

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

Quito, 29 de marzo de 2019

Señores Socios:

En cumplimiento a las disposiciones legales vigentes, presento a ustedes el informe anual de administración de **CENTRO DE RADIO Y TELEVISION CRATEL C.A. ("CRATEL")**; correspondiente al ejercicio económico 2018.

- 1. La Administración de la Compañía ha actuado con total apego a la ley y a las normas estatutarias. Se han cumplido con los objetivos previstos para el ejercicio económico.**

El año 2018 al igual que el año 2017 fue, un año difícil para la Compañía. Todo ello debido, entre otras cuestiones;

- (I) Al ambiente de incertidumbre que existe en el País;
- (II) La situación macroeconómica de Ecuador;
- (III) Mayor competencia en el mercado televisivo;
- (IV) Reducción de las inversiones publicitarias de los clientes Corporativos.

- 2. La Compañía ha cumplido en todo momento con las disposiciones de la Junta General.**

- 3. La Compañía ha atravesado algunos hechos relevantes y/o extraordinarios, que se detallan a continuación para conocimiento de los accionistas:**

3.1. Ventas:

En el año 2018, los ingresos de Teleamazonas fueron de \$20.682.518 dólares americanos, generando una caída en relación al año 2017 del 1.10%, continuando a la baja; esto se debe al bajo rating de toda la programación y que el mercado publicitario cayó con el 8.27%. Además se agregó otro canal competidor en el mercado que es TELEVICENTRO, que alcanzó altos niveles de rating incluso superando a Teleamazonas.

Teleamazonas logra mantener el tercer lugar en ventas, en el 2018, con un share comercial del 13.2% de participación del mercado.

En noticieros incluidos deportes y en corto el monto de venta de 2018 fue de \$ 10.033.738 dólares americanos y en el 2017 de \$ 8.576.241 dólares americanos.

Teleamazonas en el 2018 tiene un CPR de 131 dólares en personas 18+total, siendo el segundo canal mejor vendido de la televisión abierta ecuatoriana. Se debe aclarar que en el cuadro de Share; Gamavisión consta con un CPR de 170 dólares, esto es debido a que en todo el año la pauta fue de gobierno y no comercial.

En el 2018, Teleamazonas sigue bajo en el rating de audiencia, pese a esto el departamento comercial pudo mantener los niveles de ingresos.

El canal para el 2019, necesita subir el rating en toda la programación, especialmente en noticieros y deportivos. Se debe mejorar la franja prime con mejores contrataciones de telenovelas ya que es la única manera de que la participación de Teleamazonas crezca.

3.2. Programación:

AUDIENCIAS

En el año 2018 Teleamazonas obtuvo la 4ta posición de audiencia en Quito. En Guayaquil Teleamazonas mantiene la 5ta posición ya conseguida en el 2017. En Consolidado, Teleamazonas ocupó el 5to lugar de sintonía en TV abierta (en el 2017 estuvo en 4ta posición). El Cable se estabiliza en Quito con un 24.1%, en Guayaquil se estabiliza en 17% y ocupa el 3er lugar a sólo 3 décimas del 2do lugar.

Televisión (TVC) en Quito sigue en crecimiento llegando a ocupar la 2da. Posición, y cierra el año con un 12%; a menos de un punto de la primera posición en la región. En Guayaquil mantiene el 6to lugar.

PUNTOS A RESALTAR

Se produce la 5ta temporada de "YO ME LLAMO" que logra un crecimiento del 19 % del prime time.

Entre los programas con mayor audiencia en Quito está Día a Día, Noticiero 24 Horas con sus 3 emisiones, el programa humorístico Noticias y la 5ta temporada de YO ME LLAMO. En Guayaquil se logra una mayor audiencia con las series Los Simpson, Doraemon, Bob esponja y Smackdown.

Continúan los convenios con Fox, Viacom, Sony. Se cierra negociación con Caracol del nuevo convenio 2018-2019.

3.3. Producción:

ECOS

Deja de ser una coproducción y en Enero se lo hace internamente con la conducción de Nataly de Nobrega. Tras un análisis de costo y rating, se emite su último programa en Noviembre de este año.

YMLL 5

Se lanza nuevamente YMLL. Se llama a casting en Cuenca, Manta, Guayaquil y Quito. Se selecciona 30 participantes; se producen 5 programas de casting, 55 programas de sentencia, eliminación, clasificación y final; de los cuales 9 son en vivo. Cambiamos de presentadores, Jaime Arellano por Ronald Farina y Stefany Tejada por Bibi Vargas.

TAN DAVICHO

Se contrata a David Reinoso con la productora Rompekabeza para la producción de 12 programas cómicos de 30 minutos. Se acabó la temporada y no se continuó con el proyecto por falta de rating.

TELEAMAZONAZO

Por segundo año, se produce el Teleamazonazo por las fiestas de Quito el 05 de Diciembre. Tiene mucha acogida la presentación de artistas nacionales e imitadores de YMLL.

3.4. Noticias y Opinión:

El año 2018 fue año productivo para el departamento de Noticias. Con la decisión de reformar la Ley de Comunicación se frenó el hostigamiento por parte de Superintendencia de información y Comunicación; SECOM.

El compromiso editorial estuvo apegado a informar y a denunciar la corrupción. El noticiero denunció, los hechos que finalmente tuvieron como corolario la renuncia y salida de la vicepresidenta Alejandra Vicuña.

Los atentados y secuestros en la frontera norte, generaron una importante presencia de nuestros reporteros en el Sector de San Lorenzo, provincia de Esmeraldas.

El trabajo informativo en la Consulta Popular, cumplió el objetivo de que los ecuatorianos acudan a las urnas con la mayor cantidad de información, para que puedan ejercer su derecho al voto.

En el plan de acercar al canal a los televidentes durante el 2018, estuvimos en Cuenca en sus fiestas de Independencia, con los informativos de un día, incluido los Desayunos, desde las calles y plazas de la capital azuaya.

Un hecho a destacar, es el acompañamiento a los miles de venezolanos, que llegaban a la frontera norte y transitaban por las carreteras del país y su posterior agrupamiento en las principales ciudades.

Este año ha sido muy importante, la presencia de los corresponsales en todas nuestras emisiones, acercando cada día más a nuestros televidentes a la realidad nación.

3.5. Técnica y Operaciones:

En el primer trimestre del 2018, se realizó un mantenimiento general preventivo a todos los equipos de edición de noticias sistema Aurora, de producción sistema Avid, además todos los equipos de puesta al aire en continuidad.

Se dió la asistencia técnica, en la producción del programa No-Noticias durante el año.

En el segundo semestre, se realizó la asistencia técnica – operativa en el programa YO ME LLAMO 5.

Se realizaron las transmisiones de las carreras organizadas, por Jefferson Pérez en marzo y abril. Se cubrió el Iron Man 70.3 en Manta.

Se acondicionó, el set principal para las grabaciones del programa Hora 25.

Se adquirieron los equipos de edición, para reemplazar los equipos actuales e por los de HD, se compró Avid para toda la operación.

En la parte de Radio Frecuencia, se trabajó en las mediciones de señal para Quito y Guayaquil, se realizó el análisis de las mismas; con las que realizó la Empresa Ecuatronic.

3.6. Mercadeo:

Telenovelas Prime

Los estrenos para telenovelas del prime como: Mamá del 10, Polvo Carnavalero, Enemigo Íntimo, Justicia, La Nocturna y La Reina del Flow, tuvieron soporte de pauta en medios externos como publicidad en redes sociales, radio, vía pública, buses, Metrovía, pantallas led, y mupis, tanto en Quito como en Guayaquil.

Tan Davicho

El 16 de septiembre se estrenó programa TAN DAVICHO, promocionado con 13 promos en pantalla, y con soporte en vía pública (pantallas gigantes y pantallas en Centros Comerciales;) tanto en UIO como en GYE. Esta vez los espacios de publicidad se compartieron con YO ME LLAMO.

Yo Me Llamo Quinta Temporada

YO ME LLAMO se promocionó, en espacios compartidos de vía pública (mupis, buses, pantallas) con TAN DAVICHO, y tuvo espacio total en radio por cuñas y menciones. En septiembre, antes del estreno se realizó un evento de presentación del programa para auspiciantes y para medios de comunicación.

Reina del Flow

En Quito y Guayaquil, la telenovela tuvo una campaña promocional en medios externos como radio, vía pública y aplicando esta vez también promoción en Spotify. El estreno de Quito, tuvo un fuerte soporte a través del programa; YO ME LLAMO mediante varias menciones.

Otras Campañas

Se realizaron las siguientes campañas especiales para pantalla:

- Día de la Madre
- Fiestas de Fundación de Guayaquil
- Fiestas de Fundación de Cuenca
- Fiestas de Fundación de Quito
- Navidad
- Año Nuevo

Cambios de Gráfica

- En noviembre, se aplicó un cambio de grafica de "Emociones", con colores fuertes y una estructura distinta, para espacios publicitarios y sobres; donde se muestra en video parte del programa que se promociona.
- En diciembre, se hizo una variación a la gráfica nueva, con motivos navideños.

3.7. Deportes:

El año 2018 para el departamento de Deportes, fue un año de transición. Estuvimos involucrados en la disputa por los derechos de televisión del Campeonato Ecuatoriano de Fútbol; incluso llegamos a hacer una propuesta para adquirirlos. Procedimientos poco claros de la Federación Ecuatoriana de Fútbol nos impidieron comprarlos, habiendo sido nuestra propuesta no solo la más alta, sino la más real de todas las presentadas.

En medio de esta disputa reproducimos algunos partidos en las primeras fechas. Sin embargo luego del concurso nos quedamos sin imágenes del Campeonato

Ecuatoriano. Ningún canal de señal abierta contó con las imágenes del fútbol nacional, pese a esto nuestros segmentos deportivos continuaron manteniendo la audiencia acostumbrada; como líderes en Quito y segundos a nivel nacional.

Mantuvimos nuestra política de inclusión y participación, en nuestros noticieros deportivos informando sobre todo tipo de deportes, con un alto porcentaje dedicado al deporte femenino. En el 2018 transmitimos, una vez más, las carreras atléticas de la Fundación de Cuenca y la Huarmi, solo para mujeres.

En el segundo semestre del año, se liberaron los derechos de la Champions League y pudimos incorporar imágenes del torneo a nuestros resúmenes deportivos.

3.8. Recursos Humanos:

En 2018, Recursos Humanos se enfocó en mantener los costos de nuestra estructura de personal controlados, así como en fortalecer la capacitación como parte del cumplimiento de la normativa legal.

Llevó a cabo, durante todo 2018, alrededor 50 horas de capacitación; se reforzó los conocimientos de AVID de personal de Noticias; y formación en seguridad para dar cumplimiento a los requerimientos del MDT.

Nuestros índices de rotación bajaron significativamente, siendo el valor anual del 0.04%.

Continuamos con las acciones relacionadas a asegurar la salud ocupacional, llevando a cabo 2 simulacros de seguridad, donde contamos con el apoyo y retroalimentación del Cuerpo de Bomberos de Quito.

Se llevó a cabo la encuesta anual de clima y riesgos psicosociales, con una participación del 88%; se hizo seguimiento al programa de prevención de uso de drogas, alcohol y tabaco, se realizaron charlas.

3.9. Administración y Finanzas: (análisis únicamente de CRATEL)

Como se puede apreciar en la información Financiera presentada a los señores Accionistas, los resultados de CRATEL C.A., han tenido una tendencia a mantenerse en el año 2018. Presentando una utilidad antes de impuestos y participación a trabajadores de US\$ 252.071.62 dólares de los Estados Unidos de América.

4. De la revisión de los libros contables de la Empresa, estos demuestran la situación Financiera de la Compañía al 31 de diciembre de 2018, tal como lo establece la

reglamentación de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros y demás normas técnicas y contables.

Como se refirió en el apartado anterior, se puede apreciar en la información Financiera presentada a los señores Accionistas, los resultados de CRATEL C.A. han tenido una tendencia a mantenerse en el año 2018. Presentando una utilidad antes de impuesto y participación a trabajadores de US\$ 252.071.62 dólares de los Estados Unidos de América.

En 2018 se paga un Impuesto a la Renta de US\$ 187.988,00 dólares americanos que representa el anticipo mínimo calculado en 2017, el mismo que es superior al Impuesto a la Renta calculado. También repartiremos a los trabajadores un valor de US\$ 32.698,44.

La generación de utilidades en el año 2018 se dió por una reducción ingresos de 4% en los ingresos (aproximadamente US\$ 769.777,00) y la reducción del 5% en los gastos (aproximadamente, US\$ 983.652,00).

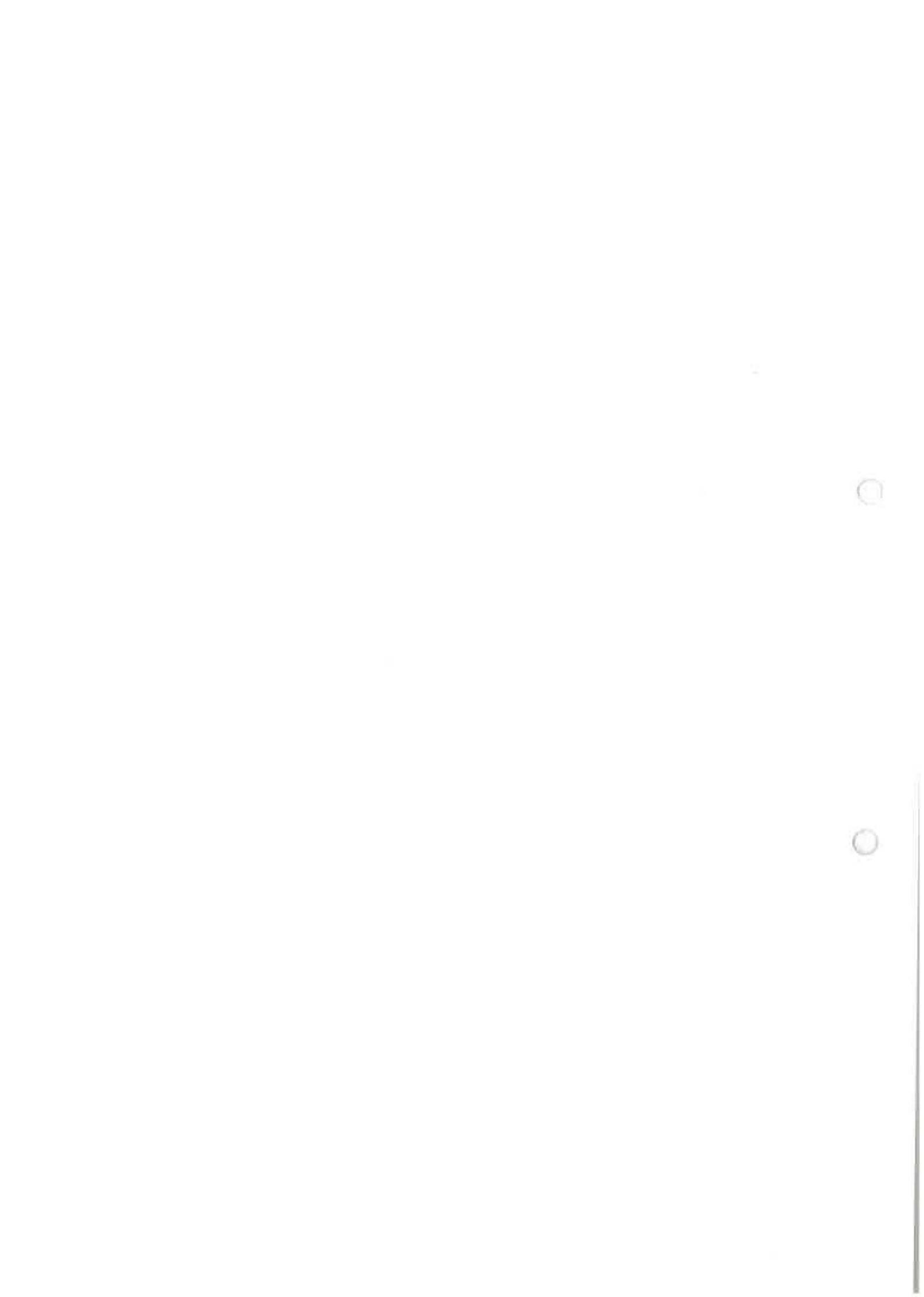
Se ha continuado cumpliendo con las normas de propiedad intelectual y derechos de autor, mediante la asociación con Sayce, Soprofon. Este año se realizó la renovación y registro de las marcas de CRATEL que vencieron en este año.

Quiero dejar constancia de mi agradecimiento a los señores Accionistas y especialmente a todos los empleados de CRATEL.

**5. Durante el ejercicio económico, el resultado es de una pérdida integral de US\$ 31.244,00
En vista de esto, se recomienda no repartir dividendos.**

6. Recomendaciones a la Junta General respecto de políticas y estrategias:

- Debido a la evolución que presenta el mercado publicitario ecuatoriano, se recomienda mantener un presupuesto de ventas alrededor de US\$ 20'000.000, sujeto a mantener el gasto controlado sin mayores incrementos a los 3'000.000, que corresponde a los proyectos de Quiero Cantar Conmigo y Master Chef. En caso de realizar inversiones en proyectos de mayor volumen el presupuesto será ajustado.
- Mejorar el rating de la franja prime.
- Buscar ingresos alternativos



7. La Compañía ha cumplido las leyes de propiedad intelectual que le son aplicables.

Finalmente, pongo a su disposición los Balances de la Compañía para su revisión y aprobación, agradeciendo por la confianza brindada y por el apoyo en mi gestión.

Atentamente,



Sebastián Corral Bustamante
Gerente General
CENTRO DE RADIO Y TELEVISIÓN CRATEL C.A.

