

INFORME DE GERENCIA 2019

REFERTOP S.A. (TVN CANAL)

ANÁLISIS DE GESTIÓN

- El Canal se recibe sin señal en la provincia de Carchi y con serios problemas de mantenimiento en las radiobases del Cerro Cotacachi y del sector de Cabras. Por esta razón se realiza desde el 2018 un programa de mantenimientos periódicos a todas las radiobases, solucionando varios problemas (algunos complejos) e incrementando la potencia de la señal al nivel más alto que se ha logrado históricamente durante la vida del canal. **Inversión en 2019: US\$1624.82 en mantenimientos.**
- Al recibir el Canal en 2018, igualmente se constata que no se ha realizado ninguna inversión en equipos de producción televisiva para set y exteriores por varios años. Las necesidades de mejorar la calidad de la señal, así como de potenciar la gestión administrativa y de negocios hacen que se invierta **US\$3.500 en 2019 para la compra de equipos de punta para producción de televisión como son: una cámara de tecnología digital para exteriores y un switcher de video digital para el set de producción, entre otros.**
- Se tiene en enero de 2018 un parque automotor obsoleto para las tareas periodísticas del personal. No existe ningún carro en buenas condiciones mecánicas. Por esta razón se invierten en el 2019 **US\$22.518,02 en la compra de nuevos vehículos**, lo cual se financia con la venta de los vehículos antiguos y un crédito directo con el concesionario por 2 años, que incluye un porcentaje de canje publicitario de alrededor del 50% de la cuota mensual.
- El Canal en enero de 2018 no contaba con presencia alguna en redes y plataformas sociales. **Se invierte en capacitación y gestión de redes, internet y streaming.** El canal pasa a posicionarse en 2019 como el tercer medio de comunicación más importante en la provincia tanto en Facebook como en Youtube y Twiter. Existe además un significativo crecimiento en la plataforma Instagram. En la actualidad el **32% de nuestra audiencia está en redes sociales e internet**, complementando la audiencia lograda por señal abierta y cable, permitiendo entrar a nuevos mercados y aumentar ventas.
- El Canal no tenía presencia televisiva en la provincia del Carchi (y ninguna venta de publicidad, por tanto) a inicios del 2018. **Por esta razón se contrata a un reportero permanente en esa provincia a partir del segundo semestre del 2018, con una inversión en 2019 de US\$4.704,00 para tener 10 minutos diarios con noticias del Carchi en el Noticiero Prisma. Se logra el primer contrato publicitario importante en esa provincia por un monto de US\$12.000 en 2019.**
- Con la estrategia realizada para mejorar la parrilla de programación y volverla más atractiva, con la inversión en las mejoras tecnológicas y de equipos, con las alianzas estratégicas con las cable operadoras de Imbabura y Carchi, con la presencia de señal y de información de la provincia de Carchi y con la presencia en redes y plataformas sociales, se ha logrado reposicionar al Canal ubicándolo según el último estudio de sintonía, en el tercer lugar de sintonía en la provincia de Imbabura con un 22% del total

de la audiencia, sólo detrás de Ecuavisa (33,5%) y de Teleamazonas (27%), en un período de 2 años.

- Dentro del Noticiero Prisma Informativo con sus emisiones de la mañana, mediodía y noche, se ha reducido el formato de tiempo a 45 minutos para hacerlo más dinámico y atractivo a la audiencia y se han incorporado segmentos con publicidad contratada como La Comunidad, la Noticia del Día, el Segmento Económico, el segmento de farándula Te cuento, entre otros. **En el 2019 la pauta contratada bordeó el 70% de espacios disponibles, mientras que a enero de 2018 estaba por el orden del 54%. Esto ha fortalecido al programa ubicándolo según la última encuesta de medios realizada en abril del 2020 como el programa de noticias número 1 en la preferencia de los televidentes con un 44,3% de la sintonía en la provincia por delante de los noticieros nacionales 24 horas de Teleamazonas y Contacto Directo de Ecuavisa.**
- Se ha fortalecido el equipo de ventas, se ha establecido una nueva política de precios, se ha realizado una mejor segmentación de mercado y diversificación de clientes, se han tomado acciones encaminadas a posicionarse en los segmentos target. **Las ventas locales disminuyeron en 17% respecto al 2018 fundamentalmente por la transición de los nuevos gobiernos seccionales electos lo cual paralizó por varios meses la compra de publicidad de estos organismos y en otros casos se discontinuó como nueva política de las autoridades electas.** Las ventas nacionales incluido el CNE, apenas experimentaron un crecimiento del 5% a pesar del influjo adicional de la campaña electoral. Esto se debió básicamente al recorte de presupuesto en publicidad por parte del gobierno central.

En términos globales el año 2019 se experimentó una importante restricción económica en el país como consecuencia de la baja del precio del barril del petróleo que afectó a todos los sectores de la economía ecuatoriana.

- Las ventas de publicidad a empresas nacionales que antes se realizaban exclusivamente con un bróker se las realiza ahora también con el equipo de Ventas del Canal, llegando en el año 2019 al récord histórico de un 62% de ventas por parte del equipo de Ventas del Canal versus un 38% de ventas del bróker, en relación al total de ventas nacionales.
- Se han firmado acuerdos estratégicos con las principales empresas de cable del norte del país para llegar a nuevos televidentes y con las principales radios para promocionar nuestra programación y los eventos que desarrolla el Canal. **Al momento el 31,3% de la audiencia sigue a TVN Canal por operadoras de cable y el 36,7% por señal abierta.**
- TVN Canal fue en el año 2019 el canal oficial y exclusivo de la transmisión de eventos emblemáticos de la provincia como la elección de Reina de Ibarra y de Otavalo, las fiestas de Cotacachi, Otavalo, Ibarra, Antonio Ante, la travesía del lago San Pablo, los partidos del club de basquetball Piratas de Ibarra entre otros.
- Se ha logrado una **reducción anual de costos de un 6%** (principalmente a través de optimización de recursos y eficiencia operativa aprovechando la estructura de personal de la organización central y reestructuración del personal existente). **Los gastos de nómina que en el 2017 eran de US\$15.640 mensuales, se redujeron en el 2019 a \$12.405 mensuales.**
- Los costos y gastos incrementaron un 3% en 2019 respecto a 2018 debido a que se asumió la facturación del año 2016 y 2017 por parte de Nekame a Refertop por concepto de comisiones por venta de publicidad.



REFERTOP S.A.
ESTADO SITUACION FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2019

	DICIEMBRE 31, 2019
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTE	
Efectivo y equivalente al efectivo	8,617
Clientes y otras cuentas por cobrar	264,346
Impuestos y gastos anticipados	7,786
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	280,749
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	
Propiedad, planta y equipo	1,052,182
Depreciación acumulada	(447,222)
Propiedades de inversión	33,059
TOTAL PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	638,020
OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES	
Activos por impuestos diferidos	8,414
TOTAL OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES	8,414
TOTAL ACTIVOS	927,183
PASIVOS	
PASIVO CORRIENTE	
Proveedores y otras cuentas por pagar	202,687
Obligaciones con empleados	30,410
Gastos acumulados por pagar	492
Obligaciones bancarias corto plazo	2,111
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	235,700
PASIVOS NO CORRIENTE	
Obligaciones por pagar relacionadas	137,889
Obligaciones bancarias largo plazo	51,641
Provisión beneficios empleados	36,122
Otros pasivos	32,249
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	257,901
TOTAL PASIVOS	493,601
PATRIMONIO	
Capital social	2,000
Aportes futura capitalización	699,068
Reserva legal	20,414
Resultados acumulados	(262,078)
Otros resultados Integrales	136,914
Pérdida o ganancia actuarial	(3,535)
Resultado del ejercicio 2019	(159,200)
TOTAL PATRIMONIO	433,582
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	927,183





Canal de Vida

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2019

	DICIEMBRE 31, 2019
VENTAS	
VENTAS DE SERVICIOS	
Ingresos por publicidad	246,779
Menos:	
Gastos operativos	(328,997)
Gastos no operacionales	(35,117)
Depreciaciones	(42,251)
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	(406,364)
Otros ingresos	7,295
UTILIDAD OPERACIONAL	(152,291)
RESULTADOS FINANCIEROS	
Ingresos financieros	24
Egresos financieros	(6,934)
UTILIDAD /PÉRDIDA ANTES DE IMPUESTOS Y	
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	<u>(159,200)</u>
Menos:	
Participación Trabajadores	-
Impuesto Renta	-
RESULTADO NETO DEL EJERCICIO	<u>(159,200)</u>

COMENTARIOS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

- En el año 2019 las ventas locales y nacionales se vieron afectadas por la contracción económica del país.
En el caso de las ventas locales adicionalmente el cambio de autoridades seccionales produjo una suspensión temporal de la publicidad en algunos casos y definitiva a lo largo del año en otros casos.
En el caso de las ventas nacionales cuyo principal generador es el gobierno nacional, una marcada política de austeridad, afectó significativamente las oportunidades de crecimiento y recuperación de estas ventas.
- Los gastos y costos se mantuvieron en los niveles del ejercicio anterior en los que ya se registró una importante reducción respecto al año 2017, aun cuando en el año 2019 se procedió a reconocer la deuda que Refertop mantenía en el ejercicio 2016 y 2017 con el proveedor de publicidad Nekame por un monto de 16.05.90 y de haber incrementado los costos financieros respecto al ejercicio anterior en virtud de una operación de crédito

www.tvncanal.com.ec

Juan José Flores 11-65 y Rafael Rosales
PBX: 062 643 897 / 062 643 896 • E-mail: canal9@tvncanal.com.ec
Ibarra - Ecuador



contraída para pago de sueldos atrasados de los empleados motivada por la falta de flujo de caja que ocasionó la ausencia de pago del cliente CNE por publicidad vendida en las elecciones seccionales que ascendió a un monto de US\$45048.51 más IVA.

- El resultado del ejercicio 2019 también se vio afectado por la deuda pendiente de cobro a la Diócesis de Ibarra de los años 2018, 2019 que fue reconocida en el ejercicio 2020 razón por la cual no se facturó dentro del año 2019.
- Al 31 de diciembre los resultados acumulados de USD 128.699 y la pérdida del ejercicio de USD 159.200 con respecto al capital social, aportes futura capitalización, reserva legal, representan el 66% del patrimonio. Por esta razón es urgente proceder al reconocimiento legal de los aportes a futuras capitalizaciones realizados en ejercicios anteriores pero no registrados. Con el reconocimiento de estos aportes a futuras capitalizaciones, debe efectuarse en un mismo acto el reconocimiento de pérdidas acumuladas, definiendo finalmente el capital real de la empresa y de esta manera las pérdidas acumuladas estarán por debajo del 50 % como en efecto debe suceder.

Atentamente,



MBA Luis Antonio Enriquez
GERENTE GENERAL
REFERTOP S.A.