

INFORME DE LA ADMINISTRACION DE CENTRO DE RADIO Y TELEVISION CRATEL C.A.

Quito, 30 de agosto de 2020

Señores Accionistas:

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 2019.

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.

1. Comportamiento del Entorno Económico

La economía ecuatoriana presenta un crecimiento mínimo en 2019 equivalente al 0.3% según el Banco Central del Ecuador.

A pesar que el gobierno actual trató de reducir el gasto público, este siguió alto para el 2019. Este rubro está conformado principalmente por salarios y servicio de la deuda pública.

El Gobierno terminó el año con un **déficit fiscal de \$ 4.043 millones**, según las cifras del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). La cifra representa el **4 % del Producto Interno Bruto (PIB)**.

El nivel de endeudamiento público asciende a US\$58,980 millones

El mayor problema que enfrenta el actual Gobierno es la falta de los fondos suficientes para solventar los compromisos del sector público.

El año 2019 al igual que el año 2018, fue un año difícil para la Compañía. Todo ello debido, entre otras cuestiones:

- (I) Al ambiente de incertidumbre que se vivió 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.

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

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

1.1. Ventas:

En el año 2019, la venta neta de Teleamazonas fue de \$ 17,224,031.63 , generando un incremento del 2.61% en relación al año 2018 que fue de \$ 16,773.354.41, esto se debe a que en algo se recuperó el rating de toda la programación. El mercado publicitario en televisión decreció un 6.4%, lo que permite ver un aumento en la participación comercial de Teleamazonas del 13.2% al 14.6%, entre 2018 y 2019. TELEVICENTRO en Quito sigue alcanzando altos niveles de rating y sigue superando en algunos programas a Teleamazonas.

Teleamazonas se consolida en el 2019 en el cuarto lugar de audiencia en personas 18+ con un share del 14.1% y en el share comercial el 14.6% de participación del mercado: Seguimos siendo el tercer canal en ventas.

En MASTER CHEF ECUADOR, se logró una venta neta de \$ 4.048.519,87, siendo el programa con la mejor preventa y gracias al alto rating que luego conseguimos.

En noticieros incluidos, deportes, y en corto, el monto de venta de 2019 fue de \$ 7,025,488.00, en Copa América partidos y resúmenes \$ 995,000.00.

Teleamazonas en el 2019 tiene un CPR de \$ 157.2 dólares en personas 18+total, siendo el segundo canal mejor vendido de la televisión abierta ecuatoriana.

En el 2019, Teleamazonas sigue arrastrando un bajo rating de audiencia consolidada nacional en la mayoría de la programación, sin embargo en el segundo semestre hay un importante crecimiento en Quito, con la telenovela Betty la fea, Noticieros y Master Chef.

Para mejorar las ventas necesitamos subir el rating de Guayaquil en las mismas franjas horarias de Quito.

1.2. Programación:

AUDIENCIAS

Teleamazonas cerró el año 2019 ganando una posición en Quito con respecto al año 2018, al pasar a 3er lugar de sintonía con 10,6% de cuota de mercado, representando un crecimiento del 45%. En Guayaquil mantuvo la 5ta posición con 6,4% de share. El importante crecimiento que se logró en Quito hizo que Teleamazonas gane 2 posiciones a nivel Consolidado, ocupando el 3er lugar entre los canales de tv abierta con 8,2% de share. Con respecto a la competencia directa, el 2019 representó para Ecuavisa su año más bajo de audiencia en los dos mercados y por consiguiente en Consolidado de la última década.

En el año 2019 tomaron fuerza otros competidores de audiencia como son Otros dispositivos que alcanzaron su record de participación (8,0%) e Internet por tv que cuadruplicó su share con respecto al año 2018 (9,1%) en Consolidado. El Cable mostró un decrecimiento, regresando a los niveles del año 2016 (18,6%).

Puntos A Resaltar

Al importante crecimiento que logró Teleamazonas en el 2019 en Quito contribuyeron en gran medida sus dos grandes apuestas del año: la producción de la primera temporada de MasterChef que obtuvo una media de 142.000 personas con un crecimiento de la franja del 250% y la transmisión de la Copa América con una media de 130.000 personas. Además, en el primer semestre del año se produce Quiero Cantar Contigo, concurso de desarrollo in house, con resultados positivos para la franja de Prime Time con una media de 70.000 personas. Otros programas que permanecieron siendo puntales de Teleamazonas fueron el Noticiero 24 Horas con su emisión estelar principalmente, Día a Día, No-ticias, así como la adquisición de producto turco de éxito como la telenovela Madre y Mujer y el reprise de Betty La Fea por primera vez en Teleamazonas. Adicionalmente a las producciones locales antes mencionadas, se producen programas como La Foca y Hoy Ecuador y viene a Teleamazonas el programa América Vive.

En la ciudad de Guayaquil, el contenido más visto de Teleamazonas fue la Copa América con una media de 122.000 personas y un buen desempeño de MasterChef con 59.000 personas de dato medio.

En cuanto a proveedores, continúa el convenio de primera opción de compra con Caracol, Viacom y se amplía la compra de contenido hacia proveedores turcos y coreanos.

1.3. Producción:

HOY ECUADOR

De acuerdo a la planificación anual del canal se decide realizar la revista de actualidad "HOY ECUADOR". Se contrata a una productora externa en la ciudad de Guayaquil para su producción. Tras un mes de emisión diaria y ver que tanto rating como contenido y ventas no están funcionando, se decide cancelar el proyecto.

REINA DE QUITO

Tras la cancelación de la Elección Reina de Quito por parte de la nueva administración municipal, la Fundación Reina de Quito retoma este evento y solicita emitamos su Elección.

QUIERO CANTAR CONTIGO

Se lanza el primer reality de canto de propiedad del canal donde niños y un familiar forman un dúo para participar y enfrentarse a otras parejas. Se llama a casting en Quito principalmente aunque se logra tener participantes de distintos lugares de la costa y sierra. Se producen 61 programas de 75 minutos cada uno, a excepción de la final de 2 horas. De los 61 programas, 9 fueron en vivo por votación de público.

Se hizo un importante trabajo en redes sociales que fue bien recibido.

Los presentadores: Ronald Farina y Bibi Vargas. Jurados: Pamela Cortés, Jalal Duboise y Juan Fernando Velasco.

MASTERCHEF

Se contrata a la productora colombiana Alibi Producciones, para la producción de la primera temporada. El programa se graba en su mayoría en Colombia a excepción del Macro casting, Audiciones y 4 retos (Macro casting en la Cima de la Libertad, Reto 1 Armada – Diners Club, Reto 2 Ferrocarril – Claro, Reto 3 Malecón – La Fabril, Reto 4 Panecillo – Pronaca).

Se programa 60 capítulos de 45 minutos y por la gran acogida y éxito se extiende a 60 minutos y dos capítulos más.

TELEAMAZONAZO

Por tercer año, se produce el Teleamazonazo por las fiestas de Quito el 05 de Diciembre. Tiene mucha acogida y gran convocatoria por la presentación de artistas nacionales e imitadores de YMLL y QCC. Además la presencia de participantes de Master chef.

1.4. Noticias y Opinión:

El 2019 fue un año difícil para el país y obviamente para el noticiero.

Los 11 días de protesta, saqueo y vandalismo protagonizado por un sector indígena y campesino, concentrado en Quito, provocó una serie de ataques a los periodistas del canal, incluso esas turbas estuvieron a punto de incendiar el canal. Uno de nuestros compañeros fue brutalmente agredido. Estos hechos no fueron obstáculos para informar permanentemente de los acontecimientos ocurridos.

En las elecciones seccionales tuvimos una importante cobertura a nivel nacional. El trabajo de los corresponsales desplegados en todo el país nos permitió conocer a los candidatos a las alcaldías y a los gobiernos provinciales. Como es costumbre tuvimos un amplio despliegue de cobertura, antes, durante y después del día de las elecciones.

La cobertura del inicio del juicio a Joaquín el Chapo Guzmán en Nueva York fue otro evento a destacar. Un equipo periodístico de 24 horas viajó a la cobertura de este proceso penal que concitó el interés nacional e internacional.

Si bien en el 2018 empezaron a llegar ciudadanos venezolanos a nuestro país, en el 2019 rebasó las expectativas. Como noticiero acompañamos también a las autoridades locales y nacionales en la búsqueda de una salida a esta situación

El programa desayunos continuó este año con el análisis y debate de los temas de interés general y de coyuntura.

En el 2019 Hora 25 se convirtió en el espacio referente del debate político, económico y social del país, en el que confluyeron diferentes puntos de vista del quehacer nacional.

1.5. Técnica y Operaciones:

En Quito:

Al inicio de año 2019 se preparó el estudio para realizar el programa Quiero Cantar Contigo, usamos la Unidad Móvil HD rentada a Medios públicos.

Se realizó mantenimiento preventivo a las estaciones de transmisión en Esmeraldas, Chimborazo, Manabí y Lago Agrio en Bermejo.

En el segundo semestre se realizó la asistencia técnica –operativa en las grabaciones de los retos de Master Chef en Quito y Guayaquil, igual se usó la unidad móvil de Medios Públicos.

Se realizaron las transmisiones de las carreras organizadas por Jefferson Perez en marzo, abril y en el mes de noviembre la maratón de Quito.

Se realizó el mantenimiento preventivo de todos los equipos Aviad de edición de noticias, programación, producción, Marketing, Día a Día y ventas, todo esto dentro del año de garantía de los mismos.

En el mes de diciembre se re acondiciono el estudio 1 para el programa HORA 25.

El departamento de Radio Frecuencia trabajó en la preparación general de todos los documentos para el concurso de frecuencias que al final del este año, no se realizó.

En Guayaquil.

Se trabajó en el programa Hoy Ecuador, se adquirieron pantallas y luces para acondicionar el set.

Se procedió al mantenimiento anual de las editoras de noticias sistema Aurora y producción Avid.

En el Cerro del Carmen se ha seguido con las tareas regulares de producción de noticias, deportes y el programa Jarabe de Pico.

Se procedió en coordinación con la administración del canal a realizar algunos trabajos menores en el estudio Adace para conservarlo de la mejor manera en este año que no se lo ha utilizado en producción propia del canal.

1.6. Mercadeo:

Durante el 2019 concentró la mayoría de sus esfuerzos en dar soporte a los estrenos y productos considerados prioritarios, estos estrenos, en su mayoría, fueron parte del “Prime Time” y se clasifican en novelas y realities producidos por el canal.

Estos productos prioritarios se beneficiaron de una promoción consistente y relevante en una serie de canales ATL, BTL y Digital, además de la propia pantalla del canal y en ambas ciudades, Quito y Guayaquil. Sin embargo, se debe acotar que es en la ciudad de Guayaquil en donde se llevó a cabo una inversión proporcionalmente algo mayor que en la ciudad de Quito.

A continuación se detallan, de manera cronológica, el soporte y actividades que se consideraron “Prioritarios”:

TELENOVELA MADRE

La telenovela Madre recibió, además del soporte en pantalla, se promocionó en con 11 anuncios de prensa en el diario de circulación nacional EL Extra. Los anuncios se construyeron de tal manera que contaban una “historia” secuencial sobre la trama de la novela. Cabe recalcar que los anuncios de prensa se llevaron a cabo a través de un canje con el diario. Asimismo, el estreno de la novela se promocionó a través de 112 cuñas de radio, con especial foco en Guayaquil.

La novela se estrenó con un share de 14,8% - liderando el horario en Quito.

REALITY QUIERO CANTAR CONTIGO

La producción de Teleamazonas se promocionó en ambas ciudades Quito y Guayaquil en una serie de canales como vía pública, prensa, digital y en la pantalla del canal. En la ciudad de Guayaquil, el programa se promocionó por 45 días en 21 buses de la Metrovía y en 10 valla en vía pública, así como en 2 anuncios dominicales en “La Revista”. En Quito se llevó a cabo una rueda de prensa interactiva en donde los invitados de prensa e “influencers” digitales pudieron disfrutar de un espectáculo en vivo con los participantes. EN Quito se promocionó el programa en la red de buses y 4 vallas en Norte, Centro y Sur de la ciudad.

LA FOCA / HOY ECUADOR

Ambas producciones, se promocionaron a través de prensa a nivel nacional – gracias a un canje realizado con el periódico El Extra. El programa La Foca en una valla estratégica en el centro norte de la ciudad. Ambas producciones también se promocionaron en medios digitales y por supuesto, en la pantalla del canal.

LUIS MIGUEL LA SERIE / TELENOVELA MUJER

Ambos productos se promocionaron en radio, medios digitales, noticieros y a través de promocionales en pantalla. Para ambas novelas, se lanzó una serie de trivias digitales para generar interacción con la audiencia, especialmente enfocados en la ciudad de Guayaquil.

MASTECHEF ECUADOR (PRIMERA TEMPORADA)

Master Chef Ecuador (Primera Temporada) se consolidó como el producto más importante del año. Este programa tuvo 2 fases: el “casting” y el “estreno”. Ambas fases tuvieron extensa promoción en canales ATL y BTL, así como amplio soporte digital. En la ciudad de Guayaquil Master Chef Ecuador estuvo presente en 127 elementos de vía pública, 6 publicaciones de prensa, pauta digital y soporte en pantalla. Asimismo, se hizo una campaña de mercadeo directo en donde se enviaba un delantal y un diploma a aquellos participantes que se inscribieron al casting. La ciudad de Quito también tuvo soporte en vía pública, prensa y radio y también una estación de “casting” instalada en el Centro Comercial CCI.

OTRAS CAMPAÑAS

Se realizaron las siguientes campañas especiales para pantalla:

- Fiestas de Fundación de Guayaquil
- Fiestas de Fundación de Cuenca
- Fiestas de Fundación de Quito
- Navidad

1.7. Deportes:

El 2019 fue un año muy importante para el departamento de deportes en Teleamazonas pues pudimos transmitir íntegramente la Copa América de selecciones que se jugó en Brasil. Fueron 26 partidos en vivo y todos tuvieron una audiencia muy importante. Incluso y pese a que la selección de Ecuador fue eliminada rápidamente, los ratings de los partidos no bajaron hasta el final. Tuvimos muy buenos comentarios del televidente pese a algunos inconvenientes en la producción con nuestro socio comercial, el canal del fútbol. Hay que señalar que el torneo también se transmitió por cable pero nuestros ratings lo superaron ampliamente.

Mantuvimos nuestra política de inclusión y participación, en nuestros noticieros deportivos, informando sobre todo tipo de deportes. Fue especialmente importante el seguimiento que hicimos al triunfo de Richard Carapaz en Italia. En el 2019 transmitimos, una vez más, las carreras atléticas de la Fundación de Cuenca y la Huarmi.

En nuestros programas diarios seguimos siendo líderes en Quito y en la mayor parte del año también en Guayaquil. Pudimos contar con las imágenes de todo el fútbol internacional y aunque seguimos sin tener las del fútbol local, nos las arreglamos para que ese vacío sea menos notorio. En ese sentido ningún canal de señal abierta pudo contar tampoco con los resúmenes del fútbol nacional.

1.8. Recursos Humanos:

En 2019, el área de Talento Humano presentó la propuesta de incrementos salariales basada en la inflación indicada por el BCE, la que fue aprobada y se ejecutó en el mes de Junio. Fue la primera vez en 10 años que se realizó un incremento general a todo el personal del canal.

Se realizó capacitación como parte del cumplimiento de la normativa legal del Ministerio de Trabajo con los temas de: Tabaco, alcohol y drogas, se realizaron las charlas de Riesgo Psicosocial y Acoso Laboral, con un total de 5 horas.

El personal de las áreas de Noticias y Operaciones se capacitó en el tema de AVID MEDIA COMPOSER, la misma estuvo alineada a fortalecer los conocimientos, con un total de 52 horas.

Se implementó el 4 de diciembre la sala de Lactancia, conforme el nuevo reglamento expedido por el Ministerio de Salud y Ministerio de Trabajo, impartiendo a las madres lactantes una hora de charla con un médico pediatra.

Los índices de rotación de personal de enero a diciembre del año 2019 fueron del 3,32%.

Se realizó la encuesta de satisfacción del comedor en cuanto al servicio recibido en calidad de los productos y cantidades, la que tuvo un resultado del 70% de satisfacción.

Continuamos con las acciones relacionadas a asegurar la salud ocupacional, llevando a cabo un simulacro de seguridad, en el que contamos con el apoyo y retroalimentación del Cuerpo de Bomberos de Quito.

Se llevó a cabo la encuesta anual de riesgos psicosociales, con una participación del personal del 97%.

El Dispensario Médico inició con la actualización de fichas médicas alineadas a lo indicado por el Ministerio de Salud y se han realizado seguimientos en cuanto a la salud de los colaboradores.

Durante el año se ejecutaron 29 procesos de selección, los que están orientados a contratar personal idóneo de acuerdo al perfil profesional relevado de cada cargo y para cada área.

En cuanto a vestuario de presentadores y reporteros se han realizado nuevos convenios con tiendas, otorgando bonos trimestrales de vestuario.

1.9. Administración y Finanzas:

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 2019. Presentan una utilidad antes de impuestos y participación a trabajadores de US\$ 11.636 dólares de los Estados Unidos de América.

De la revisión de los libros contables de la Empresa, estos demuestran la situación Financiera de la Compañía al 31 de diciembre de 2019, 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 2019. Presentan una utilidad antes de impuestos y participación a trabajadores de US\$ 11.636 dólares de los Estados Unidos de América.

En 2019 se paga un Impuesto a la Renta de US\$ 80.853,00 dólares de Estados Unidos de América que representa el anticipo mínimo calculado en 2018, el que es superior al Impuesto a la Renta calculado.

La generación de utilidades en el año 2019 se dio por un incremento de ingresos de 6.6% en los ingresos (aproximadamente US\$ 1.798.295,00) y el incremento del 9.8% en los gastos (aproximadamente, US\$ 1.751.717,00).

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 C.A. que vencieron en este año.

Durante el ejercicio económico, el resultado es de una pérdida integral de US\$ 107.065,00. En vista de esto, se recomienda no repartir dividendos.

Recomendaciones a la Junta General respecto de políticas y estrategias:

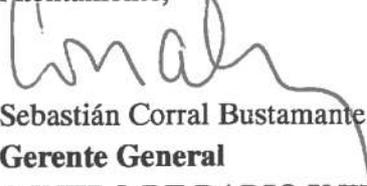
- Debido a la evolución que presenta el mercado publicitario ecuatoriano, se recomienda mantener un presupuesto de ventas alrededor de US\$ 16'000.000, sujeto a reducir el gasto y el costo del proyecto de producción, Master Chef. En caso de realizar inversiones en proyectos de mayor volumen el presupuesto será ajustado.
- Mejorar el rating de la franja prime y la ciudad de Guayaquil
- Buscar ingresos alternativos

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

Quiero dejar constancia de mi agradecimiento a todos los empleados de CRATEL C.A..

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

Atentamente,



Sebastián Corral Bustamante

Gerente General

CENTRO DE RADIO Y TELEVISION CRATEL C.A.