

Informe

ENTORNO ECONÓMICO

El crecimiento mundial en el 2018 fue de 3,7%, similar al registrado el año previo. Esa expansión fue menos equilibrada y en algunas economías grandes llegó a sus valores máximos. La guerra de aranceles entre EE.UU. y China generó una incertidumbre que se mantuvo hasta finales de año.

La economía de Estados Unidos se expandió 2,9% el 2018, en buena medida gracias a los estímulos fiscales, lo que contribuyó al fortalecimiento del dólar. La Reserva Federal de EE.UU. aumentó las tasas de interés en cuatro ocasiones y las dejó en un rango entre 2,25% y 2,50%.

Las proyecciones de crecimiento de la zona del euro y el Reino Unido fueron revisadas a la baja, tras las discrepancias en torno al Brexit. En las economías de mercados emergentes y en desarrollo, las perspectivas de crecimiento de muchos exportadores de energía se vieron favorecidas por el alza de precios del petróleo, lo cual fue positivo para economías exportadoras de crudo como Ecuador.

El precio promedio del barril de crudo ecuatoriano cerró el año en USD 60,55, lo que significó USD 15 más respecto al año previo.

Este aumento de precios permitió que las ventas de petróleo aumentaran 27%. Además, el buen desempeño de productos primarios como banano, camarón, cacao, atún y pescado, así como de bienes industrializados como elaborados de cacao, químicos y fármacos, vehículos y manufacturas textiles, impulsó las exportaciones del país. Estas crecieron 13% el año

pasado y cerraron en USD 21 606 millones, mientras que las importaciones sumaron USD 22 120 millones, un 16% más que el año previo, lo que dejó una balanza comercial negativa de USD 514 millones.

En el primer semestre del año, la política económica repitió el modelo implementado por el anterior Gobierno. Hubo dos cambios de Ministro de Finanzas y recién a partir de junio se empezó a observar una nueva línea, más orientada a la empresa privada, a los mercados internacionales y a una un achicamiento del tamaño del Estado. Se aprobó una Ley de Fomento Productivo en agosto del 2018 que, entre otras cosas, permitió la remisión del 100% de intereses, multas y recargos por pagos pendientes al SRI. Se empezó a trabajar en un programa de ajuste fiscal, cuyos resultados se verán en el mediano plazo.

El principal problema económico estuvo en el sector fiscal. El gasto público se contrajo para reducir el abultado déficit fiscal, pero se lo hizo básicamente a través de menos inversión pública. Las necesidades de financiamiento llevaron al Gobierno a seguir contratando deuda, lo que inyectó liquidez al mercado y mantuvo el consumo de los hogares. Pese a eso, el crecimiento económico fue de apenas 1,1%, cuando la población crece a tasas del 2%. Como la economía no alcanza a absorber a los trabajadores, el resultado fue un deterioro en la calidad del empleo. La tasa de informalidad subió al 46%, mientras que la tasa de pobreza subió dos puntos, al igual que la desigualdad.

CIFRAS DE MERCADO

INVERSIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS

Se estima que, durante el 2018, el mercado publicitario tuvo una caída de 3,5% en relación con el 2017. Este decrecimiento se concentra mayormente en la inversión en televisión misma que presenta una disminución del 5,6%. *

Las categorías que registraron mayor caída en su inversión publicitaria fueron: Servicios de celulares, Detergentes, Supermercados, Desodorantes, Te Helado, Helados.

Del total de la inversión publicitaria en medios, el 71,8% se canaliza a través de las agencias de publicidad y el 28,2% mediante el canal directo, este último disminuyó 1,7% de su participación versus el 2017.



Inversión publicitaria en medio prensa

Durante el 2018, se estima que la inversión publicitaria en prensa mantiene valores similares a los registrados en el 2017.

La inversión en prensa se concentra en las categorías: Vehículos, Tiendas por Departamentos, Universidades, Agencias de Seguros, Pinturas, Supermercados.

**Sin considerar pauta política*

AUDIENCIAS

Medios impresos

El análisis de las cifras publicadas durante todo el 2018, por un grupo de los principales periódicos del país, arroja los siguientes promedios de circulación:

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.

Número promedio de ejemplares puestos en circulación

En número de ejemplares

Periódico	Lun- vie	Sábado	Domingo
El Ambateño	11 166	9 987	10 426
El Comercio	40 801	56 558	95 644
El Telégrafo	10 232	9 471	8 344
El Universo	42 839	60 719	99 465
Expreso	19 769	20 783	24 739
Extra	88 393	91 750	113 766
La Hora	26 867	23 862	23 802
Metro	55 972	nc	nc
Que!	66 016	nc	nc
Súper	24 862	25 578	25 045
Últimas Noticias	26 764	5 067	nc

LECTORÍA

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

Fuente: Kantar – IBOPE. TGI 2018, Ene-Dic18, Promedio Lunes-Domingo

Lectoría periódico Quito En porcentajes

Periódico	Quito
El Comercio	60 %
El Telégrafo	2 %
El Universo	2 %
Expreso	1 %
Extra	12 %
La Hora	2 %
Súper	1 %
Últimas Noticias	11 %
Metro	8 %
Qué!	1 %

Lectoría periódico Guayaquil En porcentajes

Periódico	Guayaquil
El Comercio	2 %
El Telégrafo	2 %
El Universo	38 %
Expreso	7 %
Extra	38 %
La Hora	0 %
Súper	4 %
Últimas Noticias	0 %
Metro	8 %
Qué!	1 %

En Quito, Diario EL COMERCIO es líder con el 60% de participación. Este junto con Diario Últimas Noticias alcanzan un 71% de lectoría.

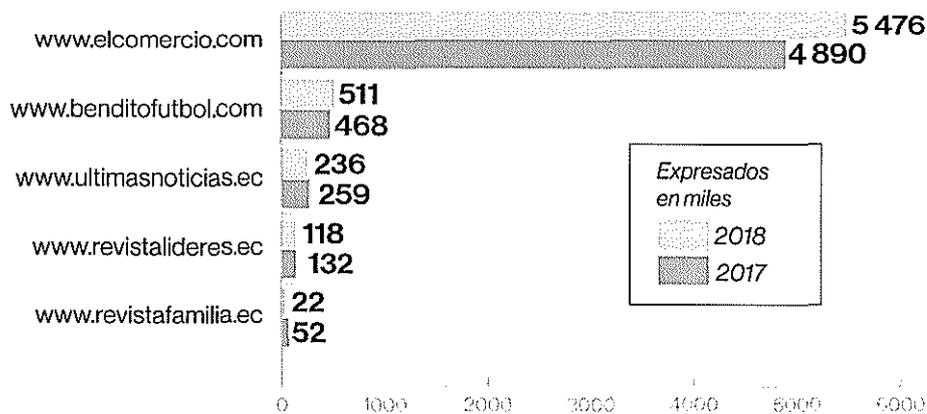
MEDIOS DIGITALES

Diario EL COMERCIO en 2018, con el sitio web 'elcomercio.com', se ubicó en el tercer lugar del ranking de Alexa.com en Ecuador. Por primera vez un diario digital supera en este ranking a una red

social, convirtiéndose este es un hito histórico en Latinoamérica.

A nivel de tráfico, elcomercio.com tiene un promedio mensual de más de 5,47 millones de visitantes únicos.

Promedio mensual en el año de visitantes únicos

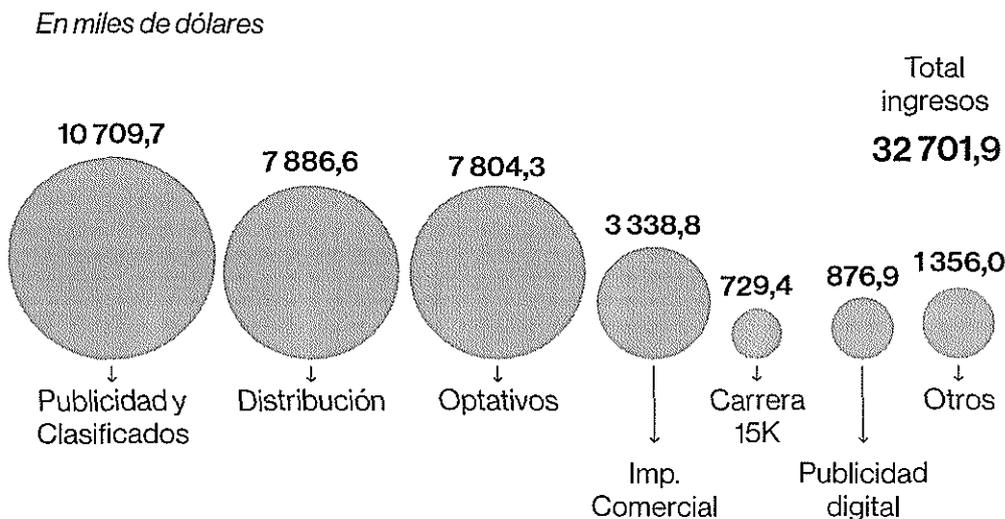


RESULTADOS FINANCIEROS 2018

La crisis económica que ha venido enfrentando el país en los últimos años, ha obligado a las compañías a ajustar sus costos y gastos, esta dinámica continuó similar durante el 2018. En este sentido, persiste el reto comercial de los medios de comunicación al momento de fortalecer su línea de ingresos. Las alternativas brindadas a lectores y anunciantes, en términos de calidad de producto editorial y pauta publicitaria atractiva, permitió que los ingresos de publicidad de la Compañía crezcan un 3% respecto al 2017. Adicionalmente, se implementaron estrategias de optimización de cobertura del canal calle sumado a una optimización de las devoluciones de ejemplares, por otro lado, los suscriptores durante este año no disminuyeron sino que se lograron implementar estrategias de fidelización que los mantenga como lectores duros del periódico. En términos generales el cumplimiento del presupuesto de ingresos fue

de un 92%, y un crecimiento respecto al año 2017 de 2%. En lo que se refiere a la composición del ingreso, la unidad tradicional que involucra publicidad a medida, clasificados y distribución representó el 85% del total de las ventas netas, el negocio digital un 2.8%, impresión comercial un 10.2% y la Carrera 15K un 2%.

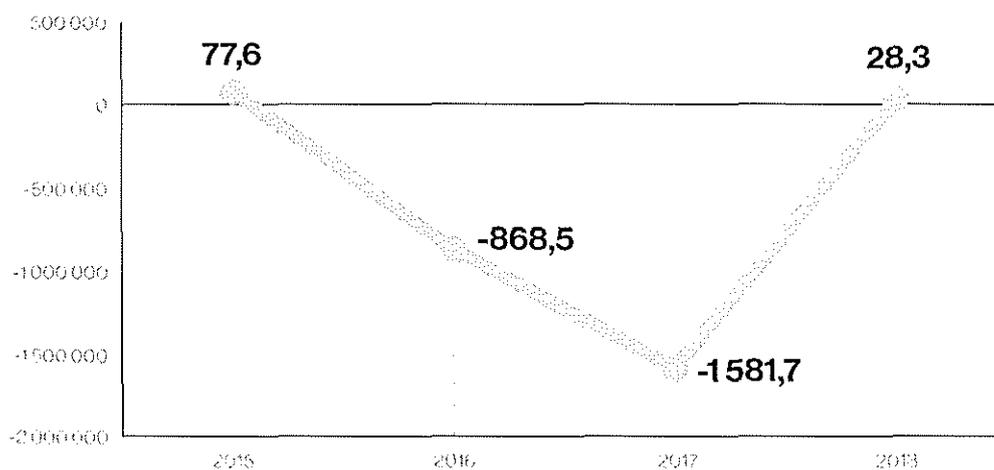
En la unidad de negocio tradicional, los ingresos de publicidad a medida crecieron un 3% respecto al año anterior, mientras los clasificados cayeron un 21% en su facturación, la comercialización de optativos creció un 9%, mientras que los ingresos de circulación y venta de ejemplares cayeron un 5%. El negocio digital facturó ochocientos setenta y seis mil novecientos quince dólares, lo que representó un decrecimiento del 2% en relación al año anterior, mientras que la Unidad de Impresión Comercial cayó su facturación en un 15%.



La compañía ha mantenido las acciones orientadas al mejoramiento de la eficiencia y productividad logrando con relación al año anterior una disminución del 1% en sus costos pese a la oferta limitada de papel en el 2018, que incrementó su precio y una reducción del 8% en el gasto.

Se logró generar una utilidad operativa en el 2018 de Usd 28.365 y un resultado integral del ejercicio de Usd -1.011.763 para el 2017 de Usd -1.974.148. El impuesto mínimo a la renta ascendió a Usd. 370.749.

En miles de dólares



Durante el 2018 la empresa ha cumplido puntualmente con todas sus obligaciones ante los organismos de control y ha llevado su contabilidad bajo Normas Internacionales de Información Financiera NIIF. Su nivel de liquidez se

ha mantenido en el orden del 1,56, mantiene un capital de trabajo positivo y un apalancamiento proveniente del patrimonio del 57%.

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 2018.

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