concentrado en 5 grupos de agencias de medios. En el caso Diario EL COMERCIO las agencias de publicidad representan únicamente el 52% de su inversión publicitaria.



#### Inversión publicitaria en medio prensa

Durante el 2017, se registra una disminución de 2,49 millones de dólares netos comerciales (-20%) en la inversión publicitaria en prensa con respecto al 2016.

La caída en la inversión en prensa de las categorías: Instituciones públicas, Tarjetas de crédito, Líneas aéreas, Universidades, Inmobiliarias influyeron en este comportamiento.

*\*Sin considerar pauta política*

## AUDIENCIAS

### Medios impresos

El análisis de las cifras publicadas durante todo el 2017, por un grupo de los principales periódicos del país, arroja los siguientes promedios de circulación:

#### Número promedio de ejemplares puestos en circulación

Periódico	Lun-Vie	Sábado	Domingo
<b>El Comercio</b>	40,010	62,296	106,613
<b>Extra</b>	97,804	100,798	123,058
<b>Metro</b>	53,376	NC	NC
<b>Últimas Noticias</b>	20,078	5,462	NC
<b>La Hora</b>	28,212	24,852	24,736
<b>Qué!</b>	55,197	NC	NC
<b>El Universo</b>	46,495	64,918	107,963
<b>El Telégrafo</b>	14,109	14,113	14,518
<b>Expreso</b>	20,187	21,467	25,463
<b>Súper</b>	25,596	25,850	25,381
<b>El Ambateño</b>	11,945	10,622	10,986

NOTAS: Los periódicos ordenados en forma alfabética.  
 NC: No circula el día indicado.  
 Fuente: Grupo EL COMERCIO, Inteligencia de Mercados, en función de las cifras publicadas en cada medio.

## LECTORÍA

En lo que tiene que ver con lectoría, la participación de mercado de cada periódico registra las siguientes cifras:

Fuente: tendencias mm, estudio de lectura, medición ene-dic 17, promedio lunes-domingo

Periódico	Quito
El Comercio	41%
Extra	23%
Metro	11%
U. Noticias	11%
La Hora	5%
Qué!	3%
El Universo	2%
El Telegrafo	2%
Expreso	1%
Super	1%

Periódico	Guayaquil
Extra	40%
El Universo	31%
Super	8%
Expreso	7%
Metro	6%
Qué!	3%
El Telegrafo	3%
El Comercio	2%
La Hora	0%
U. Noticias	0%

Durante el 2017, el periódico Qué! entra a participar en el mercado con el 3% de audiencia en cada ciudad.

En Quito, Diario EL COMERCIO es líder con el 41% de participación. Este junto con Diario Últimas Noticias alcanzan un 52% de lectoría.

## MEDIOS DIGITALES

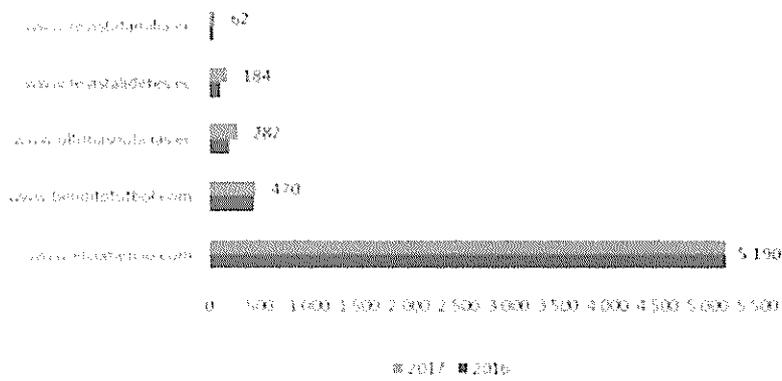
Diario EL COMERCIO en 2017, con el sitio web 'elcomercio.com', se mantiene ubicado en los primeros lugares de acuerdo con el ranking de Alexa.com en Ecuador. En la categoría de medios de comunicación, este sitio web ocupa el primer lugar.

A nivel de tráfico, elcomercio.com tiene un promedio mensual de más de 5 millones de visitantes únicos.

El sitio web 'ultimasnoticias.ec' aumentó un 23% (+ 49k visitantes únicos promedio mensuales).

Los sitios 'benditofútbol.com', 'revistalideres.ec' y 'revistafamilia.com' muestran un crecimiento del 9% en cuanto al número de tráfico promedio mensual. (+ 74k visitantes únicos promedio mensuales).

PROMEDIO MENSUAL EN EL AÑO DE VISITANTES ÚNICOS  
DATOS EXPRESADOS EN MILES



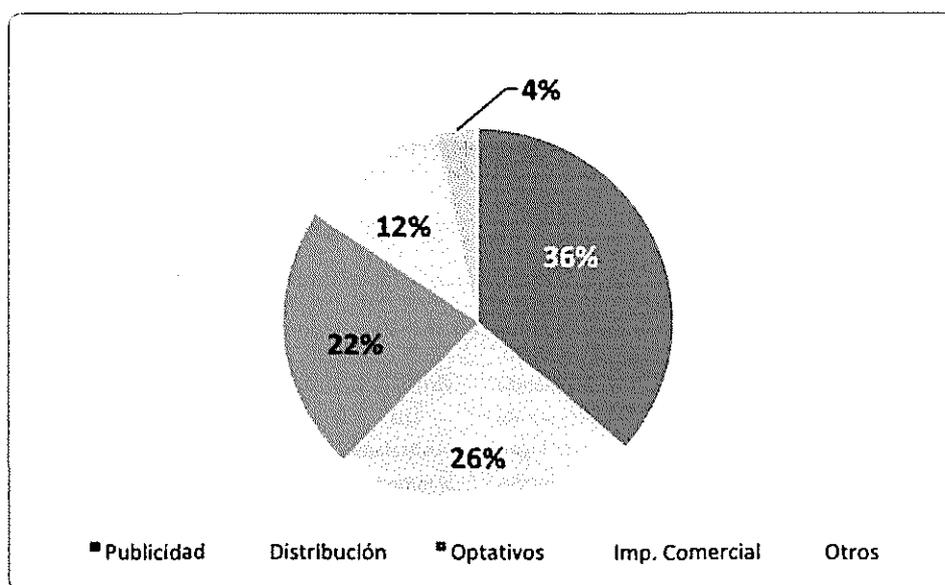
## RESULTADOS FINANCIEROS 2017

La grave crisis económica del país continuó afectando el desempeño comercial de la mayoría de los sectores de la industria ecuatoriana, ocasionando la implementación de estrategias de contracción y ajuste en las empresas. Bajo esta realidad, el desempeño comercial de las compañías de medios de comunicación se complicó de manera importante. La meta de facturación inicialmente propuesta por la compañía, no se pudo alcanzar, pese a la implementación de estrategias promocionales y ofertas de valor agregado a los anunciantes. Por otro lado, las acciones de fortalecimiento de las estrategias de cobertura del canal calle y suscripciones permitieron paliar

la disminución de la demanda de ejemplares, no obstante, no se pudo alcanzar el objetivo planteado para el 2017 en cuanto al rubro de distribución.

En términos generales, con relación al presupuesto general de ingresos netos planteado, se alcanzó el 80% de cumplimiento y en comparación con el 2016 se facturó un 15% menos.

En cuanto a la composición del ingreso, la unidad tradicional, que involucra la publicidad a medida, clasificados y distribución representó el 60.6% del total de las ventas netas, el negocio digital el 2.8%, impresión comercial el 12.2%, el negocio de optativos el 22.2% y nuevos negocios el 2.2%.



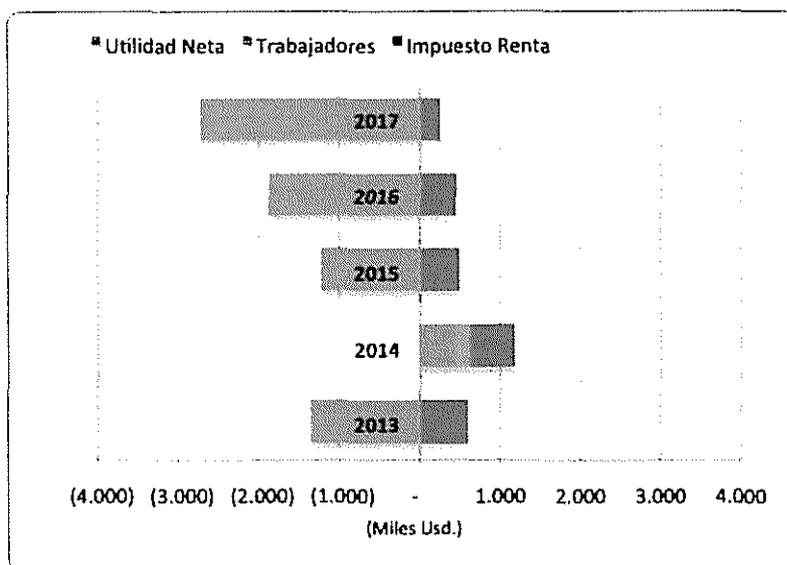
En la unidad de negocio tradicional, los ingresos provenientes de la venta de publicidad a medida y clasificados decrecieron en un 21% con respecto al año 2016, la facturación de optativos se redujo en un 9%, y los ingresos por circulación disminuyeron en un 8%.

El negocio digital facturó ochocientos noventa y tres mil setecientos dólares, lo que representó un decrecimiento con respecto al año anterior del 13%. Por su parte, la Unidad de

Impresión Comercial cayó su facturación en un 12%.

Frente a la realidad económica que soportó el país, a fin de buscar equilibrar el déficit en los resultados de la compañía, se continuó con las acciones tendientes a mejorar la eficiencia y productividad.

La compañía reflejó una pérdida operacional de Usd 1'810.125 generándose un Impuesto Mínimo a la Renta del ejercicio por Usd 256.703.



En términos generales, el índice de eficiencia administrativa, que compara el nivel de gasto administrativo y de ventas con el nivel de ingresos, se deterioró en tres puntos con relación al 2016 como resultado de la reducción de los ingresos.

A lo largo del año se cumplieron con todas las obligaciones

financieras contraídas y la compañía ha mantenido niveles adecuados de liquidez, alcanzando una relación entre el activo y el pasivo corriente en el orden de 1,5 y el apalancamiento de su activo está dado por un 53% proveniente del patrimonio y un 47% de fuentes externas.

## CUMPLIMIENTO DE DISPOSICIONES

Dejamos constancia como indica la Ley, que se ha dado cumplimiento a todas las disposiciones de la Junta General de Accionistas y el Directorio de Grupo El Comercio C.A. La empresa ha cumplido con las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor y Niif's.

Finalmente, a los señores miembros del Directorio, a todo el grupo ejecutivo, a los editores y a todos y cada uno de los empleados de la empresa, les expresamos nuestro agradecimiento por su valiosa colaboración durante el año 2017.



**Carlos Manilla Batlle**  
**Presidente Ejecutivo y**  
**Presidente del Directorio**