

CENTRO DE RADIO Y TELEVISION CRATEL C.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 presentó 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 realizó:

- 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 50% 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 que tuvo 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.

Supervisión
COMPAÑIAS
27 DE JULIO 2010

11

- 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.

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.

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
CENTRO DE RADIO Y TELEVISION CRATEL C.A.**

	2009	2008
Total Activos	29.943.080	31.138.855
Total Pasivos	11.522.562	11.493.770
Total Patrimonio	18.420.518	19.645.084
Total Ventas	31.438.121	28.470.176
Pérdida Neta	(1.224.567)	(725.370)

El financiamiento obtenido en el año ha sido principalmente con nuestros proveedores que alargaron sus plazos crediticios.

Nuestra empresa durante el 2009 inicio la construcción e implementación del estudio de filmación en la ciudad de Guayaquil, lo que permitirá desarrollar producciones nacionales lo que ha demandado una fuerte inversión financiera.

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

