

## **INFORME A LOS SEÑORES ACCIONISTAS DE CENTRO DE RADIO Y TELEVISION CRATEL C.A.**

Con el objeto de dar cumplimiento a lo que disponen los estatutos de las compañías Centro de Radio y Televisión CRATEL CA., a continuación el informe de la administración sobre los hechos mas importantes y las cifras mas significativas de estas empresas durante el año 2016.

El año 2016 fue un año especialmente difícil para la empresa que represento. Las ventas totales del mercado publicitario de televisión se redujo en 18% con relación al año 2015. Aunque Teleamazonas solamente redujo sus ventas en 2%, los precios y las condiciones generales de negociación con clientes y agencias fueron muy complicadas.

La economía del Ecuador se deterioró en forma importante durante el año 2016, según cifras oficiales, el Producto Interno Bruto se redujo en 1,5% con respecto al año anterior. Como es por todos conocido, las empresas, al ver reducidas sus ventas, recortan, como primera medida, sus presupuestos publicitarios. Más adelante presentaremos cifras que muestran claramente la reducción de la inversión publicitaria en televisión.

En abril de 2016 se produjo un fuerte terremoto en las provincias de Manabí y Esmeraldas lo cual causó un freno importante a la actividad económica nacional. Las medidas tomadas por el gobierno con el objeto de recaudar fondos para hacer frente a la catastrofe fueron basicamente de carácter recaudatorio (subida de IVA, impuestos sobre patrimonio y contribuciones sobre salarios), lo cual restringió aun mas el libre flujo de la economía nacional.

La absurda ley orgánica de comunicación sigue vigente y regula nuestra actividad en varias areas, como lo hemos explicado en innumerables ocasiones, no solo afecta la libertad de expresión, sino que crea una serie de cargas financieras e impide la creación y emisión de contenidos que fueron preferidos por las audiencias del país.

Presentamos las ofertas para el concurso de asignación de frecuencias, sin que hasta este momento exista un resultado sobre el mismo. Es importante recalcar que nuestra oferta pasó ya de la evaluación técnica realizada por ARCOTEL y está en manos de CORDICOM y que hay una empresa con domicilio en la ciudad de Portoviejo que ha solicitado nuestras frecuencias mas importantes. Por otro lado, este concurso ha sido cuestionado por varios grupos a nivel nacional e internacional por la falta de transparencia en todo el proceso.

Los medios audiovisuales seguimos, durante el año 2016, invadidos por cadenas de televisión y campañas publicitarias sobre los temas que el gobierno escoge. Durante el año 2016, emitimos aproximadamente 178 horas de cadenas y campañas publicitarias ordenadas desde el estado por las que no se pagan un centavo y 182 horas de programas producidos por el gobierno ocasionando problemas de programación para nosotros pero, sobre todo, una enorme molestia para los televidentes.

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 2014 fue de \$211,519,657; la venta total neta de Teleamazonas fue de \$26,410,615; es decir un 12,5% del mercado total. Durante el año 2015 la televisión nacional facturó un total de \$182,440,142, el mercado decreció en 13,7%; las ventas de Teleamazonas fueron de \$18,892,984 lo que representa un decrecimiento de un 28,4% con respecto al año anterior y representan un 10,3% del mercado total. Durante el año 2016 las ventas totales del mercado sumaron \$149,450,018, lo cual es alarmante ya que ha existido una reducción del 29% con respecto al año 2014 y una reducción del 18% con respecto al año 2015. Teleamazonas facturó durante el año 2016 la cantidad de \$18,440,966 lo cual representa una caída de del 2% frente al año anterior.

El share promedio de audiencia del canal durante el año 2015 fue del 12% lo que demuestra una gestión de ventas importante ya que el share comercial es 13%.

El Costo por punto de rating al que se vendió la pantalla de Teleamazonas durante el año fue de \$129,00 promedio en el target personas 18+, fuimos el segundo canal mejor pagado del mercado.

## **Programación**

Durante el año 2016 Teleamazonas mantiene la 3ra posición de audiencia en Quito. Teleamazonas ocupó el 5to lugar de sintonía en tv abierta (en el 2015 estuvo en 6ta posición). El Cable continúa creciendo en ambas ciudades.

Entra un nuevo competidor en el mercado: Televisión (TVC) cuya mayor oferta de programación es Televisa, logrando rápidamente posicionarse en Quito en 4ta posición.

El cable continúa en crecimiento en Quito y Guayaquil (sube de 4to a 3er lugar).

Se incorpora a nuestra rejilla el programa de producción nacional Noticias, reforzando la oferta dominical con muy buenos resultados.

Se transmiten nuevamente partidos del Campeonato Nacional de fútbol luego de un acuerdo con TC para la trasmisión, acuerdo que duró de marzo a julio.

Se produce la 2 da temporada de La Voz Ecuador con resultados deficientes de audiencia y, por ende, comerciales.

Se retoma el contrato con Fox, regresando a nuestra pantalla Los Simpson y varios contenidos importantes de este proveedor.

## **Producción**

Hemos mantenido durante el año 2016 varias de nuestras producciones que llevan algunos años en pantalla, hemos incorporado nuevas con éxito y se han evaluado algunas que seguramente serán parte de la oferta de Teleamazonas a su audiencia.

Se mantiene la co-producción de documentales para los sábados prime con el programa ECOS.

El programa NO-TICIAS se incorporó a nuestra parilla los domingos por la noche y se ha convertido en uno de los éxitos del prime time del domingo.

Se contrataron 2 temporadas del programa GEEKS durante el año, se negoció una 3era temporada para 2017.

Se contrata la 1era temporada del programa SOY YO que va al aire con su respectivo reprisé. A finales de año inicia la 2da temporada que se extendió hasta febrero de 2017.

Se emitieron dos temporadas del programa HOY COCINO.

En Guayaquil se mantiene al aire el programa JARABE DE PICO, Comercialmente funciona. Se realizan cambios a lo largo del año. Salida de director de contenido y un presentador.

Para la segunda temporada de LA VOZ se decide cambiar los coaches. En lugar de Marta Sanchez, Coqui Villamizar y Jerry Rivera vienen los artistas Americo, Joey Montana y Paty Cantú. Este cambio mejora el ánimo y lenguaje entre los coaches. Se reemplaza también a Constanza Baez por Andrea Hurtado.

Como expliqué, los resultados obtenidos, no cumplen con nuestras expectativas.

A raíz del terremoto de abril, el canal decidió colaborar con la producción y dirección de la grabación del video "Yo nací aquí" de Juan Fernando Velasco. Además con la campaña de NACIONES UNIDAS y la producción para televisión del concierto.

Se produjo un programa especial por el aniversario 20 de la medalla olímpica de Jefferson Pérez.

Se realizó la producción, dirección y emisión de la elección de Reina de Quito.

## **Noticias y Opinión**

En el año 2016 el departamento de noticias tuvo un trabajo activo por la serie de eventos informativos de interés nacional y Mundial.

Sin lugar a dudas, el terremoto que afectó a las Provincias de Manabí y Esmeraldas en el mes de abril ocupó un lugar importante en nuestros informativos. Los reporteros y los equipos técnicos del canal fueron desplegados a las zonas afectadas, pocas horas después de ocurrido el hecho.

A los tres meses del terremoto volvimos con nuestros equipos a esos mismos lugares para constatar el avance de la reconstrucción y pudimos proyectar a los televidentes un Especial con esa realidad.

Conjuntamente con los jóvenes agrupados en el programa "Vivamos la fiesta en paz" emprendimos una campaña para recoger mochilas con implementos escolares que fueron repartidas en los establecimientos educativos del sector rural de las provincias afectadas.

Uno de los acontecimientos internacionales que ocupó las primeras planas de la prensa mundial fue la muerte del líder cubano Fidel Castro. Un equipo de Teleamazonas permaneció en la Habana para la cobertura de los funerales.

Otro hecho en el que tuvo activa participación el noticiero fue la cobertura de la muerte del cantautor Juan Gabriel. Desde México tuvimos reportes para todos los informativos sobre esta noticia que generó tristeza a los amantes de la canción y conmocionó el mundo del espectáculo.

Días más tarde, se logró armar un Especial con el material conseguido en México, a propósito de la puesta al aire de la telenovela que contaba la vida del cantante: "Hasta que te conocí"

En octubre sale al aire "Hora 25" un programa que ha tenido gran éxito y se ha convertido en el referente de los programas de opinión de la televisión nacional. La presencia del presidente Rafael Correa en el primer programa generó enorme expectativa en la teleaudiencia nacional, no solo por su animadversión con los medios independientes, sino por permanentes ataques a Teleamazonas

Vale la pena destacar nuestra presencia informativa en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Desarrollo Urbano Sostenible, HABITAT III realizado en Quito, que según los expertos es el evento de mayor relevancia internacional que se haya realizado en el país.

Como en años anteriores los pedidos de replica y rectificación estuvieron a la orden del día, no solo por las noticias, sino también por las opiniones de nuestros invitados al programa "Los desayunos"

En todos los casos, en fiel cumplimiento a la ley de Información y Comunicación se cumplió con esta obligación legal.

DIA A DIA presentó el año 2016, 286 reportajes que cubrieron varios aspectos del interés nacional. Emitimos una serie de reportajes que evidenciaron la inmensa problemática de las drogas duras en el país con el consumo de la droga H y que afectan a miles de jóvenes.

Se realizaron varias coberturas sobre el desastre del terremoto de abril en Manabí en donde pudimos hacer conocer al Ecuador mas allá de la noticia los casos humanos de compatriotas que a pesar de perder todo siguieron adelante con mucho ímpetu y optimismo.

Se documentó, por primera vez, en un hecho histórico a nivel mundial, se emitieron dos programas especiales acerca de las misiones geodésicas en el país, como estas cambiaron la historia del mundo y de lo que hoy es el Ecuador.

La gastronomía sigue siendo un pilar fundamental para nosotros y hemos redescubierto en nuestros reportajes muchísimas recetas ya perdidas en la memoria.

### **Técnica y Operaciones**

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

#### En Quito:

- En el primer trimestre del 2016 se realizó un mantenimiento general preventivo a todos los equipos de continuidad y transmisión del canal.
- Se dio la asistencia técnica en la producción del programa La Voz II, en el estudio de Carapungo.
- Hasta el mes de junio se realizaron las transmisiones del campeonato nacional de fútbol.
- Se realizaron las transmisiones de las carreras organizadas por Jefferson Perez y en el mes de noviembre la media maratón de Quito.
- Se acondicionó un set pequeño en Quito para el programa de coproducción SOY YO.
- En el mes de diciembre se inicio el desmontaje de todo el estudio norte para entregar las bodegas que se usaron.
- En el area de radio frecuencia se trabajó en la elaboración de los proyectos de ingeniería para el concurso de frecuencias, tarea que se concluyó y se entregó los proyectos de Quito y Guayaquil.

#### En Guayaquil:

- Se procedió a desmontar las editoras que se usan en el estudio ADACE para usarlas en Quito en La Voz 2.
- En el Cerro del Carmen se ha seguido con las tareas regulares de producción de noticias, deportes y el programa Jarabe de Pico.
- En el segundo semestre una vez terminada la producción de La Voz 2 se regresan los equipos de edición y se los asigna a programación y producción en Guayaquil.
- Se alquiló el estudio de ADACE por dos ocasiones para producción de comerciales pequeños, esto fue por dos días nada mas.

#### **Mercadeo**

ECUADOR AQUÍ ESTOY, fue una de las campañas que se impulso a través de nuestra pantalla, un llamado nacional a la solidaridad, motivado por las voces de grandes artistas liderados por Juan Fernando Velasco, en un video musical producido por Teleamazonas, además, una intensa campaña en toda la programación, un concierto multitudinario y una de las colectas más grandes de la historia nacional.

Alrededor de este doloroso evento, se apoyó a más iniciativas, para que la ayuda no se detenga, campañas como MI MOCHILA TU FUTURO, de la fundación VIVAMOS LA FIESTA EN PAZ o un evento deportivo de alcance internacional IRONMAN 70.3, que se realizó el 31 de julio en Manta, otra de las ciudades golpeadas por el devastador sismo, promoviendo el turismo y con ello la re activación económica.

Además de lo mencionado, la agenda del departamento de Mercadeo en el año 2016 fue intensa, desde la promoción de la segunda temporada de LA VOZ ECUADOR, a eventos deportivos, culturales, musicales, tecnológicos, incluso, en el último trimestre del año, el

proyecto de Re-diseño de marca, que definirá la imagen que presentará Teleamazonas al público en el último semestre del 2017

Siguiendo la estrategia manejada en la primera edición de La Voz Ecuador, con el uso de medios tradicionales, street marketing y social media, además de un trabajo integral con el departamento de producción y el de redes sociales del canal, se consiguió mantener el posicionamiento de Teleamazonas como el referente de la producción de programas musicales y el escenario de la nueva generación de cantantes del país.

En lo estructural, se ejecutó las recomendaciones de los asesores internacionales GECA, realizando una re estructuración del Departamento de Mercadeo, con pasos como entregar la administración de pauta promocional del canal al Departamento de Programación, y asumir nuevos procesos para mejorar los resultados de los proyectos liderados por el área de Marketing, incluyendo un trabajo intenso en el desarrollo de Mercadeo digital dando prioridad a la implementación del campañas de Redes sociales.

En el último trimestre del 2016, se realizó un estudio de mercado con el apoyo de la empresa Dooble Click, y los resultados son ahora las directrices en el desarrollo de una imagen nueva, joven, fresca, con una nueva personalidad, considerando siempre un alcance nacional, que se impulsa desde este departamento, cuyos resultados se verán plasmados en el segundo semestre de este año, con el objetivo principal de presentar al Ecuador un rostro renovado de la marca Teleamazonas que cumpla con los exigentes estándares de la nuevas generaciones.

## **Deportes**

El año 2016 comenzó con grandes cambios en los deportes para Teleamazonas pues pudimos negociar los derechos de transmisión de los partidos del Campeonato Nacional de fútbol con los canales incautados. Así pudimos transmitir los partidos de tres equipos (Barcelona, U.Católica y Mushuc Runa). Además, contamos con los resúmenes de los goles de todos los otros encuentros. Sin embargo, la grave caída del mercado publicitario en nuestro país nos obligó a dar por terminado el contrato anticipadamente. Así, nuestras últimas transmisiones fueron el fin de semana del 13 de julio. En el segundo semestre tampoco contamos con el resumen de los goles y debimos acortar el tiempo de nuestro programa estelar de los domingos.

Durante el año mantuvimos nuestros espacios en los tres noticieros diarios, aunque el horario del programa de la tarde se cambió con el de En Corto. Intentamos cubrir la mayor cantidad de disciplinas deportivas y trabajamos con el fútbol internacional para sostener nuestra audiencia. Acompañamos a nuestra selección en sus viajes por eliminatorias. Así estuvimos en Barranquilla, Lima, La Paz y Montevideo levantando información diaria. También fuimos parte de la cadena de canales en nuestro país y transmitimos los cuatro partidos de nuestra selección que jugó como local.

Mantuvimos la transmisión de varias carreras atléticas, las organizadas por JP Sport Marketing. En Guayaquil Hugo Quintana, joven periodista, reemplazó como presentador a Héctor Córdova. El departamento de deportes ha logrado sostener sus coberturas con un equipo más bien reducido de colaboradores.

## **Recursos Humanos**

En 2016, Recursos Humanos tuvo un enfoque en la eficiencia de la estructura y eficiencia de costos.

Durante el primer semestre de 2016 se llevo a cabo un proceso de reducción del tamaño de la organización de cerca del 10% de nuestro headcount versus 2015.

Se acompañó a las gerencias en la eliminación de procesos ineficientes y los costos por horas extras relacionados con los mismos. Se evaluó los mecanismos de compensación variable y se plantearon nuevos esquemas para las áreas de noticias, operaciones, deportes y producción.

En el mes de Abril, se dotó a los colaboradores de nuevas camisetas y chompas como ropa de trabajo.

Se concluyo el proceso de actualización de profesiogramas y perfiles de puestos, y a finales de diciembre de 2016 se llevo a cabo la evaluación del desempeño con un 73% de cumplimiento.

Continuamos con las acciones relacionadas a asegurar la salud ocupacional, llevamos a cabo 3 simulacros de seguridad y tuvimos 1 evacuación real llevada a cabo sin complicaciones. Logramos la certificación y permiso de funcionamiento de nuestro dispensario médico en Quito, con el aval de MSP.

En el mes de septiembre tuvo lugar la semana de la salud, donde se oferto información médica actualizada así como exámenes médicos gratuitos.

Dentro de nuestra campaña interna de Tu Eres, lanzamos el programa de prevención de uso de drogas, alcohol y tabaco.

En el mes de junio se llevo a cabo la evaluación anual de clima laboral, con resultados positivos.

Se ha trabajado para mantener los beneficios del seguro de asistencia medico, aumentando en un 5% el numero de colaboradores interesados en formar parte del mismo.

## **Administración y Finanzas**

Como se puede apreciar en la información financiera presentada, los resultados de TELEAMAZONAS han tenido una tendencia decreciente en el año 2016. Presentando una pérdida consolidada de \$ **6.228.114**.

Esta pérdida se produjo por la reducción de los ingresos los mismos que fueron motivados por el menor rating del canal en el año 2016 en relación al 2015 y una caída del mercado publicitario. Teleamazonas realizo esfuerzos para bajar los gastos en la empresa logrando un ahorro del 8% en relación al año anterior.

Los resultados negativos obligaron a tomar créditos en el mercado financiero por lo cual se realizaron varias operaciones de crédito destacándose un millón de dólares y uso activo de una línea de factoring manteniendo una operación de crédito de hasta un millón de dólares con tres instituciones del sistema financiero nacional. Adicionalmente, se accedieron a prepagos de clientes lo que permitió mejorar significativamente la liquidez de la compañía

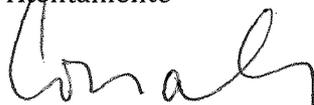
Las dos empresas, a pesar de sus resultados, han pagado por impuesto a la renta único un valor 315 mil dólares.

El departamento de sistemas trabajó en el mejoramiento de procesos de comunicación interna del canal, terminó en el año la implementación de la nueva central telefónica AVAYA y los nuevos servidores HP Blade y sistemas de almacenamiento 3PAR, lo que permitió optimizar el almacenamiento y trabajo de las diferentes áreas. También se realizaron mejoras en los sistemas INSOFT e infraestructura del canal.

Se ha continuado cumpliendo con las normas de propiedad intelectual y derechos de autor, mediante la asociación con Sayce, Soprofon. Se inició la renovación y registro de las marcas de Teleamazonas y que vencieron en este año.

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.