



**INFORME A LOS SEÑORES ACCIONISTAS DE CENTRO DE RADIO Y TELEVISION CRATEL C.A.
TELEAMAZONAS Y TELEAMAZONAS GUAYAQUIL S.A.**

Con el objeto de dar cumplimiento a lo que disponen los estatutos de las compañías Centro de Radio y Televisión CRATEL CA. Y Teleamazonas Guayaquil S.A., a continuación el informe de la gerencia sobre los hechos mas importantes y las cifras mas significativas de estas empresas durante el año 2014.

El año 2014 fue un año suigeneris para nuestras empresas, marcado por la negociación que se llevó a cabo para la venta de la cadena y que finalmente no se concretó. Esta situación afectó las estrategias de programación y por ende los resultados de audiencia, lo que afectó finalmente los niveles de ventas publicitarias durante el año.

El entorno económico del año fue complicado y terminó con la expedición de una ley de incentivos tributarios que estableció límites de inversión publicitaria para todos los anunciantes con relación a sus ventas y la imposibilidad de algunos de ellos para imputar al gasto cualquier tipo de publicidad que realicen.

La polémica ley orgánica de comunicación ha afectado nuestra actividad en forma importante. Los requerimientos de producción nacional han implicado incremento de costos, nos ha obligado a eliminar programas de producción nacional que tenían éxito en todo el país ya que no se "adecuaban" al modelo de televisión exigido y fueron tildados de discriminantes y violentos. Se llegó a imponer una multa por \$112,000 que fue pagada en el mes de noviembre de 2014.

Lo que si ha logrado la mencionada ley y su aplicación es generar una competencia en desventaja para la televisión nacional frente a la oferta de cable. Mientras los contenidos de los canales nacionales están hiper regulados, vigilados y hasta sancionados, los canales de cable tienen libertad absoluta para decidir sobre su programación. Una consecuencia obvia es la fuga de televidentes hacia esos canales ya que las empresas comercializadoras de este servicio han creado planes con costos bajos para aprovechar esta situación.

Con la nueva ley orgánica de comunicación el estado tiene la posibilidad de pautar cadenas de televisión sin límite y además, hacer campañas publicitarias, que con anterioridad eran pagadas, sobre los temas que ellos consideren oportunos. Durante el año 2014, emitimos aproximadamente 54 horas de cadenas ordenadas desde el estado y 183 horas de los programas Educa y Expresarte ocasionando problemas de programación para nosotros pero, sobre todo, una enorme molestia para los televidentes.



Seguimos monitoreando la demanda entablada por el superintendente de bancos contra los anteriores accionistas de Teleamazonas, durante el año 2014 no han existido movimientos dignos de mencionar.

Como habíamos anticipado, entablamos procesos arbitrales contra los equipos de fútbol profesional que rompieron sus contratos de transmisión televisiva por la medida abusiva de la federación ecuatoriana de fútbol. El primer laudo se hizo público en noviembre y ordenó al Club Deportivo Quito a que nos pague la cantidad de \$1,950,000. Hasta la fecha, nos ha sido imposible cobrar ese monto ya que, pese a que la federación ecuatoriana de fútbol se comprometió a cubrir esos pagos, no cumplió su oferta. Estamos realizando todos los trámites necesarios para recaudar ese valor. Esperamos durante este año otros laudos por los procesos instaurados.

El año 2013 terminó con una pérdida de \$1,703,460 y el año 2014 con una utilidad antes de impuestos y participación de trabajadores de \$520,477, lo cual demuestra un esfuerzo enorme en el control de costos y gastos.

A continuación, un informe de cada una de las áreas que conforman esta organización:

Ventas

La venta total de los canales de televisión nacionales en el año 2013 fue de \$220,019,177; la venta total neta de Teleamazonas fue de \$29,756,902; es decir un 13,5% del mercado total. Durante el año 2014 la televisión nacional facturó un total de \$211,519,657, el mercado decreció en 3,8%; las ventas de Teleamazonas fueron de \$26,410,615 lo que representa un decrecimiento de un 11,2% con respecto al año anterior y representan un 12,5% del mercado total.

El presupuesto total de ventas de publicidad que nos planteamos para el año 2014 fue de \$28,400,000. La venta neta lograda fue la anotada. Es decir, no cumplimos nuestro presupuesto en 7%.

Como viene siendo costumbre, Teleamazonas recibe pauta comercial absolutamente marginal del gobierno central si la comparamos con otros canales, por lo que nuestra participación de mercado, sin incluir estas ventas (comparado en las mismas condiciones a todos los canales), llegó a 15%.

El Costo por punto de rating fue de 117 dólares promedio, fuimos el segundo canal mejor pagado del mercado. Los niveles de saturación publicitaria (minutos de comerciales por hora de programación) se ajustan a los límites que indica la ley orgánica de comunicación.

Los dos proyectos de mayor éxito comercial durante el año, fueron las dos temporadas de Yo me llamo, programas que nos permitieron sostener tanto el presupuesto comercial como el nivel de audiencia.



Es evidente que el resultado de ventas se vio afectado por la caída que tuvimos en los resultados de audiencia.

Programación

En el año 2014 Teleamazonas pasa a tercera posición entre los canales de señal abierta. El cable se mantiene durante todo el año como primera opción en el total de televidentes, fenómeno que se ha repetido en todos los mercados latinoamericanos donde el cable ha penetrado. En Guayaquil Teleamazonas se mantiene en la 4ta posición. A nivel nacional, Teleamazonas mantiene el 4to lugar de sintonía.

Se programan dos nuevas temporadas del talent show Yo me llamo en prime time con resultados de audiencia mas modestos que su primera temporada del 2013.

Terminan alianzas con proveedores importantes como Fox, Warner, Caracol, Sony lo que ocasiona una pérdida de audiencia y posicionamiento importante. Sin embargo se logra rentabilizar de mejor manera la rejilla de programación.

Se continúa adecuando la parrilla a los contenidos requeridos en la ley orgánica de comunicación, lo cual implica mayor inversión y por el decrecimiento del mercado, menor rentabilidad.

La competencia se vuelve mas agresiva en producción nacional en prime time y la transmisión del Mundial de fútbol Brasil 2014 hace que los canales que lo transmiten incrementen su rating.

Producción

Durante el año 2014 se produjeron y emitieron varios tipos de programas.

En Quito se produjo dos temporadas del reality show de canto Yo me llamo. Este programa fue un gran éxito de ventas y audiencias. Se emitieron, entre las dos temporadas, 148 programas de dos horas de duración cada uno en el horario de mayor audiencia (prime time).

Además, se produjo, en conjunto con Diario El Comercio, el programa Te pongo los cachos. se emitieron 8 galas que tuvieron gran aceptación con la audiencia especialmente de la capital.

Se mantuvo la producción de la franja infanto-juvenil llamada OIE que en su público objetivo tiene enorme acogida.

En Guayaquil mantuvimos la producción del programa Jarabe de Pico que se emite a nivel nacional en la franja posterior al noticiero del medio día.



Luego de haber producido 6 temporadas de la Pareja Feliz, frente a la posibilidad de sanciones económicas por parte de la superintendencia de comunicación, decidimos suspender este proyecto. Además, dejamos de emitir las repeticiones que tenían mucho éxito sobre todo en la ciudad de Guayaquil.

Retomamos la producción del programa Vivos pero tuvimos que suspenderla y dejar de emitirlo. Fuimos sancionados, como ya se anotó, con \$112,000 que pagamos de forma inmediata. Logramos producir 116 horas.

Noticias y Opinión

Durante el 2014 el departamento de noticias tuvo importantes coberturas nacionales e internacionales.

El equipo periodístico desarrolló una amplia cobertura en las elecciones seccionales que terminó con el triunfo de la oposición en las principales ciudades del país.

Fue desechada una demanda presentada por la ex alcaldesa del Gobierno municipal de Santo Domingo ante la Superintendencia de Información y Comunicación.

En cumplimiento a la ley orgánica de comunicación, hemos rectificado y aclarado, cuando uno de los actores de la noticia ha solicitado este derecho.

Durante el 2014 el trabajo en investigación periodística ha sido mínimo, salvo la denuncia por irregularidades en el Hospital de niños Baca Ortiz de Quito. La dificultad de conseguir información gubernamental y la ambigüedad de la ley de orgánica de comunicación, han conspirado contra este propósito.

Atendiendo a las exigencias de la propia Ley hemos incluido en el segmento local información incluyente, intercultural y de equidad de género. Hemos ampliado en 30 minutos el contenedor matinal.

A través de su corresponsalía 24 horas ha tenido presencia permanente en la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) en Washington, a propósito de las denuncias de colectivos ecuatorianos por el irrespeto a la libertad de expresión.

Los reporteros y camarógrafos acompañaron a la comitiva presidencial en sus viajes por Europa, Medio Oriente y América.

El trabajo coordinado entre Guayaquil, Quito y los corresponsales regados en todo el país, ha permitido a Teleamazonas estar en las noticias de interés ciudadano.

Como hemos anotado, la ley orgánica de comunicación es un enorme obstáculo en el desarrollo normal de las actividades de la cadena, pero en el caso del departamento de noticias, la situación es mas compleja aún. Ciertas actividades propias de cualquier noticiero se han visto afectadas y en lo que ha opinión se refiere, hemos dejado de realizar entrevistas y comentarios por evitar sanciones que afecten a la empresa en su conjunto.

Este año el programa Día a Día cumplió 17 años de transmisión ininterrumpida al aire, lo cual nos llena de orgullo.

Como principales puntos a resaltar podemos mencionar lo siguiente:

Realizamos un documento histórico al retratar un ícono del patrimonio de la humanidad, el convento vivo de San Francisco como nunca en la historia de la televisión ecuatoriana se ha logrado.

Hemos educado de una manera muy didáctica a la población sobre temas de salud, enfermedades y mejoramiento personal.

Seguimos descubriendo los rincones mas hermosos, diversos y desconocidos de nuestro Ecuador y hemos presentado historias humanas que han hecho huella en la sociedad.

Nos hemos esforzado en cumplir con todos los indicadores del plan del buen vivir mucho antes de que este haya sido creado y esto ha sido un factor importante para que la diversidad temática de nuestro programa se mejore día tras día y que el público nos siga brindando domingo a domingo su preferencia.

Técnica y Operaciones

A continuación una descripción de las actividades realizadas tanto en la ciudad de Quito, como en Guayaquil:

Quito:

- Se realizó el mantenimiento general de equipos de noticias y producción anual.
- Se transmitió las carreras Huarmi, Festival Fundación de Cuenca, la 21 K de Quito y la Quito Últimas 15k.
- Se continuó con la asistencia técnica en la producción de Yo Me Llamo segunda y tercera temporadas.
- Se instalo un nuevo servidor ISIS-5000 para producción y programación.
- En el area de radio frecuencia se continuó con las transmisiones en ISDBT con la obtención de un segundo año de la frecuencias temporales.
- Se apagó el transmisor en el sur de Quito y se realizó un trabajo de ingenieria para cubrir este sector.



- Para el concurso de frecuencias se trabajó en los estudios de ingeniería de cada una de nuestras repetidoras, están listos.

Guayaquil:

- Se continuó con las grabaciones en el estudio ADACE de las series de producción nacional, 160 horas.
- En octubre se arrendó el estudio uno de Adace para producir el programa PluriTv.
- En el cerro del Carmen se ha seguido con las tareas regulares de producción de noticias, deportes y el programa Jarabe de Pico.

Mercadeo

El año 2014 fue un año de cambios en la pantalla de Teleamazonas. Con los parámetros dados por la ley de comunicación debimos ajustar nuestra autopromoción en relación a contenido, duración, frecuencia, lo que nos llevó a crear nuevos formatos de promoción, nuevos conceptos gráficos y nuevos elementos que permitieron una pantalla más limpia, más atractiva y más informativa.

El apoyo los lanzamientos importantes que se dieron en el período, Yo Me Llamo 2 y Yo Me Llamo 3 La Revancha, se hizo no solo en pantalla sino con otros medios y eventos varios, incluyendo la realización del Concierto de Yo Me Llamo en el Coliseo General Rumiñahui y la distribución de un CD del mismo concierto.

La limitación de recursos económicos mantuvo aplazada la realización de una campaña de apoyo a la marca. El recurso humano del departamento también se vio disminuido pese a lo cual se ha mantenido la respuesta oportuna a los requerimientos de programación, producción y ventas.

Mantenemos nuestro compromiso con causas de envergadura como son TECHO, Vivamos la Fiesta en Paz, Campañas de la Fundación Reina de Quito. Seguimos apoyando las competencias deportivas más importantes del país como son la Carrera Quito-Ultimas Noticias, el Festival Atlético Fundación de Cuenca, Huarmi Runner, Media Maratón Quito 21k, entre otras.

La cultura es uno de nuestros compromisos con la ciudadanía, y apoyamos constantemente eventos pequeños que marcan diferencia en los diferentes barrios de las ciudades del país, así como proyectos de grandes escalas como son presentaciones con la Fundación Teatro Nacional sucre, El Teatro, Museo de la Ciudad, Feria de Textura, Colores Sabores, Fiesta de las Frutas y Flores Ambato, El Zoológica, Tedx. Auspiciamos los dos eventos musicales más importantes que se dieron en el país: Los 3 Gigantes y Swing.



Durante el período estuvimos de la mano con los proyectos y programas mas importantes del canal para asegurar su éxito.

Deportes

Fue un buen año para el departamento de deportes tomando en cuenta que no hemos podido concretar ninguna compra de contenido futbolístico. Realizamos con normalidad nuestros noticieros diarios y el programa Deporte Total de los domingos, sosteniendo nuestro rating que en la mayoría de los fines de semana se mantuvo en el primer lugar pese a no tener imágenes del campeonato ecuatoriano de fútbol.

Sin estar acreditados tuvimos presencia en el mundial de fútbol de Brasil primero para informar el día a día de nuestra selección y luego para mantener nuestra presencia por el resto del torneo. Realizamos un programa especial todos los días del mundial.

Hemos mantenido una posición muy crítica frente a la organización del fútbol ecuatoriano. Sentimos que esto también ha fortalecido nuestra credibilidad.

En el mes de mayo tuvimos que reemplazar a Andrés Guschmer como presentador. En su lugar llegó Arturo Magallanes quien no ha tenido mayor problema en adaptarse a nuestra línea de trabajo y conducción.

Continuamos realizando transmisiones de varias competencias atléticas como la Quito-Últimas Noticias y las organizadas por Jefferson Pérez.

Aunque el mercado de derechos del fútbol internacional ha llegado a niveles impensados, creemos que sería importante contar con dichas transmisiones. Continuaremos explorando nuevas posibilidades en este sentido.

Recursos Humanos

La gestión del área de Recursos Humanos en 2014 puede resumirse como la búsqueda de eficiencias, mejoras con control de costos y en alcanzar cumplir con los requerimientos legales laborales actuales.

A través de un análisis crítico de las necesidades y priorizando las contrataciones y remplazos de personas en las áreas del negocio, nuestro headcount fue reducido en 2014 a nivel nacional en un 11%. Este proceso represento un ahorro en costos de nomina de 9,7%.

Seguimos trabajando en incorporar colaboradores de minorías étnicas, que contribuyan con su preparación y conocimientos a los objetivos del canal.

Mantenemos un indicador de rotación nacional promedio del 8,98%. Esto representa una mejora versus el año 2013. Debemos todavía trabajar en la retención de personas. La rotación mas alta



esta en las áreas de operaciones (Estudio) y Noticias, que siguen viéndose afectadas por las contrataciones de los canales de gobierno.

En cuanto a las oportunidades de desarrollo de nuestros colaboradores, 2014 represento un año de crecimiento interno. 33% de las posiciones abiertas fueron llenadas vía promoción y ascensos de personal. Este indicador es muy positivo versus una buena practica internacional de 45%.

En lo que a entrenamientos y capacitación de los colaboradores se refiere, se lograron eficiencias. Con una inversión promedio del 34% versus el año anterior, se logró índices de capacitación de 3 horas por persona, muy similares a los ejecutados en 2013.

Se logro un avance positivo en la escuela de habilidades teóricas y practicas de Edición, así como AVID media Composer, que dio inicio a un nuevo nivel básico y concluyo el nivel avanzado para nuestros colaboradores.

Nos mantenemos trabajando para asegurar las condiciones de Seguridad y Salud Ocupacional, cumpliendo en 2014 con una Auditoria del Ministerio de Relaciones Laborales, la misma que no tuvo observaciones relevantes.

Administración y Finanzas

Como se puede apreciar en la información financiera presentada, los resultados de Teleamazonas han tenido una tendencia creciente en el año 2014. Presentando una utilidad consolidada de \$520,477. Esta utilidad se produjo por la reducción de los gastos en un 20% entre los diferentes departamentos del canal a pesar de la reducción de los volúmenes de venta.

Los menores ingresos fueron ocasionados por la disminución de nuestros niveles de audiencia.

Los resultados positivos y la renegociación de ampliación de plazos de pago, con proveedores del exterior, permitieron mejorar significativamente la liquidez de la compañía por lo que se canceló a Banco Rumiñahui las deudas que se mantenía a dic 2013 y generamos inversiones en entidades financieras por 1,8 millones de dólares.

Las dos empresas, a pesar de sus resultados, han pagado por impuesto a la renta único un valor 346 mil dólares.

Se continua con los procesos tributarios contra el SRI por las auditorias tributarias de los años 2001, 2005, 2006, 2008.

El departamento de sistemas trabajó en el mejoramiento de procesos de varias áreas. Se implemento el sistema de facturación electrónica para CRATEL. Se implemento la infraestructura de ASPERA para manejo de video con proveedores del exterior para facilitar la recepción de material filmico.

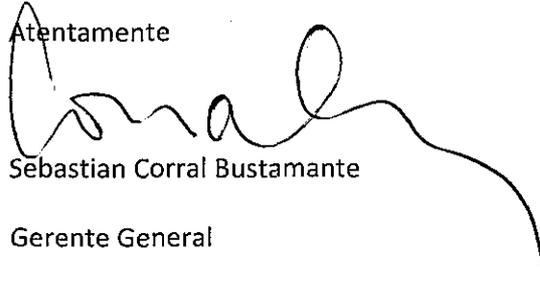


Durante el año 2014, el equipo humano de la WEB mantuvo el posicionamiento de la página WEB como el cuarto medio en el ranking nacional luego del Universo, Ecuavisa y El Comercio adicionalmente se incrementó en un 218% los seguidores de Facebook y 61% de Twitter con lo que superamos el millón de seguidores.

Se ha continuado cumpliendo con las normas de propiedad intelectual y derechos de autor, mediante la asociación con Sayce, Soprofon. Se hizo la renovación y registro de las marcas que se crearon en el 2014. Durante este año tuvimos un reclamo de los productores de Historias personales realizado a la IEPI, que fue resuelto favorablemente para la compañía.

Quiero dejar constancia de mi agradecimiento a los accionistas y especialmente a todos los empleados de TELEAMAZONAS.

Atentamente



Sebastian Corral Bustamante

Gerente General

CENTRO DE RADIO Y TELEVISION CRATEL C.A.

TELEAMAZONAS GUAYAQUIL S.A.

