

46013

TELEAMAZONAS GUAYAQUIL S.A. INFORME DE GERENCIA

AÑO 2009

A los señores accionistas:

El 2009 fue un año de recesión mundial lo que provocó la reducción de los precios, principalmente de los alimentos; esto, sin duda, permitió que los precios en el Ecuador también tiendan a la baja ya que hubo cambios sustanciales en el ámbito internacional que afectaron la tendencia. El país realizó un considerable esfuerzo de inversión en infraestructura, producción y en el sector social, basado por la inyección de recursos a la economía, gracias a los ingresos petroleros. El estallido de la crisis financiera internacional planteo importantes desafíos para el país y la región en términos de crecimiento económico..

El año 2009 cerró con una inflación de 4,31%, la estimación del Gobierno, basada en datos del Banco Central del Ecuador era de 4,09%. La cifra, no obstante, sigue siendo alta frente al índice de 2007 que alcanzó el 3,32%. Lo que demuestra que los precios se están estabilizando y están llegando a los niveles que tenían antes de la crisis económica mundial de 2008 y "que mantuvo su repercusión en el 2009".

El sector de la publicidad por televisión presento un decrecimiento Eso se refleja como consecuencia de la crisis financiera que ha llevado a algunas empresas a reducir sus presupuestos de marketing. Teleamazonas se mantiene como el canal alternativo e incremento su participación del mercado del 18% al 19.% entre el 2008 y 2009 respectivamente.

En el año 2009 la empresa continúa con el proceso de fortalecimiento y reactivación para el cual se realizo:

- Seguir identificando nuevas series que puedan tener aceptación del público;
- Fortalecer la transmisión de novelas manteniendo una política de consistencia en cuanto a su transmisión (no retirar la novela del aire), espacio y horario. Debido a que las novelas tienen gran acogida por parte del público televidente sería conveniente estudiar la posibilidad de ampliar el espacio para telenovelas a 2 horas en el horario de la noche, actualmente el espacio es de una hora y media;
- Incrementar de 14 a 17 minutos la publicidad al aire por cada hora de transmisión
- Continuar con la política de prevender el contenido de la programación local. Si no se cumple con esta condición, se debería evaluar la conveniencia de ponerla al aire, de esta manera se disminuiría el riesgo de generar pérdidas por programación que no tenga la aceptación del público.
- Analizar la producción local desarrollada en años anteriores de éxito y que podría ser puesta al aire nuevamente. Por lo tanto, es importante generar un inventario de producción propia mediante el desarrollo de programas de múltiples pasadas para el mercado local y el mercado internacional.
- Estudiar la alternativa de establecer porcentajes límites de over comisión para negociar con las agencias de publicidad
- Bajar el monto que el Canal gasta en publicidad externa.

Supervendencia
de las
Compañías
22 JUL. 2010
OPERADOR
SUTRO

H

Las alianzas estratégicas con proveedores del exterior para mantener programación extranjera actualizada, permitieron tener mayores opciones para los televidentes con una programación competitiva y que le permitió incrementar su Share de audiencia.

Los presupuestos de ventas se cumplieron satisfactoriamente. Las ventas a empresa del grupo se redujeron significativamente.

CRATEL se encuentra cumpliendo con los acuerdos de licenciamiento con sus proveedores y con Soprofon y Sayce.

Los estados financieros de la compañía presentan adecuadamente la situación financiera de la entidad

Los principales rubros que vale mencionar de los balances son:

**SITUACION FINANCIERA
TELEAMAZONAS GUAYAQUIL S.A.**

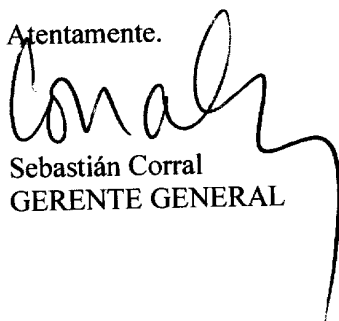
	2009	2008
Total Activos	2.583.293	2.007.832
Total Pasivos	1.047.628	450.421
Total Patrimonio	1.535.665	1.557.411
Total Ventas	3.746.336	2.528.797
Pérdida Neta	(21.743)	(49.304)

El financiamiento obtenido en el año ha sido principalmente con nuestros proveedores que alargaron sus plazos crediticios. Otra fuente de financiamiento fue la recuperación de los gastos efectuados en la producción local, a través de la facturación a nuestra filial CRATEL C.A.

Así como a inicios del 2006 se ha logrado llegar a un acuerdo con el IEPI para amparar el uso de la música en nuestra programación, al igual con SAYCE

Agradeciendo la atención de los presentes pongo en su conocimiento nuestras principales actividades y solicito su aprobación.

Atentamente.


Sebastián Corral
GERENTE GENERAL

