

Bogotá D.C., 20 de febrero de 2018

**Señores Accionistas
CARACOL TELEVISIÓN S.A.
Bogotá D.C.**

Señores Accionistas:

De conformidad con lo establecido en los artículos 46 y 47 de la ley 222 de 1995, presentamos a ustedes el Informe de Gestión de Caracol Televisión S.A. correspondiente al ejercicio del año 2017, así como de los principales hechos acaecidos después del ejercicio, y las perspectivas de la sociedad.

I. DESEMPEÑO DEL CANAL

El balance de la economía colombiana durante el año 2017 no es alentador y corrobora que, sin estar en un período de recesión, nuestra economía crece a índices muy inferiores a los de la década anterior.

Por segundo año consecutivo el crecimiento no supera los dos puntos porcentuales, situándose en una cifra aproximada al 1.7%, luego de que el gobierno había pronosticado un crecimiento entre el 2.5 y el 3%.

Al igual que el año anterior, el menor crecimiento económico y la inflación incidieron directamente en la venta de pauta, que, de acuerdo con la información divulgada por ASOMEDIOS¹ y AMI² tuvo una variación negativa de 5.4 puntos porcentuales frente al año anterior y de menos 7.3% en la televisión nacional. El decrecimiento de los últimos dos años sitúa a la inversión publicitaria a niveles de venta del año 2005, en pesos constantes.

¹ ASOMEDIOS, Asociación Colombiana de Medios de Comunicación, es una entidad sin ánimo de lucro que agrupa a la mayoría de las empresas de los sectores de televisión, radio, revistas, publicidad exterior y medios digitales que operan en el país. ASOMEDIOS realiza un estudio anual para estimar la inversión publicitaria en estos medios, utilizando datos reales de las empresas afiliadas y estimando los datos restantes. Es quizás el estudio más completo y fidedigno con que cuenta el país sobre este sector de la economía.

² Asociación Nacional de Medios Informativos, entidad sin ánimo de lucro que reemplazó a ANDIARIOS, y que agrupa a los principales periódicos del país.

Por su parte, Caracol Televisión presentó un decrecimiento de 2.4 puntos porcentuales frente a las ventas del año anterior, pero cumpliendo el presupuesto general de la compañía.

Principales cifras y resultados de audiencia³

En el 2017 Caracol tuvo una participación de audiencia del 26.3% frente a un 16.3% de *share*⁴ de RCN, sumadas todas las audiencias del día, de lunes a domingo. Este resultado mantiene a Caracol como líder en audiencia, por sexto año consecutivo, entre canales nacionales y extranjeros. La diferencia de audiencia entre Caracol y RCN no había sido tan amplia desde el año 2012. Por su parte, la televisión por cable (que agrupa a más de 300 canales) obtuvo un *share* promedio de 51.4%. Los canales regionales (Teleantioquia, Telecaribe, Telepacífico, Teleoriente, Telecafe, Telemedellín, Canal Capital y Señal Colombia) marcaron un 4% de *share*.

El nuevo canal UNO, que salió al aire el 14 de agosto de 2017, alcanzó un *share* de 2.4 % promedio durante los meses de agosto a diciembre. Entre el 1 de mayo de 2017 y el 13 de agosto 2017, cuando la concesión ya había sido entregada al canal UNO, pero no se había lanzado la nueva programación, el *share* del canal fue de 1.3%, sumadas todas las audiencias del día, de lunes a domingo.

En la franja *prime*⁵, de lunes a viernes, Caracol alcanzó un *share* de 32.9%, RCN obtuvo un *share* del 17.6 % y el Canal UNO un promedio de 2.7% desde su lanzamiento el 14 de agosto de 2017; lo que representa una diferencia de 15.3 puntos contra RCN y de 30.2 puntos contra el canal UNO. En esa misma franja la televisión por cable, en conjunto, obtuvo un 43.7% de audiencia y los canales regionales 3.3%.

Durante el 2017, de los 20 programas más visto de la televisión abierta en Colombia, 19 fueron producciones de Caracol. Las eliminatorias al mundial, con una participación del 50% y un promedio de *rating* de 14.8 puntos porcentuales, fueron los programas más vistos del canal durante el 2017. Le siguen *Yo me llamo*, con una participación promedio de 43.4%

³ Todas las cifras de audiencia son tomadas de los informes de IBOPE Media, empresa perteneciente al grupo IBOPE, con operaciones en 14 países del continente, y una de las más importantes empresas de investigación de medios y mercados en Latinoamérica.

⁴ Los índices de audiencia miden por *share* y por *rating*. Se conoce por *rating* la unidad de medida de consumo de televisión que tomando como base un universo de hogares o personas que disponen de receptores de televisión, están en un momento dado consumiendo los servicios que presta un medio. Se diferencia del *share* en que esta toma como universo el número total de receptores de televisión encendidos en un período específico de tiempo. Por eso, la suma del *share* de todos los canales del mercado siempre es igual a cien, en tanto que la del *rating* depende del número real de receptores encendidos.

⁵ Franja *prime* o franja estelar es aquella que concentra el mayor volumen de audiencia y de ventas de los canales de televisión abierta, equivalente al *prime time* de los Estados Unidos, y que en Colombia se encuentra comprendida entre las 19:00 y las 22:30 horas de lunes a viernes y entre las 18:00 y las 22:00 horas los sábados, domingos y festivos.

de audiencia y un *rating* de 14.6 puntos y *A otro nivel*, con una participación de 38% de *share* y un promedio *rating* de 12.4%.

Se destacan los dramatizados de Caracol en la franja *prime* de lunes a viernes, *Tarde lo conocí*, que obtuvo un promedio de 36.2% de *share* y 12.2% de *rating* y Los Morales que promedió 34.7% de *share* y 12.1% de *rating*.

Los programas de entretenimiento continuaron destacándose con un promedio de 37.7% de *share*, gracias al desempeño de *Yo me llamo* que tuvo un *share* de 43.4%, *El desafío super humanos* con 36.7%, *A otro nivel* 38.0%, Festival *internacional del humor* con 32.6% y *Colombia's Next Top Model* con 29.7%, superando al bloque de programas de RCN que se emiten entre las 20:00 y las 21:00 horas, el cual registró un promedio de *share* de 16.4%.

El noticiero de Caracol, *Emisión Central*, que se emite a las 19:00 horas de lunes a viernes, continuó liderando la franja con un promedio de 30.8% de *share* y un *rating* de 8.4%, mientras que noticias RCN alcanzó un promedio de 16.2% de *share* y un *rating* de 4.4%.

En promedio, los espacios de noticias de Caracol alcanzaron un *share* de 30.5% y un *rating* de 4.7%. En RCN el promedio de *share* fue de 15.8% y el de *rating* de 2.4%. El Canal Uno, con 3 espacios de noticias, obtuvo un promedio de 2.4% de *share* y un *rating* de 0.4%.

Las tres emisiones diarias de noticias del Canal se mantienen liderando su segmento durante los últimos 6 años.

Caracol Televisión sigue manteniendo el liderazgo durante el fin de semana, alcanzando los sábados un promedio de 21.4% de *share* y los domingos un 20.6%. RCN obtuvo un 12.1% de *share* los sábados y los domingos registró un 14.6%. Por su parte, el Canal UNO alcanzó un 1.8% de *share* los sábados y los domingos registró un *share* de 1.7%.

Los domingos, Caracol continuó liderando con sus programas de opinión (*Los informantes* 25.4% de *share*, *Séptimo día* 25.8% y *Voz populi* 19.1%), con un *share* promedio de 25.6%. El segmento de programas de opinión de Caracol superó por casi 10 puntos al de RCN, que marcó un promedio de 15.9%.

Durante el mes de julio Caracol presentó el *Tour de France* en el horario de la mañana, alcanzando un promedio de 26.7%, mientras que RCN en esa misma franja obtuvo 11.4 puntos de *share*. En los meses de agosto y septiembre Caracol emitió la Vuelta a España, liderando la franja horaria con un promedio de 19.6% de *share* frente a 15.3% de RCN.

Por último, durante el 2017, Caracol superó a RCN durante 363 días del año.

II. UNIDAD DE MEDIOS

Los medios comercializados por la Unidad de Medios de Caracol decrecieron un 1,3% durante el 2017:

PRODUCTOS	VENTAS 2016	VENTAS 2017	% VARIACION
CARACOL TV	\$ 577.482	\$ 563.739	-2,4%
EL ESPECTADOR	\$ 21.256	\$ 17.662	-16,9%
REVISTAS	\$ 4.619	\$ 2.768	-40,1%
DIGITAL	\$ 12.439	\$ 14.009	12,6%
CINECOLOMBIA	\$ 9.405	\$ 10.731	14,1%
BLU RADIO	\$ 24.253	\$ 30.500	25,8%
LA KALLE	\$ 54	\$ 1.914	
TOTAL	\$ 649.508	\$ 641.323	-1,3%

Cifras en millones de pesos

En el año 2017, se destacaron los eventos deportivos, en especial el fútbol, que contó con los siguientes torneos y competencias: partidos amistosos de la Selección Colombia de Mayores, Copa Confederaciones, eliminatorias al Mundial de Rusia FIFA 2018, Mundial sub- 17 y Sudamericano sub-20. También fueron importantes las ventas del *Tour de France* y la vuelta a España.

Los clientes exclusivos tuvieron una participación del 16.3% sobre el total de las ventas del año y los clientes nuevos representaron un 3.3%.

Como dato relevante se destaca que en el 2017 Caracol facturó \$235.111.000.000 más que RCN, incluida la pauta de empresas relacionadas con ambas compañías. Esta cifra sería mucho mayor si no se tuviera en cuenta la pauta de dichas empresas.

A final de año se hizo la preventa multimedia de todo el paquete GOL CARACOL/DEPORTES 2018. Los eventos incluidos en esta preventa son los partidos amistosos de la selección de mayores, el Campeonato Mundial de Fútbol Rusia 2018, la Vuelta a España y el *Tour de France*.

En forma simultánea a esta preventa se realizó la preventa de todo el portafolio de Caracol Unidad de Medios, excepto televisión, cuya inversión multimedia ascendió a \$19.472.000.000, con un crecimiento frente al año anterior del 85%.

Durante el año se inició el proceso de implementación del Sistema Comercial Proxymo para Blu, que permitirá agilizar la venta y gestión de la pauta, y su facturación.

Por último, cabe destacar la realización de capacitaciones a todo el equipo comercial en temas multimedia y la capacitación en el desarrollo de habilidades y destrezas para la gestión de clientes.

III. SITUACION FINANCIERA

La Compañía prepara sus estados financieros de acuerdo con las normas de contabilidad y de información financiera aceptadas en Colombia (NCIF), establecidas en la Ley 1314 de 2009 y sus decretos reglamentarios de 2015. Estas normas, corresponden a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), traducidas de manera oficial, y autorizadas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB, por sus siglas en inglés) a 31 de diciembre de 2014.

A continuación, se exponen las cifras más relevantes del año 2017, las cuales, para efectos de facilitar su lectura, se han aproximado al millón más cercano:

Estado de Resultados

La utilidad neta del ejercicio es de setenta mil setecientos ochenta millones de pesos (\$70.780.000.000) frente a sesenta y seis mil novecientos nueve millones de pesos (\$66.909.000.000) del año 2016.

Durante el año 2017, la compañía obtuvo ingresos operacionales por valor de setecientos dieciocho mil cuatrocientos cincuenta y tres millones de pesos (\$718.453.000.000).

Balance General

Los activos totales se ubican en un valor de un billón ciento siete mil setecientos dieciocho millones de pesos (\$1.107.718.000.000), de los cuales el activo corriente es de trescientos treinta y cinco mil novecientos cuarenta y nueve millones de pesos (\$335.949.000.000), con una participación del 30.32% respecto del total de activos.

El total del pasivo alcanzó cuatrocientos setenta y ocho mil doscientos veinticinco millones de pesos (\$478.225.000.000), de los cuales el pasivo corriente es de doscientos doce mil cuatrocientos veinte nueve millones de pesos (\$212.429.000.000), con una participación del 44.42% respecto del total del pasivo.

El patrimonio se ubicó en seiscientos veintinueve mil cuatrocientos noventa y tres millones de pesos (\$629.493.000.000) y el valor intrínseco de la acción cerró en setecientos dieciocho pesos con diecisiete centavos (\$718.17).

Sistemas de Revelación y Control de la Información Financiera

En cumplimiento del artículo 47 de la ley 964 de 2005, la administración de la sociedad ha verificado el establecimiento y mantenimiento de sistemas adecuados de revelación y control de la información financiera. Los procedimientos de revelación y control han operado de manera satisfactoria, y los controles internos no presentan deficiencias significativas en su diseño y operación que pudieran impedir a la sociedad registrar, procesar, resumir y presentar adecuadamente la información financiera de la misma.

En adición a lo anterior, el Comité de Auditoría, órgano asesor de la Junta Directiva que propende por un mejor control de la gestión financiera y productiva de la empresa, revisó y avaló los Estados Financieros.

IV. PRODUCTORA

A continuación, se hace una breve descripción y análisis del comportamiento en la parrilla de los productos a cargo de la Unidad de Producción, en dos grupos de programas: i) de entretenimiento y ii) dramatizados

ENTRETENIMIENTO

a. A otro nivel

Para la segunda temporada de este formato musical propio, el programa volvió cargado de nuevos premios para sus participantes. Estuvieron presente, una vez más, los jurados Kike Santander, Silvestre Dangond y Fonseca, además de la presentadora y ex-Miss Universo Paulina Vega. Tuvo un excelente desempeño en audiencias y la crítica fue sobresaliente. Además, lideró su espacio durante toda la emisión.

b. Desafío 2017, superhumanos

Esta vez la versión del formato trasladó su escenario a Cap Cana (República Dominicana) para continuar con El *desafío súper humanos*. El impacto en el público fue positivo y sigue siendo una de las marcas que definen la identidad del canal. El programa lideró su franja y el éxito en audiencia fue rotundo, alcanzando niveles récord para el canal.

c. Día a día

El contenedor de las mañanas se siguió emitiendo y renovando de manera constante para mantener su audiencia y posición en la franja. Se trata de un programa estratégico, pues es una ventana para las producciones del canal en otros horarios, que además cumple a cabalidad con sus objetivos.

d. La red

El programa se produjo y emitió durante todo el año, manteniendo el liderazgo en su franja tanto los sábados como los domingos y, sirviendo, adicionalmente, como ventana de promoción para el resto de programación del canal.

e. Sábados felices

El histórico programa de humor de la televisión colombiana llega a su año número 45 y en una dinámica de permanente renovación. *Sábados felices* sigue siendo líder absoluto en el horario *prime time* de los sábados; ha tenido diversos enfrentados y ninguno ha logrado afectar su comportamiento en audiencia.

f. Festival Internacional del Humor

En su edición número 24, una de las marcas más sólidas y queridas de Caracol regresó con los mejores espectáculos del mundo. Los 60 artistas de 16 países, y sus variados shows, fueron los encargados de alegrar el fin de año de 2017 y comienzo del 2018. La anfitriona fue, una vez más, Carolina Cruz. Mantuvo el liderazgo de su horario durante toda su emisión.

g. The Suso's show

The Suso's Show continuó liderando la franja de los domingos a las 6 de la tarde y logró tener en sus contenidos a los artistas y personajes mediáticos más representativos del país. Justamente para cautivar nuevas audiencias, en el último trimestre del año algunas de las figuras políticas colombianas de cara a las elecciones de 2018, también hicieron parte del programa.

h. Colombia's next top model

Emitido en el mes de enero, se produjo una nueva versión de este reality show, esta vez con pruebas y desafíos mucho más exigentes para las modelos. Mantuvo el liderazgo de su horario durante toda su emisión.

i. *Yo me llamo*

Este concurso musical, de imitación de cantantes famosos, regresó a la pantalla colombiana con gran éxito y renovado entusiasmo. El programa contó con artistas nuevos y de gran calidad, de la mano del jurado integrado por Amparo Grisales, Pipe Bueno y César Escola. A pesar de tratarse de la quinta temporada, el programa tuvo un excelente comportamiento y superó las expectativas.

j. *La Vuelta al mundo en 80 risas*

Se produjo un nuevo formato de humor y viajes: cuatro parejas conformadas cada una por un humorista (Jeringa, Lokillo, Don Jediondo y Suso) y una mujer famosa (Jessica Cedié, Laura Tobón, Melina Ramírez y Greeicy Rendón) recorren diferentes ciudades del mundo haciendo crónicas de viaje de manera divertida. En una sala de espera los humoristas guiados por un presentador (Santiago Rodríguez) presentan crónicas al público y a manera de monólogo cómico ahondarán en las anécdotas vividas en sus viajes. Su emisión se dio a principios de 2018.

DRAMATIZADOS

a. *Tu voz estéreo*

El año 2016 fue especialmente difícil para este dramatizado, ya que después de haber liderado su horario durante años, tuvo que enfrentar una repetición de la exitosa telenovela *Yo soy Betty la fea* y su audiencia se redujo considerablemente. Durante el 2017 se recuperó la audiencia y como medida para mantener el liderazgo de este dramatizado diario ubicado en el acceso al *prime time*, se renovó el set, se cambiaron los personajes principales, se invitaron actores de relevancia dentro del medio, se reforzaron las historias, y se grabó fuera de Bogotá.

b. *Cuando vivas conmigo*

Basada en la novela del premio Nobel, Mario Vargas Llosa, *El héroe discreto*, constituyó un ejercicio interesante y exitoso de adaptación de un texto literario a una serie de televisión. Tuvo una excelente ejecución presupuestal y durante toda su emisión mantuvo el liderazgo de su horario.

c. *Polvo Carnavalero*

Basada en la película del mismo nombre, este fue el retorno al canal de la telenovela romántica de humor con un alto componente regional. No cumplió con las expectativas de audiencia esperadas, pero la producción desde el punto de vista de ejecución y presupuesto, tuvo un buen balance.

d. *La Dinastía Morales*

Serie musical sobre dos iconos del vallenato, Miguel Morales (el padre) y Kaleth Morales (el hijo). Abordó el tema musical desde la perspectiva de las complejas y competitivas relaciones familiares. Grabada en la antigua provincia del valle de Upar, tuvo una excelente ejecución presupuestal y durante toda su emisión mantuvo el liderazgo en su horario.

e. *Alias JJ*

Basada en el libro *Sobreviviendo a Escobar*, escrito por John Jairo Velásquez Vásquez, alias “Popeye”, esta serie contó la historia del principal sicario de Pablo Escobar durante su condena de 23 años de cárcel. La serie tuvo una importante pre-compra por parte de Netflix. Tuvo un excelente desempeño en pantalla, sin embargo, por tratarse de una temática controversial, no obtuvo buenos márgenes como respuesta de los anunciantes.

f. *La Nocturna*

Es una novela inspirada en las historias de personas para quienes la educación nocturna es la alternativa para cumplir el sueño de obtener un título académico, que les abra las puertas del mercado laboral y mejorar su calidad de vida. Tuvo un excelente desempeño en audiencias y la crítica fue sobresaliente. Además, lideró su espacio durante toda la emisión. Por el diseño de la producción y el resultado presupuestal, su ejecución fue excelente.

g. *La Cacica*

Serie basada en la vida de Consuelo Araujo Noguera, “La Cacica”, cuenta la historia de una mujer que se encarga de llevar el vallenato a todos los rincones del país y lograr que se conozca internacionalmente. En medio de su cruzada por promover la cultura, Consuelo será testigo de eventos trágicos como la muerte de su hermana mayor y de su papá.

V. GESTION INTERNACIONAL

Durante el año 2017 se exportaron 20.805 horas de contenido audiovisual a los cinco continentes. Del total de horas exportadas, el 47% corresponden a series, el 42% a Telenovelas y el 11% restante son productos de entretenimiento, unitarios dramatizados, documentales, series web y películas.

GÉNERO	HORAS	% PARTIC
Series	9,844	47%
Telenovelas	8,678	42%
Entretenimiento	1,274	6%
Unitarios	868	4%
Documentales	75	0%
Infantiles	51	0%
Series Web	12	0%
Películas	3	0%
HORAS EXPORTADAS	20,805	

Así mismo, se firmaron contratos de licencia de contenido y formatos por un total de US\$23.340.784. Cabe resaltar que en materia de distribución internacional, las producciones de Caracol Televisión estuvieron presentes en 147 franjas de programación en las principales cadenas de televisión del mundo.

Dentro de los puntos destacados, Caracol Internacional cerró un acuerdo de volumen con Netflix para licenciarle seis (6) producciones, cuya primera ventana a nivel internacional será dicha plataforma. Las primeras 3 series seleccionadas bajo el marco de este acuerdo fueron *La ley secreta*, *Bolívar* y *Las muñecas de la mafia 2*. Esta alianza ratifica la importancia que el contenido de Caracol ha cobrado a nivel internacional y el afianzamiento del modelo de pre compra, que denota confianza en el proceso creativo del canal.

América

Por otro lado, se produjo la adaptación de la lata *Festival internacional del humor* para la cadena Univisión y se hizo una venta estratégica a la tercera cadena de habla hispana en

Estados Unidos, Estrella TV. Entre la programación adquirida están la serie *Pablo Escobar, el patrón del mal*; *La esclava blanca*; *La promesa* y *Tarde lo conocí*.

En México, TV Azteca adaptó el reality *El desafío* por una sexta temporada y se renovó el contrato para la producción de la séptima y la octava temporadas.

Con el fin de seguir reforzando la presencia a nivel internacional y el contacto personal con los clientes para la apertura de nuevos mercados, Caracol Internacional asistió a las 12 ferias de televisión más relevantes de la industria, que cubren el mercado latino, europeo, asiático y africano.

FERIA	PAÍS	MERCADO
NATPE	MIAMI	LATINOAMÉRICA
DISCOP	DUBAI	ÁFRICA
MIPTV	CANNES	MUNDO ENTERO
BCM	BUSAN	ASIA
LA SCREENINGS	LOS ANGELES	LATINOAMÉRICA
MIP CHINA	CHINA	ASIA
WORLD CONTENT MARKET	MOSCU	EUROPA DEL ESTE
NATPE EUROPE	BUDAPEST	EUROPA DEL ESTE
MIPCOM	CANNES	MUNDO ENTERO
DISCOP AFRICA	JOHANNESBURGO	LATINOAMÉRICA
MIPCANCUN	CANCÚN	LATINOAMÉRICA
ATF	SINGAPUR	ASIA

Europa

Durante el 2017 se realizó una amplia y activa labor de ventas en Europa occidental, siendo especial el caso de Grecia, en donde se firmaron acuerdos con los tres canales más importantes del país. De igual manera, se cerró un acuerdo estratégico multiregional y por varios años con ANTENNA TV, canal privado número uno en audiencia, motivado por el extraordinario interés respecto al formato de entretenimiento *El Desafío*. Dicha producción se emitió con excelentes datos de audiencia en Grecia y se realizará una segunda temporada en 2018. Así mismo, con ANTENNA TV también se llegó a un acuerdo de compra de latacunas y de formatos de ficción y de entretenimiento, no solo para Grecia sino también para otros países en donde este grupo empresarial tiene presencia, como Eslovenia, Serbia y Croacia. Igualmente, se formalizaron relaciones comerciales con el

canal público ERT, propietario de varios canales, y que ha adquirido títulos como *La esclava blanca* y *Sobreviviendo a Escobar*. Finalmente, el éxito de audiencia de la adaptación de *Nuevo rico, nuevo pobre*, en Grecia, motivó a la producción de nuevos capítulos de esta telenovela.

En Italia, el grupo Planeta D'agostini, adquirió el documental *Los tiempos de Pablo Escobar* y el canal de la iglesia TV2000 compró la serie *Laura, una vida extraordinaria* y el documental *Madre Laura*. Por su parte, Mediatext adquirió *La esclava blanca* y *La viuda negra*.

En España se cerró un acuerdo con Movistar Plus, para las producciones *El cartel* y *El cartel 2*, y en Portugal se firmó un contrato por la opción del formato del guion de la producción *Cuando vivas conmigo*.

También vale la pena resaltar la venta de *La esclava blanca*, doblada al francés, al canal M6 WEB.

En el Reino Unido se cerraron dos acuerdos de venta: *La esclava blanca*, adquirida por el canal de televisión abierta ABN TV destinado al público afroamericano, y la telenovela *El secretario*, para el canal de pago MYTV de ENTERACTION TV LEARNING LIMITED. Igualmente, se logró la renovación de los derechos no exclusivos de SVOD de *Pablo Escobar, el patrón del mal*, durante dos años adicionales hasta 2019, para la plataforma de CLT-UFA en los Países bajos.

En cuanto a Europa del Este, se logró la venta de *La esclava blanca a Bulgaria*, que se emitirá en el canal NOVA TV en el año 2018; en Moldavia, se vendieron a la televisión pública IPNA COMPANIA TELERADIO, las series *La esclava blanca* y *La ronca de oro*; en Georgia se cerró un acuerdo con IBERIA TV para los títulos *Amar y temer* y *Fugitivos* y, finalmente, en Polonia se reforzó la presencia de Caracol con la venta de los títulos *Cuando vivas conmigo* y *La ronca de oro* al canal TVN, uno de los canales privados con mayor audiencia.

África

En el continente africano, Caracol logró cerrar la venta a un nuevo canal de pago en África subsahariana de habla inglesa, KWESE PASSION, de tres títulos: *La esclava blanca*, *Esméraldas* y *Laura*. Con STARTIMES se llegó a un acuerdo en una doble vertiente: con títulos doblados en inglés, con un mínimo de 300 horas y uno nuevo en doblajes en francés para el África subsahariana de habla francesa.

A finales de 2017 se llegó a un acuerdo con un distribuidor para adquirir *La Selección 1* y *La Selección 2* que se doblarán en inglés y en portugués, y que serán emitidas en el año

2018 en el canal EVA, propiedad del grupo AMC y que tiene distribución en toda África subsahariana.

En Nigeria se cerró un contrato de un gran paquete de títulos en inglés con el cliente CONSOLIDATED MEDIA, grupo que tiene canales de televisión abierta y cerrada en África subsahariana de habla inglesa. En el mismo territorio, SUPER NETWORK plataforma SVOD, compró 10 títulos doblados al inglés.

La esclava blanca fue vendida en KENYA para el canal privado KTN BARAZA, y en televisión paga (IPTV) en la Islas Seychelles para el canal CABLE AND WIRELESS.

En los territorios de Angola y Mozambique se cerró un contrato con el canal Boom TV, que adquirió *Pablo Escobar, el patrón del mal* y *Sobreviviendo a Escobar, alias JJ*, que se emitirán en el 2018.

También se logró realizar la primera venta al canal brasileño RECORD TV, que tiene una señal de distribución en Uganda, del título *El secretario*, doblado al inglés.

Finalmente, se cerraron 4 nuevos contratos de títulos doblados al francés (*La selección 1*, *La selección 2*, *Niche* y *La Dinastía*), con el Canal Plus Afrique, para ventanas de televisión cerrada y abierta. Con este mismo canal se llegó a un acuerdo para vender los derechos de *La esclava blanca* doblada al francés, para Costa de Marfil.

Asia

En el continente asiático se vendió el formato de *Cuando vivas conmigo* a Astro TV de Malasia y se cerró una opción de compra en Vietnam para el formato de entretenimiento *A otro nivel*.

En Camboya, fueron vendidas las producciones *La esclava blanca* y *La ronca de oro*. Por otro lado, se cerró un importante paquete de contenido de un total de 317 horas con ZEE TV, el canal más reconocido de televisión abierta en India. Finalmente, las producciones Caracol siguen teniendo bastante acogida en Vietnam, donde se cerraron aproximadamente unas 700 horas en el 2017. Entre los títulos vendidos cabe mencionar, *Sobreviviendo a Escobar, alias JJ*; *Laura, una vida extraordinaria*; y *Made in Cartagena*, entre otros.

Finalmente, se destaca la presencia del contenido Caracol en la plataforma Netflix, que ofreció 18 producciones de Caracol para sus usuarios en todo el mundo durante el 2017. Por otra parte, los productos con mayor presencia en las plataformas VOD fueron *El Cartel*, *El Cartel 2*, *Las muñecas de la mafia* y *La promesa*.

Así fue el comportamiento de Caracol en las diversas plataformas:

PLATAFORMA	PRODUCTOS CARACOL
	18
	23
	9
	8
	9

VI. GESTIÓN DE MERCADEO ESTRATÉGICO

Nuevo paquete gráfico y Manual de Marca

En 2017 se renovó el paquete gráfico del canal, en línea con la intención de refrescar la pantalla cada dos años. El nuevo paquete, lanzado en mayo de este año, mantiene los colores frescos y jóvenes que han caracterizado la pantalla desde el 2012, continúa reivindicando el logotipo como elemento icónico de la comunicación y destaca el producto, al introducir por primera vez el video en las cortinillas del canal. Adicionalmente, se

desarrollaron nuevas piezas musicales para acompañar el paquete gráfico, que resaltan la identidad nacional y la alegría como valores propios de la marca.

Aprovechando el cambio, se revisó toda la iconografía marcaria, incluyendo logotipos, tipografías, jingles y *sonotipos*⁶ del canal. Como resultado, en el mes de julio se publicó por primera vez un manual integral de marca para uso corporativo y en la pantalla.

Contenidos digitales que acercan a las audiencias

Continuando con los esfuerzos emprendidos en los últimos tres años por acercar la marca a las audiencias a través del mundo digital, se implementaron dos iniciativas de contenido digital:

- **Capsulas Nos mueve Colombia**

Con el fin de potenciar las actividades relacionadas con la marca a lo largo del país, se redefinió la estrategia de alianzas y patrocinios, enfocando la participación de la marca en fiestas y eventos regionales y hacia la generación de contenidos digitales que permitan conectar emocionalmente a las audiencias con temas locales de índole cultural, social y medio ambiental. En total se produjeron 13 cápsulas que tuvieron en total 6.6 millones de visualizaciones.

- **Campaña madres**

Gracias a los éxitos virales de los videos de marca de los últimos años, el día de la Madre se ha convertido en una ocasión clave de comunicación para Caracol Televisión, especialmente para audiencias jóvenes (mujeres menores de 30 años). El video de 2017 fue desarrollado nuevamente como una pieza para que hijos, esposos, amigos, e incluso las madres, lo compartieran viralmente el día de la madre. Por primera vez se involucró al talento de la compañía en una campaña de expectativa, que buscó generar conversaciones positivas previas al lanzamiento del video. En total, se lograron 4.7 millones de visualizaciones en los primeros 15 días del lanzamiento del video.

Liderazgo en debates de industria

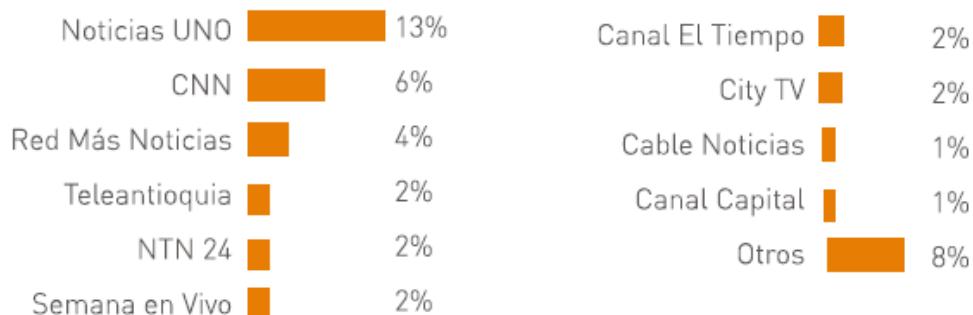
En el mes de noviembre de 2017, Caracol Televisión lideró el foro “Noticias Falsas”, que congregó a miembros y autoridades de nuestra industria en torno a este y otros temas críticos que afectan el negocio. Importantes medios como El Tiempo, Semana, El Espectador y la W se unieron a esta iniciativa de Caracol Televisión, en la que expertos internacionales compartieron su posición y discutieron los mayores retos que enfrenta el periodismo actual a partir del surgimiento de las plataformas digitales y de las redes sociales.

⁶ Vocablo usado en mercadeo para denominar un conjunto de notas musicales, sonidos o palabras habladas que identifican una marca.

La opción preferida de los líderes de opinión

Por noveno año consecutivo, Caracol Televisión logró el primer lugar en el Panel de Opinión, como el medio televisivo que más utilizan los líderes de opinión para informarse.

A nivel nacional



El Panel de Opinión es un estudio cuantitativo independiente hecho por la firma Cifras y Conceptos, que mide la percepción de líderes de opinión clasificados en cinco dominios de estudio: políticos, medios, académicos, sector privado y organizaciones sociales. En la medición de 2017 la muestra incluyó 2,530 líderes de 18 departamentos.

Liderazgo sostenido en percepción del televidente

Por quinto año consecutivo, la medición de salud de marca realizada por la firma IPSOS confirma la preferencia de las audiencias por Caracol Televisión. Los indicadores clave mostraron su mejor nivel desde que se implementó la metodología de medición: un 31% de los encuestados menciona a Caracol como su canal favorito, frente a un 26.6% del año anterior y el 95.1% lo incluye dentro de su grama de consideración, frente al 91.3% del año pasado. Estos mismos índices aplicados a RCN arrojan un 15.9% y un 90%, respectivamente.

VII. CANALES

Trabajo con productoras externas

Con el fin de fortalecer el inventario de producciones y mantener el perfil de Caracol como un canal de múltiples ofertas televisivas, se trabajó en forma conjunta con cuatro productoras externas: CMO, FOX Telecolombia, SONY TELESET y Colombiana de Televisión.

Con CMO se desarrolló la serie *Tarde lo conocí*, de 105 capítulos, la cual se produjo en su totalidad en el 2017 y que se presenta a las 9 p.m. de lunes a viernes, al momento de rendirse este informe, con un *rating* personas promedio de 12,2 puntos y 36,2 puntos de *share*. Simultáneamente, supervisamos la producción y postproducción de las series *La Gloria de Lucho* y *La Reina del Flow* de SONY TELESET. La primera terminó de producirse y se espera que tenga 80 capítulos, aproximadamente, y, la segunda, que se espera tenga 75 capítulos, se encuentra aún en producción. Con FOX TELECOLOMBIA se supervisó el desarrollo y la producción de la serie *El Bronx*, de 80 capítulos, cuyo rodaje ya culminó y está en etapa de postproducción. Con Colombiana de Televisión se desarrolló la serie *Mi Familia es Perfecta*, de 34 capítulos, cuya producción está aún pendiente. El contrato de coproducción con Colombiana de Televisión se dio por terminado el año pasado.

Este desarrollo le permite al canal contar, al finalizar el año, 320 horas de producción en inventario listas para emitirse en el momento en que se necesiten.

Distribución de la señal internacional

En Estados Unidos, el desempeño de operadores multiservicio (cable) como Comcast, Charter y Altice, así como el repunte de Directv a partir de la compra parte de AT&T, llevaron al canal internacional a lograr 3.6 millones de hogares abonados. Lo anterior pudo lograrse aún a pesar del decreciente desempeño de Dish Network, quien está reestructurando su oferta para el año 2018.

En América Latina dos situaciones afectaron el desempeño de Caracol internacional. Por un lado, el huracán María que asoló a Puerto Rico, destruyó las instalaciones de Liberty, cliente de Caracol, dejando fuera de servicio cerca de 230.000 suscriptores. Del otro, la decisión del gobierno de Venezuela de excluir la señal del canal de todos los operadores de televisión cerrada del país, generó una pérdida 3 millones de suscriptores.

No obstante lo anterior, el cumplimiento de ingresos en dólares fue del 100.4% del presupuesto.

Venta de publicidad

Durante el año 2017 se mantuvo la plena ocupación de los espacios publicitarios del canal tanto en pauta tradicional como en comerciales de tele-ventas. El crecimiento frente al 2016 fue del 10.7% en pesos y de 13.5% en dólares

Canales cerrados Colombia

El canal Época que se distribuye a través de Movistar mantuvo el nivel de ingresos y el Canal de Novelas que distribuye UNE tuvo una disminución del precio por usuario, con el fin de mantener el servicio.

Señal Internacional-resultados (millones Pesos)

Ingresos	Real 17	Plan 17	% vs plan	Real 16	17vs16
Valor Col \$\$\$	21.752,42	22.818,94	95,3%	23.189,69	-6,2%
Valor en miles de dólares	7.352,20	7.324,52	100,4%	7.596,48	-3,2%
Licenciamiento \$\$\$	16.903,07	17.499,74	96,6%	18.810,71	-10,1%
Licenciamiento en miles de dólares	5.714,39	5.619,95	101,7%	6.153,82	-7,1%
Pauta \$\$\$	4.849,35	5.319,20	91,2%	4.378,98	10,7%
Pauta en miles de dólares	1.637,81	1.704,57	96,1%	1.442,66	13,5%
Margin	13.923,94	12.963,60	107,4%	11.987,61	16,2%

Cine

El año 2017 fue un año principalmente de inversión en proyectos que serán lanzados en 2018. Los tres proyectos en los que se trabajó son *Pájaros de verano*, de Ciudad Lunar Producciones, y dirigida por Ciro Guerra; *Monos*, de Alejandro Landes (*Porfido*) y *Yo no me llamo Rubén Baldes*, dirigida por Abner Benaim y producido en su parte nacional por Ciudad Lunar.

Caracol Televisión y Dago Garcia Producciones apoyaron el documental más visto de 2017, *Señorita María, la falda de la montaña*, dirigida por Rubén Mendoza. El documental registró

40.353 espectadores, cifra importante para este tipo de contenido, y tuvo un alto impacto en la opinión.

Respecto a títulos comerciales estrenados en 2017, sobresale *El agente ñero, ñero 7-2*, con una taquilla de 250.000 espectadores

VIII. VICEPRESIDENCIA DE OPERACIONES

Gestión técnica

El 2017 fue un año clave para la consolidación de la infraestructura técnica de Caracol. Atendiendo las necesidades del mercado, especialmente de compradores internacionales como Netflix, se continuó con el refuerzo de la producción de contenidos en formatos de cine digital o *Ultra High Definition (4k)*, con una inversión considerable en las áreas de producción y posproducción, para capturar imágenes sin ningún tipo de compresión y lograr la máxima calidad que permite este formato.

En Posproducción se implementaron dos salas de corrección de color, dos salas de corrección de audio y video y una sala de control de calidad, para lograr la realización simultanea de hasta dos producciones en 4K RAW⁷, esto es, no comprimido y una en 4K con compresión.

Se continuó con la actualización de del sistema MAM⁸, para permitir la integración con diferentes plataformas digitales y de producción de contenidos. Adicionalmente, se amplió su capacidad de almacenamiento de 4 Petabytes⁹ a 21 Petabytes, para poder almacenar los contenidos generados en 4K sin compresión y atender las nuevas necesidades de archivo. Como parte del proceso, se digitalizaron y archivaron 727 horas de material histórico.

Con la inversión de cuatrocientos mil dólares (US\$ 400.000) en los pedestales robóticos para noticias, se espera mejorar la eficiencia del estudio, el cual se mantiene en permanente actividad, produciendo 2.262 horas de noticias, 150 horas de programas informativos y 180 horas de programas para el Canal Internacional, al año.

Se destaca la realización de la Copa Confederaciones en cuatro ciudades de Rusia, entre el 17 de junio y el 2 de julio de 2017, con la participación de 10 personas para el cubrimiento de las transmisiones del Gol Caracol y de noticias. Para las eliminatorias a Rusia 2018, se

⁷ RAW es un sistema de archivo de imágenes digitales en bruto, esto es, tal como lo captan los sensores de la cámara, sin ningún tipo de compresión.

⁸ MAM. (Media Asset Management) Sistema administrador de medios que permite gestionar la indexación, catalogación, archivo, edición básica y distribución de contenidos en múltiples plataformas

⁹ Petabyte. Un petabyte es una unidad de almacenamiento de información cuyo símbolo es PB, y equivale a 10^{15} bytes = 1 000 000 000 000 000 de bytes. (Fuente: Wikipedia).

desplazaron a Barranquilla 150 personas para cada fecha, que prestaron servicios al Gol Caracol, Noticias y a canales internacionales como Fox, Globo, ESPN. Por último, como anticipo al cubrimiento del Mundial de Futbol Rusia 2018, se enviaron 11 personas para el sorteo del evento, el cual tuvo lugar el 1 de diciembre de 2017.

Gestión de Noticias

Durante el año 2017, el equipo de Noticias Caracol logró consolidar su liderazgo en materia de audiencia frente a su inmediato competidor. En todas las emisiones se logró mantener y, en algunos casos, ampliar la diferencia que se tenía con Noticias RCN.

Ese liderazgo, en términos de audiencia y recordación entre el público, tuvo como eje fundamental la elaboración de más de 200 trabajos especiales de investigación, reportajes, entrevistas y piezas propias, que marcaron agenda durante todo el año en materia informativa en el país.

Uno de los eventos más importantes cubiertos fue la visita del Papa Francisco a Colombia, que superó por un amplísimo margen la audiencia al de nuestra competencia y fue parte de la producción general de la señal oficial de la visita del Pontífice.

En la lucha contra la corrupción se destaca la investigación, la información y los testimonios sobre el escándalo Odebrecht y el cartel de la toga, que de manera desafortunada o involucró a la justicia colombiana.

Además, fue un año de realizaciones en materia de cubrimiento de temas que le interesan a la gente y que están en primera línea de sus preocupaciones, como la inseguridad ciudadana, el abandono del Estado y el daño al medio ambiente. Por esos trabajos se obtuvo el premio Simón Bolívar en la categoría de reportaje, por a la terrible situación que se vive en el puerto de Tumaco.

Por su parte, Los Informantes obtuvo un premio Simón Bolívar por su reportaje sobre la tala indiscriminada de bosques en el departamento del Chocó.

Por tercer año consecutivo se otorgó al equipo de Caracol el premio *TV y Novelas* como el mejor noticiero de la televisión colombiana, elección que corre a cargo del público.

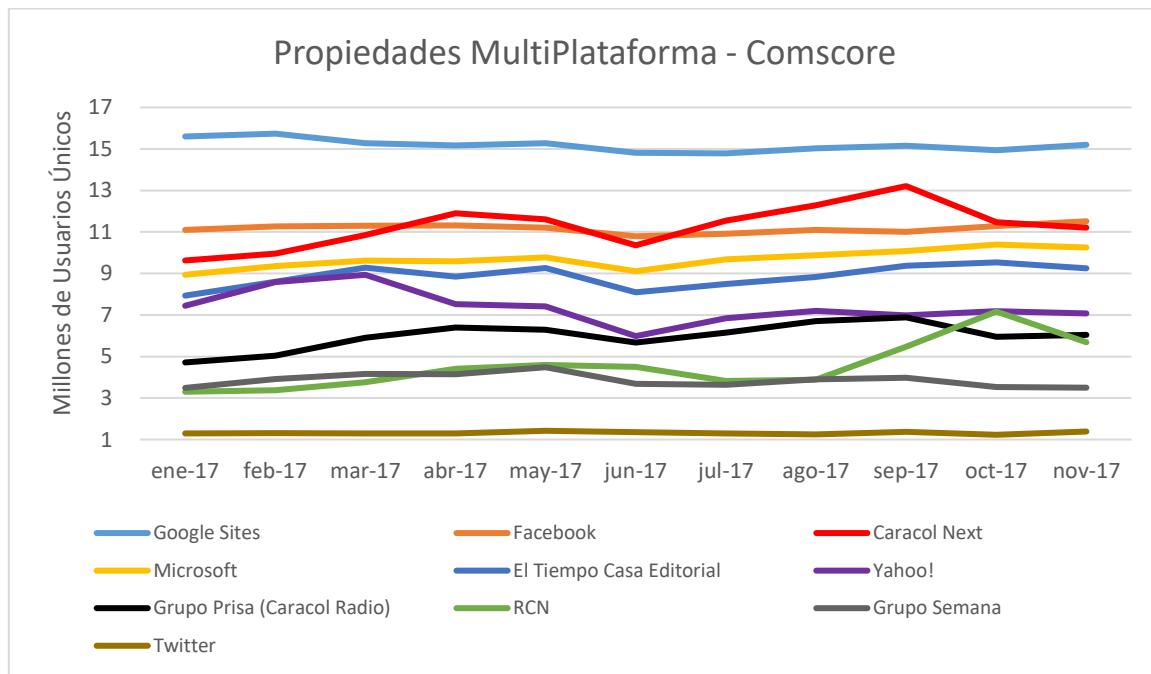
De acuerdo con Cifras y Conceptos, que elabora una encuesta anual entre 2.500 líderes de opinión de todo el país, Noticias Caracol fue escogido como el medio en televisión preferido para informarse, muy lejos de RCN y del Canal 1.

IX. CARACOL UNIDAD DIGITAL

Durante el año 2017, la Red de Propiedades Digitales administradas por Caracol (la red Caracol Next) siguió a paso firme marcando hitos en el mercado colombiano de medios digitales:

- Continuó su crecimiento de audiencias, principalmente en videos y plataformas móviles, donde la atención y monetización se van tornando más significativas.
- Durante todo el año se consolidó como el grupo de medios líder en audiencias digitales en el país.
- Por primera vez en más de 20 años del mercado local de internet, Caracol se consagró durante 6 meses consecutivos como la marca digital líder de Colombia, superando por primera vez en la historia a ElTiempo.com.

Caracol Next se mantuvo todo el año 2017 como la red de portales más significativa del país en la medición multiplataforma de Comscore¹⁰, no solo por encima de nuestra competencia directa local en medios digitales (El Tiempo Casa Editorial, Semana y RCN) sino también por encima de varias marcas internacionales como Yahoo!, Microsoft y Twitter.

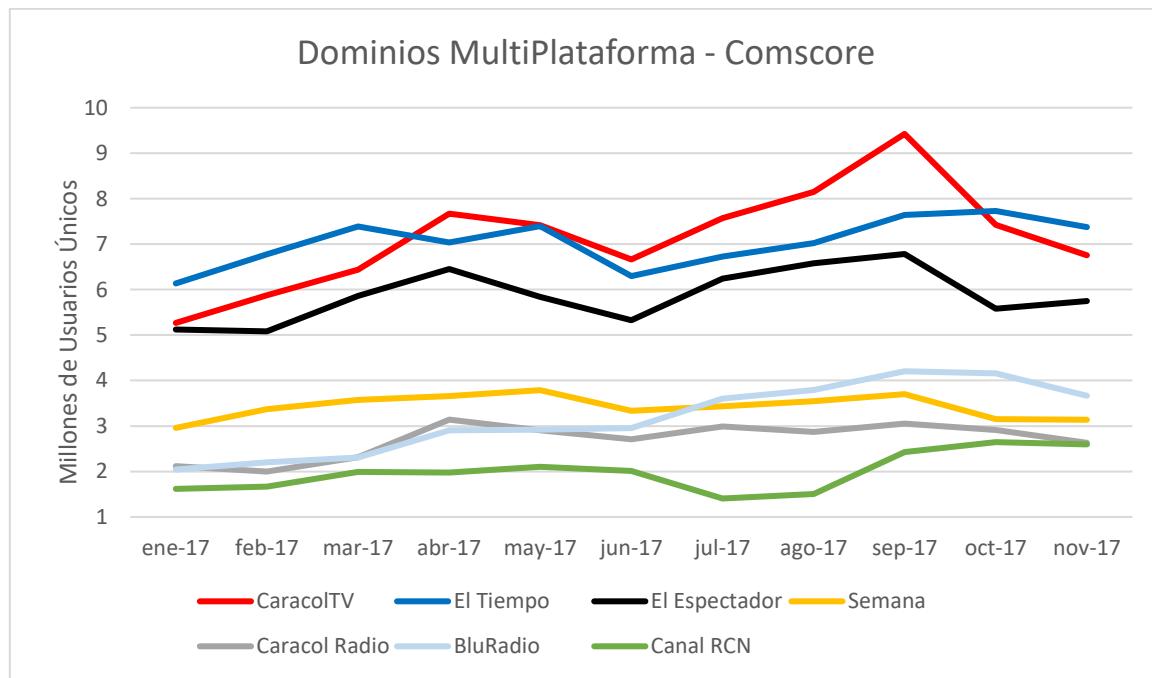


Con un total de 11,405,000 usuarios únicos durante el mes de noviembre, según ComScore, Caracol Next lidera el listado de medios digitales en Colombia, duplicando al resto de los grupos de medios locales, con excepción de El Tiempo Casa Editorial, segundo

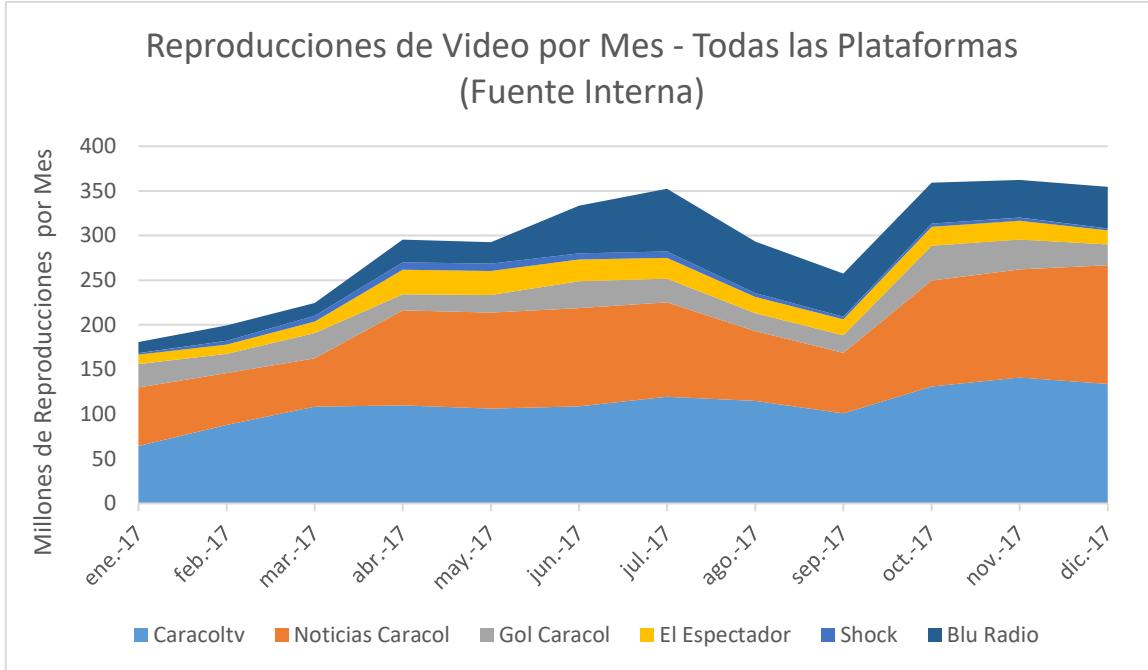
¹⁰ ComScore es una compañía de investigación de marketing en Internet que proporciona datos de marketing y servicios para muchas de las mayores empresas de Internet. Brinda, además, seguimiento de todos los datos de Internet en sus computadoras investigadas con el fin de estudiar el comportamiento en línea. (Fuente: Wikipedia).

en la lista, que tuvo 9,447,000 usuarios únicos durante el mismo mes. Estas cifras representan un alcance de casi el 50% de las audiencias digitales totales en el país (un aumento de casi el 30% sobre 2016), lo que significa un crecimiento sostenido en la presencia de todas las marcas del grupo en el *top of mind* de los internautas colombianos.

A su vez, se logró el mayor hito de audiencias en la historia durante el mes de septiembre -con eventos tan relevantes como la llegada del Papa a Colombia- con 13,410,000 usuarios únicos, lo que convirtió a Caracol Next en el medio digital colombiano de mayor alcance en la historia de Internet en el país, aumentando incluso la diferencia de audiencias con todos los competidores locales.



Continuando con la apuesta a la generación de videos digitales que se inició en el segundo semestre del 2015, y se consolidó durante 2016, en el año 2017 se mantuvo la producción de contenido original de video digital en formatos cortos, que se instalaron fuertemente entre las audiencias del país y que han generado un aumento sostenido en las reproducciones totales en todos los meses del año.



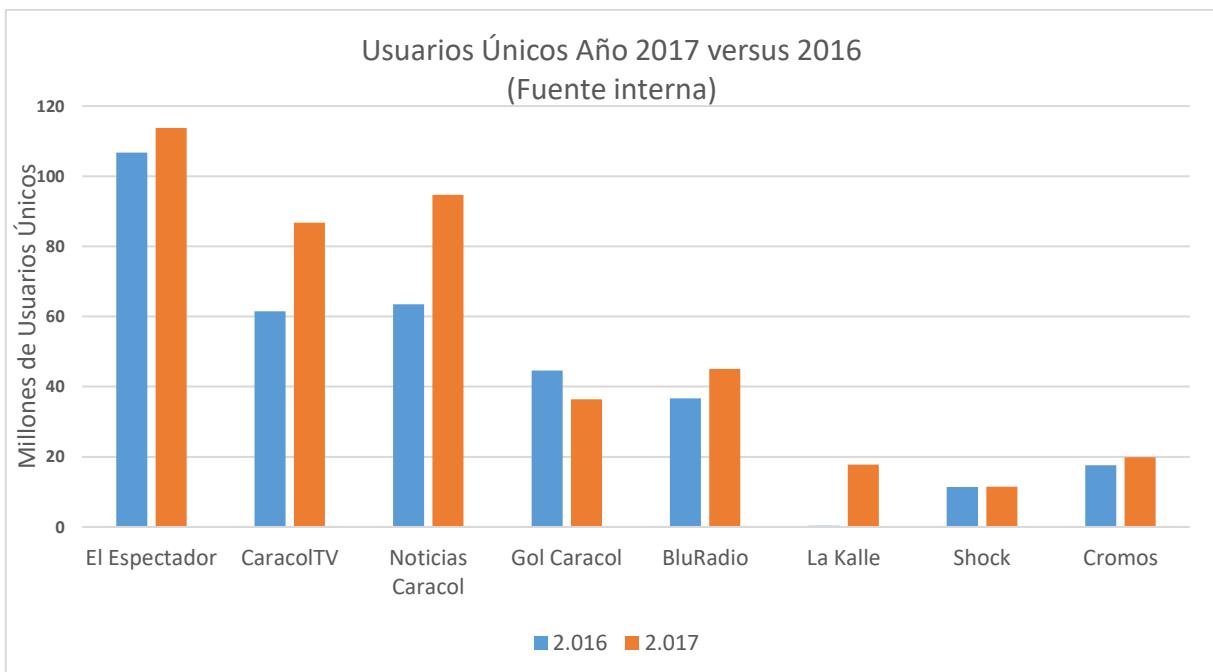
Se han logrado producir más de 80 formatos propios de WebSeries para todo tipo de audiencias, continuando con temáticas diversas (noticias/entrevistas, documentales, deportes, ficción, gastronomía, música o estilo de vida), de modo tal que Caracol Next continúa siendo el referente líder en producción audiovisual digital de Colombia y se han comenzado a internacionalizar sus producciones. Más del 20% de los productos realizados han logrado ser monetizados, por publicidad o venta de formato y lata, y se apuesta fuertemente a que esta tendencia continuará creciendo durante 2018.

Durante 2017, además, se obtuvieron importantes premios en el mercado latinoamericano con las producciones originales de video, tales como:

- Pasada de Moda de CaracolTV: Mejor WebSerie del año 2017 en Latinoamérica en los *PRODU Awards*.
- Caracol Next: Mejor Productora Nativa Digital del año 2017 en Latinoamérica en los *PRODU Awards*.
- Los Incorregibles de Shock: Mejor Uso de Video Online del año 2017 en los *LATAM Digital Media Awards de WAN-IFRA*.
- La Pulla de El Espectador: finalista de los *LATAM Digital Media Awards de WAN-IFRA* en Mejor Uso de Video Online.
- Cotorreando de CaracolTV: Programa Favorito en Plataforma Digital en los *Premios TV&Novelas*.



Varios de los Portales de Caracol Next han continuado teniendo crecimientos sostenidos en sus audiencias durante 2017, en promedios superiores al 40% año contra año, con algunas de sus marcas con crecimientos muy significativos, como los casos de BluRadio, LaKalle, CaracolTV.com y Noticias Caracol.



Una vez más, el año 2018 continuará siendo desafiante, no solamente por la necesidad de mantener y ampliar el liderazgo de audiencias, sino también por seguir mejorando la monetización de los contenidos y los portales. Persistir en los hitos de innovación, y estar atentos a los permanentes cambios de tendencias, serán asimismo una obligación imperiosa para estar a la altura de nuestras marcas, en un ambiente donde la competencia se tornará más agresiva para intentar recuperar terreno perdido y lograr la preferencia de las audiencias y de los anunciantes.

BLU RADIO

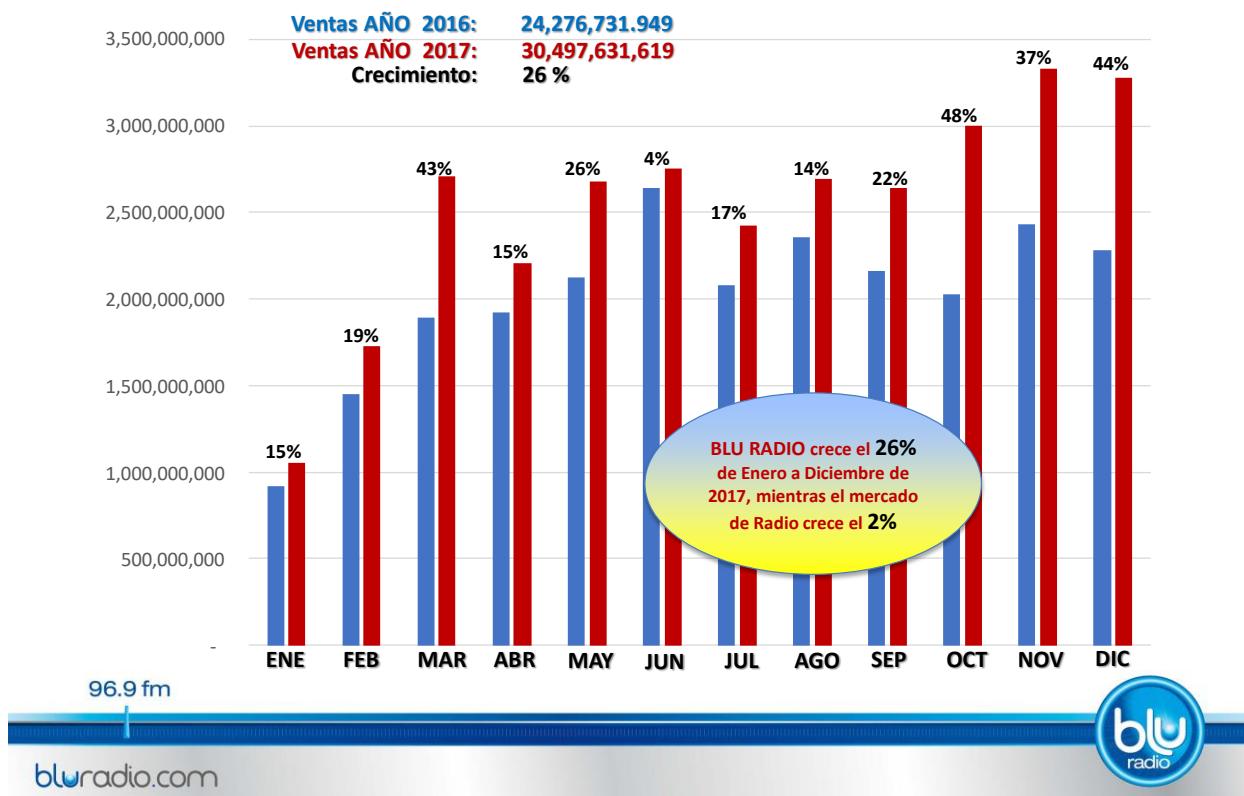
En el año 2017 se cumplieron cinco años de haber salido al aire con este proyecto radial y este ha sido el mejor año en logros y resultados, y Blu sigue posicionándose en el mercado como una marca apreciada, respetada plural y creíble. El desempeño ha sido relevante, logrando un crecimiento anual del 26% mientras que el mercado publicitario de la radio en Colombia creció el 2% durante el año 2017. Se logró un importante reconocimiento entre los líderes de opinión y las redes sociales, se lideraron las audiencias en el mundo digital y dentro del mundo musical se destaca el lanzamiento de La Kalle”, que representa un modelo novedoso, diferente y adaptado a la tecnología y tendencias del mercado.

Ventas de Publicidad

En el 2017 se obtuvo un excelente resultado de ventas de publicidad por parte de Blu, con un crecimiento sostenido durante todos los meses del año que al final del año acumuló el 26%, resultado que atribuimos a la excelente gestión comercial y a la consolidación de la marca entre los anunciantes.

Ventas por meses año 2017

Crecimiento %



Resultados de audiencia nacional (Fuente ECAR):

En el estudio de audiencia ECAR del 2017 se mantuvieron estables las audiencias de la marca BLU, debido, entre otras razones, a que no se pudieron impactar nuevos mercados en las frecuencias de la banda FM. Sin embargo, en el estudio EGM (Estudio General de Medios), en el que, a diferencia del ECAR, la imagen de marca tiene más efecto, se obtuvo un crecimiento importante.

En las siguientes graficas se puede visualizar el comportamiento de audiencia de la cadena Blu, comparada con las cadenas competidoras en el segmento.



Audiencia Consolidada Radio Hablada

Total Día / Ola 3-2017

EMISORA	ECAR	EGM
CARACOL RADIO	1.862,300	1.559,300
BLU RADIO	1.059,200	1.254,900
W RADIO	1.235,200	946,500
LA FM	639,700	765,100
R.C.N. "LA RADIO"	670,400	698,400
Total general	5.466,800	5.224,200

89,9 fm

bluradio.com

Datos hasta el 31 de Octubre de 2017
LUNES A DOMINGO / 15 Ciudades

Fuente: EGM 3-2013 al 3-2017



RANKEO RADIO HABLADA

BOGOTA

EMISORA	3-2017	
	Total Oyentes	Pto.
CARACOL RADIO	1.015,100	1
W RADIO	671,100	2
BLU RADIO	482,800	3
R.C.N. "LA RADIO"	265,900	4
LA FM	242,400	5
Total general	2.677,300	

MEDELLIN

EMISORA	3-2017	
	Total Oyentes	Pto.
CARACOL RADIO	208,300	1
BLU RADIO	198,800	2
LA FM	178,300	3
W RADIO	158,600	4
R.C.N. "LA RADIO"	68,400	5
Total general	812,400	

CALI

EMISORA	3-2017	
	Total Oyentes	Pto.
CARACOL RADIO	147,400	1
BLU RADIO	134,200	2
W RADIO	88,800	3
R.C.N. "LA RADIO"	42,000	4
LA FM	35,300	5
Total general	447,700	

BARRANQUILLA

EMISORA	3-2017	
	Total Oyentes	Pto.
BLU RADIO	93,200	1
CARACOL RADIO	65,300	2
W RADIO	33,500	3
R.C.N. "LA RADIO"	29,300	4
Total general	221,300	

89,9 fm

bluradio.com

Datos hasta el 31 de Octubre de 2017
LUNES A VIERNES / 18 Ciudades

Fuente: 3-2017





RANKEO RADIO HABLADA

VILLAVICENCIO

EMISORA	3-2017	
	Total Oyentes	Pto.
BLU RADIO	64,200	1
R.C.N. "LA RADIO"	14,600	2
CARACOL RADIO	10,900	3
W RADIO	10,700	4
Total general	100,400	

NEIVA

EMISORA	3-2017	
	Total Oyentes	Pto.
BLU RADIO	20,700	1
CARACOL RADIO	19,700	2
R.C.N. "LA RADIO"	4,900	3
W RADIO	3,900	4
LA FM	2,900	5
Total general	52,100	

TUNJA

EMISORA	3-2017	
	Total Oyentes	Pto.
W RADIO	51,000	1
BLU RADIO	27,800	2
R.C.N. "LA RADIO"	25,300	3
CARACOL RADIO	21,000	4
LA FM	10,600	5
Total general	135,700	

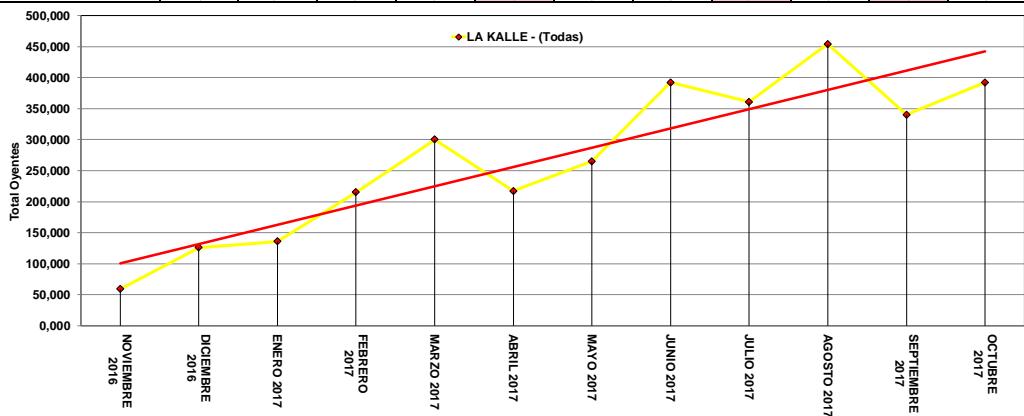
89.9 fm



ECAR

Comportamiento Histórico LA KALLE Total Día – Bogotá

EMISORA	NOVIEMBRE 2016	DICIEMBRE 2016	ENERO 2017	FEBRERO 2017	MARZO 2017	ABRIL 2017	MAYO 2017	JUNIO 2017	JULIO 2017	AGOSTO 2017	SEPTIEMBRE 2017	OCTUBRE 2017
LA KALLE - (Todas)	59,000	126,000	136,000	215,000	300,000	217,000	265,000	392,000	361,000	454,000	340,000	392,000
DIF. ENTRE MESES		67,000	10,000	79,000	85,000	83,000	48,000	127,000	-31,000	93,000	-114,000	52,000
% Variación	113.6%	7.9%	58.1%	39.5%	-27.7%	22.1%	47.9%	-7.9%	25.8%	-25.1%	15.3%	



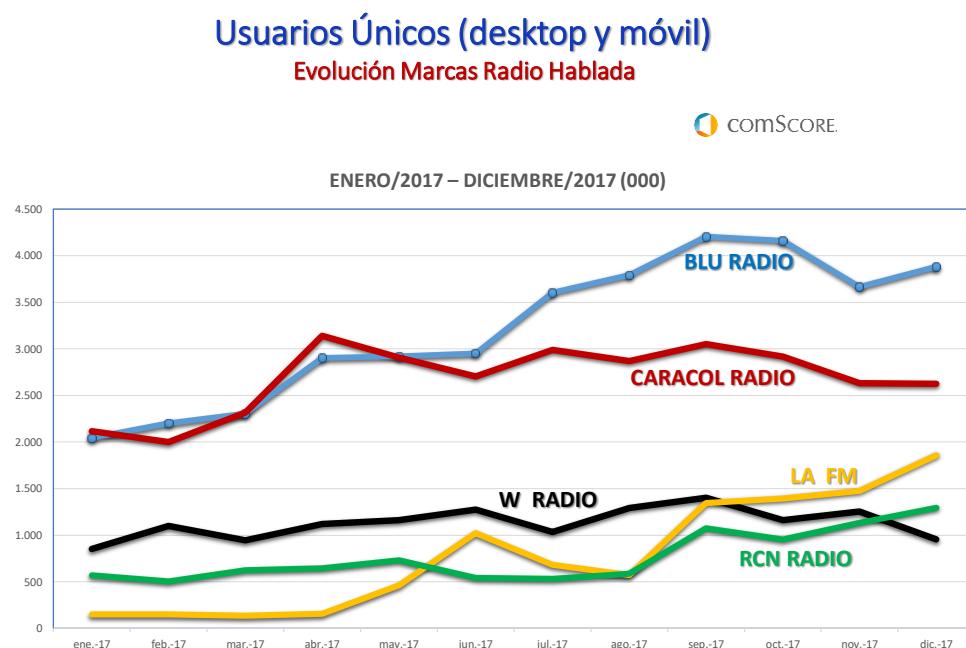
89.9 fm



Presencia en medios digitales:

Durante el año 2017 Blu (radio hablada) y La Kalle (radio musical) se consolidaron como líderes en el consumo en medios digitales.

Crecimiento de Usuarios Únicos (UU) en la WEB:



Ranking nacional de consumo por dispositivos al cierre del año 2015 de todos los medios informativos del país:

Fuente: COMSCORE

Usuarios Únicos multiplataforma

Evolución marcas de radio en Colombia



TOP DE DOMINIOS RADIO HABLADA - COMSCORE MULTIPLATAFORMA

Dominio	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	jul-17	ago-17	sep-17	oct-17	nov-17	dic-17
Blu Radio	2,043	2,201	2,304	2,903	2,919	2,952	3,603	3,792	4,204	4,159	3,666	3,880
Caracol Radio	2,115	1,998	2,317	3,141	2,906	2,705	2,988	2,868	3,051	2,915	2,632	2,625
W Radio	851	1,099	946	1,119	1,162	1,274	1,035	1,292	1,402	1,162	1,254	954
La FM	149	149	135	157	461	1024	681	572	1,345	1,393	1,476	1,857
RCN Radio	568	505	625	644	729	542	531	585	1,073	955	1,133	1,293
Radioacktiva	334	319	309	335	259	259	420	494	415	355	371	423
Los 40	299	368	420	387	244	210	312	369	433	388	429	316
La Mega	261	253	305	502	373	227	243	169	352	271	308	322

TOP DE DOMINIOS RADIO MUSICAL - COMSCORE MULTIPLATAFORMA

Dominio	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	jul-17	ago-17	sep-17	oct-17	nov-17	dic-17
La calle	399	223	359	614	770	785	1,335	1,561	1,801	1,870	1,754	2,170
Oxigeno	158	161	207	258	236	272	450	457	278	335	511	457
radioacktiva	334	319	309	335	259	259	420	494	415	355	371	423
Tropicana	148	122	193	231	230	272	362	529	524	293	450	409
40 principales	299	368	420	387	244	210	312	369	433	388	429	316
la mega	261	253	305	502	373	227	243	169	352	271	308	322
Candela	142	98	87	152	178	0	91	84	82	89	89	92
Radio Uno	93	93	115	253	156	83	89	42	58	70	60	55
Olímpica	101	65	91	79	64	72	51	44	48	83	66	96

Proyecto de radio musical La Kalle:

Este proyecto, que se lanzó en noviembre de 2016, cuenta con un gran elemento diferenciador ante sus competidores por ser la única emisora de radio tradicional que, adicionalmente, se transmite por TDT (Televisión Digital Terrestre) y por todos los dispositivos digitales. Se trata de un producto musical, popular, muy vinculado a la gente de la calle. La Kalle se transmite en Bogotá y Cundinamarca a través de la frecuencia 89.9 FM, pero por el hecho de emitirse en el formato televisivo TDT su cobertura alcanza el 86% del mercado nacional.

Reconocimientos y Galardones obtenidos:

Se obtuvieron el premio más importante en el mundo periodístico del país, El premio Simón Bolívar en la categoría *Noticia en radio*.

Twitter

Twitter al final de cada año, quiere mostrar cuáles fueron los momentos más importantes y que mayor acogida tuvieron, entre las celebridades, los políticos, los medios de comunicación e incluso los deportistas que fueron tema de conversación. Es momento para recordar lo que significó el 2017 en **Twitter**.

Los 10 medios más populares fueron los siguientes:

1. Blu Radio @BluRadioCo.
2. El Tiempo @ELTIEMPO.
3. Noticias RCN @NoticiasRCN.
4. Los 40 @los40colombia.
5. Revista Semana @RevistaSemana.
6. El espectador @elespectador.
7. WRadioColombia @WRadioColombia.
8. Noticias Caracol @NoticiasCaracol.
9. Caracol Radio @CaracolRadio.
10. Radio Activa @Radioactiva.



X. CONSORCIO CANALES NACIONALES PRIVADOS – CCNP

Operación, mantenimiento y expansión de las redes de transmisión

Durante el año 2017 se adelantó la operación y el mantenimiento de 139 estaciones de transmisión, de las cuales 36 se encontraban operando en tecnología digital. El 31 de diciembre entraron en operación 25 estaciones adicionales en TDT.

Los gastos de operación ascendieron a la suma de siete mil ochocientos veintiocho millones de pesos (\$7.828.000.000) para la red analógica y a seis mil doscientos doce millones de pesos (\$6.212.000.000) para la red digital.

Las actividades de mantenimiento preventivo y correctivo realizadas a torres, obras civiles, plantas eléctricas y sistemas de transmisión, ascendieron a la suma de mil trescientos treinta y cinco millones de pesos (\$1.335.000.000) para la red analógica y a novecientos setenta y seis millones de pesos (\$976.000.000) para la red digital. En promedio, durante el año, la disponibilidad de las redes de transmisión fue superior al 99%.

De conformidad con la política de renovación de servidores del canal, se adelantaron inversiones por dieciséis millones de pesos (\$16.000.000).

a. Red de televisión digital

De conformidad con el contrato de concesión suscrito con la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV)¹¹, durante el año 2017 se debía lograr un porcentaje de cubrimiento con tecnología TDT del 10.24% y un acumulado del 90.24%.

Sin embargo, desde abril del 2017 la vía de acceso a la estación Jurisdicciones, ubicada en el municipio de Ábrego, Norte de Santander, se tornó intransitable, imposibilitándose el acceso para el montaje de la estación digital.

La inacción de las autoridades locales para arreglar la vía ocasionó la suscripción de un otrosí al contrato de concesión, con el fin de aplazar el montaje de dicha estación, lo que redujo en un 3% la obligación de cubrimiento para el respectivo año y el acumulado a 2017, siendo las cifras finales un 7.24% para el año y un acumulado de 87.24% de cubrimiento.

De esta manera, a 31 de diciembre de 2017 entraron en operación las siguientes 25 estaciones: Carepa, Guarne y Las Nubes (Antioquia), Istmina (Chocó), Yopal (Casanare), Curumaní (Cesar), Pesca, Villa de Leyva, Moniquirá, Sutatenza y Saboyá (Boyacá), San Agustín y Garzón II (Huila), Silvania (Cundinamarca), El Doncello y Florencia (Caquetá), Mocoa y La Hormiga (Putumayo), Arauca (Arauca), Bolívar y Páez – Inza (Cauca), Pamplona (Norte de Santander), Samaniego (Nariño), San José (Guaviare) y Toluviejo (Sucre).

La inversión realizada por el canal para el montaje de las ascendió a la suma de nueve mil ciento setenta y cuatro millones de pesos (\$9.174.000.000).

¹¹ Agencia gubernamental encargada de la ejecución de los planes y políticas en materia de televisión, que ejerce inspección, vigilancia y control sobre las entidades prestadoras del servicio.

b. Movilidad

Con el objeto de aprovechar las ventajas tecnológicas de la TDT y considerando los eventos deportivos que se van transmitir en el año 2018, se adquirieron equipos para la actualización de las cabeceras del canal por valor de cuatrocientos treinta y dos millones de pesos (\$432.000.000). Esta inversión, permitirá la recepción de la señal de TDT en dispositivos móviles y portátiles que tengan un receptor o sintonizador adecuado de señal de TDT.

c. Promoción de la TDT

Durante el 2017, a través del CCNP¹², lideró las estrategias de comunicación y divulgación del servicio de TDT, que representaron un valor total para el canal de trescientos millones de pesos (\$300'000.000).

Las actividades de marketing digital fueron dirigidas al rediseño, administración, optimización y contenido del sitio web www.tdtparatodos.tv., obteniendo 4,8 millones de visitas a la página, y a la promoción de redes sociales “TDT Para Todos TV” (Facebook, Twitter, Instagram y YouTube) consiguiendo más de 225 mil usuarios nuevos y cerca de 15 millones de interacciones.

Se adelantó un convenio con la ANTV, para crear y producir de manera conjunta 5 comerciales para reemplazar la campaña “El Escuadrón TDT”. Las nuevas piezas están siendo emitidas como mensajes institucionales por la ANTV y en espacios publicitarios propios del canal.

Para explicar de manera didáctica la manera de acceder al servicio, sus beneficios y los programas que se pueden disfrutar por TDT, se crearon videos con celebridades, en alianza con las revistas *TV y Novelas* y *VEA*, que fueron difundidos en medios digitales. Igualmente, se generaron canales de atención al usuario y actividades BTL, incluyendo un stand informativo en centros comerciales de ciudades capitales.

Finalmente, en conjunto con la ANTV, se contrataron dos investigaciones de mercado con el Centro Nacional de Consultoría, para conocer la penetración, conocimiento, tenencia y uso de la TDT. De conformidad con las 5.086 encuestas realizadas en 35 municipios, incluidos los municipios cuya audiencia es medida por IBOPE, el 79% de la población conoce el concepto de TDT y el 9% utiliza la mencionada tecnología.

¹² Consorcio de Canales Nacionales Privados CCNP, es un consorcio entre Caracol Televisión S.A. y RCN Televisión S.A., que se encarga de montar, operar y mantener la red de televisión de cada una de estas dos compañías.

XI. TECNOLOGÍA Y SEGURIDAD INFORMÁTICA

Durante el 2017 se trabajó teniendo como base el Plan Estratégico de Tecnología Informática – PETI – definido para el horizonte 2017-2019, de los cuales se ha ejecutado 3, 5 están en curso y 3 más se han diferido.

Apoyo al negocio

En el 2017 se consolidó y mejoró la Plataforma Biométrica para control y gestión del trabajo suplementario de los colaboradores de Caracol Televisión implementada en el 2016, desarrollando veintiséis (26) nuevas funcionalidades, entre las cuales se destacan la automatización del envío de notificaciones para los equipos de trabajo técnicos de las producciones, las aprobaciones más eficientes para los gerentes de área, así como el mejoramiento en la integración y registro de los datos a través de la aplicación móvil para uso de los diferentes jefes técnicos y funcionarios responsables del reporte de novedades a través de dicho mecanismo.

Para el análisis del Estudio de Talentos del 2017, se desarrolló e implementó una nueva aplicación para la Vicepresidencia de Mercadeo, específicamente para la Dirección de investigaciones, más moderna y dinámica, bajo plataforma web, en la cual se encuentran tanto los estudios históricos como el actual. Dicha herramienta permite, como novedad, ingresar estudios específicos de talentos con atributos variables y enlazar su contenido con la aplicación de *casting*, informando cuál fue la calificación obtenida por los talentos preseleccionados para participar en las producciones de Caracol Televisión.

Se desarrolló una nueva aplicación para el Archivo Audiovisual en ambiente web, la cual se puede trabajar desde diferentes áreas del Canal sin requerir instalación en los equipos de la compañía; presentando nuevas funcionalidades y reportes para la gestión del área.

A partir del 1 de agosto se inició el proyecto de desarrollo e implementación de la aplicación ProxyCom para Blu, para complementar y robustecer la aplicación utilizada en televisión, que busca integrar la operación comercial de los diferentes medios en una sola herramienta, y obtener informes de ventas consolidados y el análisis de información por diferentes criterios. Este proyecto culminará en el segundo trimestre del 2018.

A lo largo del año se implementaron nuevas funcionalidades para la aplicación de Ventas Internacionales, dentro de las cuales se destaca la consulta de ventas a nivel mundial, que permite identificar los derechos y períodos de emisión para cada una de las producciones de Caracol Televisión en los diferentes canales y medios mundiales.

Se realizó la implementación de un “Data Warehouse” (Bodega de Datos) con la información del comportamiento de las audiencias, siendo IBOPE la fuente de información, asegurando que ésta permita la integridad con proyectos futuros de analítica predictiva y/o reportes descriptivos con el cruce de otras fuentes de datos.

Mejoras en Operación

En el 2017 se mantuvo el cumplimiento de los Acuerdos de Niveles de Servicio (ANS) con las áreas del negocio relacionados con la disponibilidad de las Aplicaciones Corporativas: Xcalibur, Sistema Comercial, CLiquida, Proxycom TV, Almacén Técnico y Dapro; así como con la disponibilidad de los servicios de Office 365 (correo electrónico, Sharepoint y OneDrive), comunicaciones externas, red de área local (LAN) e Internet Corporativo.

Se formalizó el proceso de gestión de la capacidad de la infraestructura contenida en el Centro de Cómputo, categorizada por los valores de procesamiento, memoria y disco duro. Como resultado de esto se elaboró un plan de optimización de recursos asignados, estableciendo acciones de mejora y depuración, que permitió liberar un 58% del espacio en disco utilizado para el servicio de servidor de archivos (carpetas compartidas) y una disminución del 20% del total de bases de datos asignadas a Aplicaciones y Servicios Corporativos, mejorando de esta forma la capacidad disponible de recursos informáticos para los proyectos del 2018.

Se implementó el esquema de contingencia en el sitio alterno (Datacenter Triara Claro) para la plataforma de ProxyCom, asegurando la recuperación ante posibles desastres o eventualidades críticas del sistema.

Se renovó la infraestructura virtual de servidores de la plataforma del sistema Financiero Xcalibur para Nomina y Honorarios, incrementando el rendimiento y la disponibilidad de la aplicación mediante la réplica continua de la información desde el sitio principal (La Floresta) hacia el centro alterno (Datacenter Triara Claro).

Dentro del plan de renovación tecnológica de la infraestructura del Centro Cómputo, se implementó el cambio del Servidor de Archivos incrementando en un 300% la capacidad disponible e implementando la alta disponibilidad para este servicio. Adicionalmente, se actualizó la unidad robótica para la toma de los backups de la información de Aplicaciones y Servicios Corporativos, logrando una disminución del 50% en los tiempos de ejecución del backup y un aumento en la capacidad de respuesta y tiempos de restauración de dicha información. A su vez se elaboró el plan de renovación tecnología de servidores de cómputo para los próximos 5 años.

A nivel de la infraestructura de red se realizó la compra de 2 (dos) switches centrales de red (Core) y el diseño detallado del nuevo modelo de red basado en tecnologías de virtualización, incrementando en un 260% la capacidad de transporte de información. Se dispuso la separación geográfica de los switches centrales, aumentando la disponibilidad de la red ante eventos catastróficos o críticos; y se realizaron adecuaciones eléctricas y ambientales en el centro de cableado alterno. Esta actualización tecnológica permitió mejorar las vías de comunicación entre los centros de cableado principales y la red central,

cuadruplicando su capacidad (lo anterior se logró implementando un backbone de fibra óptica de 40 Gbps).

Se realizó la integración a nivel de red con las sedes de Cali, Medellín, Barranquilla y Bucaramanga, implementando un esquema de conectividad privada (MPLS), que permitió aumentar la calidad, disponibilidad y capacidad de la comunicación, obtener una conexión centralizada hacia los recursos corporativos dispuestos en la sede La Floresta en Bogotá, y estandarizar los accesos a Internet para una navegación más segura. Para la sede de Cartagena se efectuó la adecuación del cableado estructurado, la implementación de un enlace de banda ancha en fibra óptica para la nueva oficina y se implementó un firewall con políticas de acceso corporativas para lograr la conexión privada VPN con Bogotá.

Se aumentó en un 50% el ancho de banda de los canales de Internet Corporativos en La Floresta.

Se realizó la encuesta anual para validar la aceptación del servicio prestado a los usuarios por el Service Desk y el Outsourcing de Impresión, obteniendo una participación de 461 personas que representan el 26,5% de usuarios corporativos. La calificación fue del 95.4% de usuarios satisfechos y totalmente satisfechos, preservando los niveles de aceptación logrados en el año 2016.

En el 2017 se adquirieron 245 equipos de cómputo para una total base instalada de 1,950 equipos de usuario.

Seguridad Informática y Riesgos

A lo largo del año 2017, en términos de Seguridad Informática, a nivel mundial se evidenció un aumento sin precedentes en el volumen de ataques con software malicioso avanzado como lo fueron WannaCry, NotPetya y Bad Rabbit los más mediáticos hasta la fecha, aunque constituyen solo la punta del iceberg de los peligros que tenemos que enfrentar como compañía.

Con base en esta problemática, en el mes de julio de 2017 se creó el Comité de Ciberseguridad, cuyo objetivo es fortalecer las capacidades de Caracol Televisión para enfrentar las amenazas que atentan contra su infraestructura tecnológica, creando el ambiente y las condiciones necesarias para brindar protección a la información de la compañía tanto en las estaciones de trabajo de sus colaboradores como en los servidores de información. Está conformado por integrantes de la Vicepresidencia de Operaciones, Noticias y Deportes; la Gerencia Técnica; la Vicepresidencia Digital; la Vicepresidencia de Radio y la Gerencia de Tecnología Informática.

En las 11 sesiones que tuvieron lugar en el 2017, se identificaron un total de 12 riesgos y se definieron 33 planes de acción, que incluyen la implementación de 7 proyectos, cuyo presupuesto fue aprobado para el año 2018. Asimismo, se trabajó en la actualización de 2

documentos relacionados con la verificación de vulnerabilidades en los equipos tecnológicos de la compañía y la gestión de incidentes de ciberseguridad en Caracol Televisión. A la fecha de elaboración del presente documento, se cuenta con 10 planes de acción cerrados.

La encuesta de Seguridad Informática para el año 2017 arrojó un resultado sin precedentes del 96.41% en términos de sensibilización, 5.5% por encima del resultado de 2016, superando la meta trazada para el año. Así mismo, se capacitó a 163 nuevos colaboradores en temas de Seguridad de la Información y 74 colaboradores en temas de Clasificación de la Información.

Por otra parte, se trabajó en la actualización de la documentación del Sistema de Gestión de Seguridad Informática (SGSI), así como en la mejora del Plan de Recuperación de Desastres (DRP) y del Plan de Continuidad de Negocio, fortaleciendo la disponibilidad de Aplicaciones y Servicios críticos que son soportados por TI, tal como lo es ProxyCom. Se ejecutaron por quinto año consecutivo las pruebas del DRP, este año desde la Sala de Continuidad de la sede de La Soledad. Esta fue dotada de equipos de cómputo y canal de acceso a Internet, y en las pruebas se cubrió el 100% de las Aplicaciones y Servicios identificados durante la fase del BIA (Business Impact Analysis), con un resultado del 95% en funcionalidades probadas con resultado satisfactorio.

XII. GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Durante el 2017 se ejecutaron las obras físicas programadas, entre la cuales cabe destacar la adecuación de estudios pequeños de los edificios 2 y 5, y de la sala de lactancia; la instalación de pérgolas para facilitar la circulación frente a las casas; la adecuación de la portería sur y la instalación de la pérgola de la portería vehicular norte.

Se continuó con el proyecto de sustitución del sistema de iluminación convencional por LED de la sede de La Floresta, en el que se intervinieron 11.870 m².

En cuanto a procedimientos administrativos, se realizó la actualización, documentación y divulgación de los mismos, con una ejecución del 169% respecto de lo planeado para el año 2017; se facilitaron herramientas para la consulta de las normas y procedimientos, y en el proceso de archivo documental, se depuraron los tipos documentales en *OnBase*, para facilitar su indexación y consulta.

En el Plan de Continuidad de Negocio¹³ de la compañía se incluyeron las ciudades de Cartagena y Bucaramanga, y se realizaron pruebas a estrategias de recuperación en las ciudades de Bogotá, Barranquilla, Cali y Medellín.

¹³ Un plan de continuidad del negocio (o sus siglas en inglés BCP, por Business Continuity Plan) es un plan logístico para la práctica de cómo una organización debe recuperar y restaurar sus funciones críticas parcial o

GESTIÓN HUMANA

Se adelantaron diferentes proyectos para apoyar el plan estratégico empresarial y fortalecer el objetivo de considerar al capital humano de la compañía como una prioridad

Se actualizaron los manuales de funciones de diferentes áreas de trabajo, actividad que se desarrolló de forma conjunta con los jefes y líderes de las áreas. Para los estudiantes en práctica y estudiantes SENA se completó la definición del 100% de sus perfiles, basados en su formación académica.

Dentro del objetivo de atraer, retener y potenciar el talento de nuestros empleados, se continuó la ejecución de los programas de Plan de Desarrollo y Factores de Crecimiento para aquellos trabajadores con áreas o personal a su cargo, con alto nivel de responsabilidad organizacional y con nivel directivo, aplicando estos 2 programas a 76 personas.

Nuevamente se adelantó el programa de Planeación y Definición de objetivos, con un total de 86 directivos vinculados a este programa, llegando a un 100% de lo planeado.

Así mismo, se llevaron a cabo los siguientes proyectos:

1. “Conéctate con nuestro talento, únete a nuestro equipo”. En la segunda versión del programa se buscó integrar las actividades de Gestión Humana con diferentes áreas de la compañía, recordando la importancia de nuestras políticas en materia de seguridad y salud en el trabajo, y de alcohol y drogas, y se aprovechó cada una de estas sesiones para recordar la normatividad aplicable al interior de la compañía.
2. Se terminó el proyecto de valoración de cargos de acuerdo con los lineamientos establecidos por Valorem.
3. Se realizaron actualizaciones de las normas para contratación laboral de menores de edad y de personas extranjeras.
4. Se fortaleció el proceso de inducción de nuevos empleados, especialmente los de fuera de Bogotá.

CAPACITACIÓN

Durante el 2017 se realizaron 2.440 capacitaciones para un total de 13.206 horas en programas orientados a fortalecer las habilidades blandas. En conjunto con el CESA se dictaron los cursos de habilidades gerenciales y desarrollo de habilidades y destrezas para la gestión de clientes y con Open English se realizaron cursos de inglés virtual.

totalmente interrumpidas dentro de un tiempo predeterminado después de una interrupción no deseada o desastre. (Fuente: Wikipedia).

Por otro lado, se firmó un convenio con la Universidad Javeriana para certificar el conocimiento de los técnicos de Caracol Televisión. En el 2017 se llevaron a cabo los cursos de Fundamentos Básicos en Televisión y Avanzado de Sonido, del cual se graduaron 161 personas con 7.771 horas cursadas.

La inversión en formación fue de \$375'952.000.

COMUNICACIÓN INTERNA

En el 2017 se logró una gestión satisfactoria de la comunicación interna, en la que se desarrollaron 42 campañas, 60 eventos y 617 piezas gráficas que soportaron la estrategia de comunicaciones de la compañía. A través de ella, se incentivó la participación y el compromiso de los colaboradores con Caracol Televisión.

BIENESTAR

El plan de bienestar para el 2017 tuvo actividades e iniciativas que lograron integrar a los colaboradores y generar un buen clima organizacional. Se desarrolló una innovadora actividad que se posicionó en la mente de todos los participantes; el SUPERDÍA. Esta actividad se desarrolló una vez al mes y consistió en el desarrollo de actividades lúdicas que permitieron a los colaboradores despejar su mente, disfrutar y conocer más de cerca la compañía.

Reconocimiento: Se llevaron a cabo eventos como la celebración de los quinquenios, el día del periodista y el día de la secretaria. Además, el almuerzo de fin de año fue el escenario perfecto para celebrar y agradecer los logros del 2017 e incentivar un 2018 lleno de metas por alcanzar.

Calidad de vida: Se incentivaron las prácticas deportivas a través del convenio de escuelas deportivas con Colsubsidio y del gimnasio con Bodytech. Además, se realizaron torneos deportivos y espacios de recreación e integración como las celebraciones de cumpleaños, amor y amistad, Halloween y el SUPERDÍA.

Cultura organizacional: *Juntos somos más* es el slogan con el que trabajamos la cultura organizacional en 2017. Con la cercanía a los 50 años de Caracol Televisión, se empezó a reforzar la estrategia corporativa a través de la comunicación de misión, visión, valores y razón de ser de la compañía. Durante la Semana de la Cultura Caracol, se reforzaron estos mensajes.

Familia: A través de actividades para los hijos, cónyuges y padres de los colaboradores, nos acercamos a las familias. Las escuelas deportivas, vacaciones recreativas y la fiesta

de fin de año para los niños, son algunas de las formas en las que los celebramos y aportamos a la interacción.

XIII. RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

En el 2017 se continuó trabajando en los siguientes frentes:

- a. Construir y difundir una huella cultural positiva.
- b. Garantizar el crecimiento rentable y sostenible.
- c. Promover el desarrollo del Talento Caracol y sus familias.
- d. Estimular relaciones de mutuo crecimiento con anunciantes y proveedores.
- e. Incentivar estilos de vida responsables con el ambiente.
- f. Apoyar la educación como vehículo de progreso.

Destacamos, entre los logros generales, la consolidación de la marca Caracol Inspira, la cual fue utilizada para varios comerciales, eventos y demás proyectos en los que Caracol Inspira es aliado fundamental, entre los que figuran Conservación Internacional con su campaña El Planeta Nos habla, la Fundación Origen y UNICEF, entre otros.

Se realizó una nueva publicación del Reporte Anual de Responsabilidad Corporativa con metodología GRI¹⁴, en la que resaltamos las actividades de la compañía en temas de responsabilidad corporativa.

Construir y difundir una huella cultural positiva

UNICEF

Para el año 2017 se trabajó de la mano de UNICEF para promover donaciones tras la avalancha que afectó a Mocoa y Putumayo. De marzo a mayo se promovieron las donaciones para atender las necesidades de los niños y jóvenes de esta zona del país, mediante la emisión de mensajes de solidaridad.

Por su parte, durante octubre y noviembre se promovió la campaña internacional *Kids take over*, que busca promover la idea de que el mundo pertenece a los niños. En este marco, se desarrolló una campaña conjunta con la Unidad Digital y Noticias Caracol, para divulgar

¹⁴ La Iniciativa de Reporte Global o Global Reporting Initiative es una institución independiente que creó el primer estándar mundial de lineamientos para la elaboración de memorias de sostenibilidad de aquellas compañías que desean evaluar su desempeño económico, ambiental y social. Es un centro oficial de colaboración del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). (Fuente: Wikipedia).

mensajes alusivos a los niños durante el Día Internacional del Niño, siempre usando el #ConOjosDeNiño.

Así mismo, iniciamos una etapa de trabajo conjunto para la creación de campañas para el año 2018, en las que se promueva el mensaje de ver el mundo con ojos de niño, con miras en las elecciones presidenciales de 2018.

Campaña La Naturaleza nos Habla

Junto con Conservación Internacional promovimos la campaña “La Naturaleza nos Habla”, que busca el cuidado del medio ambiente. Para estas piezas se contó con la participación de Carlos Vives y Fonseca.

Campaña contra la violencia de género

Durante el año se continuó trabajando con grupos y organizaciones de mujeres para diseñar una campaña de carácter global, que abarque todos los aspectos del flagelo de la violencia de género.

Para ello, además, se está trabajando en el diseño de un lema común que aplique a todas las organizaciones públicas y privadas, para hacer calar el mensaje bajo un elemento común.

ONU Mujeres

Se encontró en la organización de la ONU para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de la Mujer, también conocida como ONU Mujeres, un aliado fundamental en la promoción de campañas contra la violencia de género y demás flagelos que afectan principalmente a las mujeres.

Se promocionó, además, el Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, iniciativa de las Naciones Unidas que se celebra el 25 de noviembre.

Generar valor y crecimiento sostenible

Fortalecimiento del posicionamiento de marca y la reputación corporativa

Como parte del proceso para conocer la reputación de Caracol TV como medio de comunicación líder en responsabilidad corporativa, se incluyeron algunas preguntas en la evaluación trimestral que realiza IPSOS sobre temas de comunicación. Las preguntas y los resultados, fueron los siguientes:

- Canal que actúa responsablemente con la sociedad y el entorno: Caracol 57%, RCN 30% y CityTv 18%
- Canal que apoya e impulsa iniciativas para la protección del medio ambiente: Caracol 48%, RCN 20% y CityTv 13%
- Canal líder en responsabilidad corporativa: Caracol 54%, RCN 30% y CityTv 19%
- Canal que apoya e impulsa iniciativas para una mejor convivencia ciudadana: Caracol 58%, RCN 30% y CityTV 19%

Promover el desarrollo del talento Caracol y sus familias

Voluntariado Corporativo

En 2017 se realizaron cuatro (4) jornadas de voluntariado.

La primera se hizo en compañía de la Fundación Techo, en la que se contribuyó en una de sus jornadas de construcción.

La segunda, en compañía de la Fundación Catalina Muñoz, la cual tuvo por objeto construir una casa para la Señorita María¹⁵, en Boavita, Boyacá.

La tercera se desarrolló en el mes de octubre en compañía de la Fundación Vive Bailando, en Mosquera, Cundinamarca, cuyo objeto es la transformación social a través del baile. Contó con la participación de 20 voluntarios y más de 10 talentos que hacen parte del movimiento de Nos Mueve Colombia.

La cuarta, se desarrolló en noviembre en compañía de la Fundación Fútbol con Corazón, en el Barrio Santo Domingo en Altos de Cazucá, Bogotá. En esta jornada participaron 11 voluntarios, quienes pudieron ver como a través del fútbol se puede cambiar la sociedad, niño a niño.

Adicionalmente, se realizó una donación de regalos para una población de 150 niños a través de la Fundación Santa Alianza Bogotá.

¹⁵ La señorita María es el personaje central de un documental de Rubén Mendoza, que relata la historia de María Luisa Fuentes Burgos, nacida en Boavita, Boyacá quien creció con un cuerpo hombre, pero sintiéndose mujer, en una población ultraconservadora y católica del norte de Boyacá.

Incentivar estilos de vida responsables con el ambiente

Uso y disposición eficiente de recursos

Se mantuvieron campañas internas de reciclaje y manejo de residuos. Para 2017 se continuó trabajando con las diferentes áreas de la compañía para promover el buen uso de los recursos; entre los cambios realizados destacan el uso de sensores para el encendido de las luces y el cambio a luces led con el fin de reducir el consumo de energía.

Se realizaron donaciones de material de utilería y vestuario a la Fundación Orbe, así como donación de materiales reciclables.

Premio a la Protección del Medio Ambiente

En la quinta versión del Premio Caracol a la Protección del Medio Ambiente reconocimos iniciativas de empresas grandes, medianas y pequeñas, así como de comunidades, en relación con la protección y recuperación de bosques y cuencas hidrográficas.

En compañía de The Nature Conservancy, como Comité Técnico, y Conservación Internacional, como comité ad-hoc, se eligieron los ganadores de las tres categorías mencionadas anteriormente, quienes recibieron 150 millones de pesos en pauta.

El jurado estuvo conformado por: Brigitte Baptiste (Instituto Alexander Von Humboldt), Sebastian Troëng (Conservación Internacional), Manuel Rodríguez (ambientalista y exministro de Medio Ambiente) y Yaneth Giha (Ministra de Educación).

De acuerdo con su categoría, los ganadores 2016 fueron:

- Empresas Grandes: Empresas Públicas de Medellín (EPM)
- PYMES: Fundación Biodiversa
- Comunidades: Asociación de Usuarios del río Tuluá y Morales (ASURTUMO)

El evento de premiación contó con la presencia de Martin Von Hildebrand, director de la Fundación Gaia Amazonas, quién se encargó de dar una conferencia magistral.

Por último, es importante resaltar que en 2017 se reforzó la alianza con Noticias Caracol para la difusión de los proyectos de los nueve finalistas. El equipo de corresponsales de todo el país entrevistó a los representantes de las iniciativas y construyó diversas notas sobre los temas tratados.

Campañas por el ahorro de agua

Se mantuvieron las campañas de ahorro de agua. Estas incluyen campañas instruccionales con talento interno, así como mensajes que se realizaron con organizaciones como RARE, The Nature Conservancy y Conservación Internacional

Medición de la huella de carbono

Con el apoyo de las áreas Administrativa, Logística, Vestuario y Utilería realizamos el levantamiento de información sobre las emisiones de Gases del Efecto Invernadero (GEI) y otros impactos ambientales para el año 2016. Para este año, adicionalmente, incluimos un nuevo alcance en el que incluimos a Colviajes como proveedor del Canal.

Apojar causas relacionadas con la convivencia ciudadana y el ambiente

Apoyo a eventos folclóricos regionales

Con la emisión de más de 170 comerciales se promovieron las diferentes temporadas de fiestas y ferias de diversas poblaciones del país. Ellas constituyen un elemento importante dentro del folclor y la cultura de las regiones.

XIV. INFORME ANUAL DE GOBIERNO CORPORATIVO

Estructura de la propiedad de la sociedad

Dando cumplimiento a la Circular 028 de 2014, se presenta a los señores accionistas el Informe Anual de Gobierno Corporativo correspondiente al año 2017, incluyendo la explicación del funcionamiento del modelo de gobierno de la sociedad y los cambios relevantes realizados durante el 2017.

Al 31 de diciembre del 2017 el capital suscrito y pagado es de \$ 12.271.391.090 dividido en 876.527.395 acciones de valor nominal de \$14,00 cada una.

Los principales accionistas de Caracol a 31 de diciembre de 2017 se detallan en el siguiente cuadro, el cual, de conformidad con las disposiciones legales aplicables a la compañía, se encuentra publicado en la página web (<http://www.caracoltvcorporativo.com/>):

COMPOSICION ACCIONARIA DE CARACOL TELEVISION S.A.		
ACCIONISTA	PARTICIPACION (%)	No. de Acciones
Valorem S.A.	93,49432908	819.503.912
Inversiones Valmiera SAS SCA	6,499852512	56.973.023
Otros	0,005818411	51.000
TOTAL	100	876.527.935

La información inscrita en el registro mercantil, respecto de las compañías sobre las cuales Caracol Televisión S.A. ejerce control, es la siguiente:

- El 23 de febrero de 2004 se comunicó que se ha configurado una situación de control por parte de Caracol, respecto de las siguientes sociedades subordinadas: Caracol Television Inc, Television Equipment services Corp.
- El 20 de junio de 2005 se comunicó que se ha configurado una situación de control por parte de Caracol, respecto de la siguiente sociedad subordinada: Stock Models & Talent SAS
- El 23 de marzo de 2006 se comunicó que se ha configurado una situación de control por parte de Caracol, respecto de las siguientes sociedades subordinadas: Caracol TV America Corp y Mambo LLC.
- El 21 de octubre de 2009 se comunicó que el control que Caracol ejerce sobre su filial Caracol Television Inc es indirecto, y opera por intermedio de Caracol TV America Corp
- El 25 de junio de 2009 se comunicó que se ha configurado una situación de control por parte de Caracol, respecto de la siguiente sociedad subordinada: Caracol America Productions LLC
- El 20 de junio de 2014 se comunicó que se ha configurado una situación de control por parte de Caracol respecto de las siguientes sociedades subordinadas: Famosa SAS, ICCK Net SAS en liquidación.
- Por un error de la Cámara de Comercio de Bogotá, la inscripción de la situación de control sobre Radial Bogotá S.A. no figura en el certificado, no obstante haberse

efectuado por parte de Valorem S.A. en la oportunidad debida. En la fecha en que en que tendrá lugar la asamblea de accionistas, el error debería haberse subsanado.

El 3 de diciembre de 2012 Valorem S.A. le comunicó a Caracol que se registró situación de grupo empresarial, la cual se configuro el 26 de noviembre de 2012.

No existen acuerdos celebrados entre accionistas de los que Caracol tenga conocimiento.

En relación con los mecanismos de información a los accionistas y comunicación con los mismos, Caracol, utiliza los siguientes canales de suministro de información: i) página web <http://www.caracoltvcorporativo.com/>; ii) Atención al Inversionista; iv) Publicación Información Relevante al Mercado.

Estructura de la administración

Asamblea General de Accionistas

Caracol ha implementado mejores prácticas, tanto para la convocatoria como para la celebración y desarrollo de las reuniones de Asamblea General de Accionistas, de tal manera que los accionistas puedan ejercer todos sus derechos. Para ello se ha establecido lo siguiente:

La sociedad cuenta con un Reglamento Interno de Funcionamiento de la Asamblea General de Accionistas, que regula todas las materias que le atañen, tales como la convocatoria, la celebración de reuniones y su desarrollo, la asistencia y representación, entre otros.

- i) Caracol divulga la convocatoria y el orden del día para las reuniones ordinarias y para las extraordinarias en que se sometan los estados financieros de la Compañía, mediante aviso publicado en un diario de circulación nacional, en su página web y como información relevante.
- ii) En los casos de reuniones de la Asamblea General de Accionistas, en las cuales se traten temas que la junta directiva ha sometido a su consideración, como en los casos del informe de gestión y el proyecto de distribución de utilidades, la compañía ha puesto a disposición de los accionistas estos documentos durante el término de la convocatoria, en las oficinas o página web, para el ejercicio del derecho de inspección.

- iii) Los accionistas pueden hacerse representar en las reuniones de la asamblea por medio de apoderados, para deliberar y votar, y ejercer sus derechos societarios, de acuerdo con la ley y los estatutos.

En el año 2017, se realizó la reunión ordinaria de la Asamblea de Accionistas el día 31 de marzo, con una asistencia de 876.476.938 acciones, equivalentes al 99.99% del capital social. Tal como se le informó oportunamente al mercado, las principales decisiones adoptadas en dicha reunión, todas de manera unánime, fueron las siguientes:

1. Aprobación del informe de gestión
2. Aprobación de los estados financieros de propósito general básicos y consolidados
3. Aprobación del proyecto de distribución de utilidades
4. Elección de junta directiva
5. Elección de revisor fiscal y su suplente y fijación de honorarios
6. Reforma de estatutos, con el fin de adecuar sus textos a la nueva estructura orgánica y administrativa de la sociedad.

Junta Directiva

La Junta Directiva de la Sociedad está integrada por siete (7) directores, sin suplencias. Para la validez de las deliberaciones se requiere la concurrencia de, por lo menos, cuatro (4) de sus miembros.

La composición de la Junta Directiva durante el año 2017 fue la siguiente:

Junta Directiva	Miembro de Junta	Calidad
Principal	Alejandro Santo Domingo	Dependiente
Principal	Carlos Alejandro Pérez Dávila	Dependiente
Principal	Felipe Andrés Santo Domingo	Dependiente
Principal	Alberto Preciado Arbeláez	Dependiente
Principal	Alberto Arturo Lleras Puga	Independiente
Principal	Carlos Arturo Londoño Gutiérrez	Dependiente
Principal	Álvaro Villegas Villegas	Independiente

El procedimiento para la elección de los miembros de la Junta Directiva de Caracol es el establecido en las normas comerciales, en las normas que regulan el Mercado Público de Valores y en los Estatutos. Los miembros de la Junta Directiva son elegidos por el sistema del cociente electoral para periodos de dos (2) años y pueden ser reelegidos o removidos en cualquier tiempo por la Asamblea General de Accionistas.

Dando cumplimiento a los estatutos sociales, durante el año 2017 se celebraron siete (7) reuniones de la Junta, cinco (5) presenciales y dos (2) no presenciales de conformidad con los artículo 19 y 20 de la Ley 222 de 1995. En las reuniones presenciales se contó con una asistencia del 88.5% de los miembros y en las decisiones adoptadas mediante el mecanismo de voto escrito se contó con el voto del 100% de los miembros, como ordena la ley.

Para la adecuada toma de decisiones, la administración envía a los miembros de la junta toda la información sobre la reunión con una antelación de cinco (5) días calendario a la fecha prevista para la reunión, dando cumplimiento a lo establecido en el reglamento Interno de funcionamiento de dicho órgano.

De conformidad con los estatutos y con el reglamento interno de funcionamiento de la junta directiva, el presidente de la junta directiva, se elegiría entre sus miembros y podrá actuar como secretario, el secretario general de la sociedad.

El presidente de junta, además de las funciones establecidas por la ley, los estatutos sociales y demás reglamentos o códigos de la sociedad, las cuales ejerce directamente o por medio de delegados, tiene como función principal presidir y dirigir las reuniones ordinarias y extraordinarias del órgano social.

Entre las principales funciones del presidente de la junta están: i) coordinar, junto con el presidente de la sociedad, la recopilación y remisión de información que ha de ser analizada por la junta directiva; ii) Llevar, conforme a la ley, los archivos y los libros de actas de la junta directiva y autorizar con su firma las copias que de ellas expidan; iii) Participar en los comités de apoyo a la junta directiva en que se designe; iv) Promover e informar a la junta directiva sobre los avances y tendencias en materia de gobierno corporativo; v) Tramitar los conflictos de interés que surjan en la compañía y que deban ser de conocimiento de la junta directiva, Informar a la junta directiva sobre información relacionada con los accionistas de la sociedad y las situaciones de control, vi) Prestar asesoría legal a la junta directiva y rendir informes sobre los asuntos legales de importancia material para la actividad de la sociedad y la gestión de los administradores, vii) Comunicar las decisiones de la junta directiva a las diferentes áreas y funcionarios de la compañía, viii) Cumplir con las funciones que le sean delegadas por la junta directiva, ix) Levantar las actas de cada reunión, las cuales serán recogida en el libro de actas, en los términos previstos en la Ley y en los estatutos sociales.

Información relevante

En el año 2017, la compañía comunicó a todos los inversores y potenciales inversores del mercado de valores, la siguiente información relevante, con el fin de garantizar la difusión homogénea y simultánea de la misma. Esta información se publica, así mismo, en el portal corporativo de Caracol Televisión S.A. al final del año.

Fecha	Hora	Tema	Resumen
7/03/2017	15:42:00	Citación a Asamblea Ordinaria	La Junta Directiva autorizó al representante de la sociedad convocar a la Asamblea Ordinaria de Accionistas para el 31 de marzo de 2017 con la antelación de la ley, y delegó en el mismo la fijación de la hora.
7/03/2017	15:44:27	Proyecto Utilidad o Perdida a presentar a Asamblea	La Junta Directiva aprobó presentar a la próxima Asamblea Ordinaria de Accionistas la proposición de reparto de utilidades que se anexa.
7/03/2017	15:48:09	Decisiones de Junta Directiva	La Junta Directiva informa que en la sesión del 7 de marzo de 2017 se adoptaron mecanismos para garantizar la debida representación de los accionistas en la Asamblea General Ordinaria. Ver Anexo.
30/03/2017	17:21:10	Situaciones legales del emisor	Tribunal Superior de Bogotá ordena entrega de señal HD a Telmex. Ver anexo.
31/03/2017	14:40:00	Proyecto Utilidad o Perdida aprobado por Asamblea	En la Asamblea General de Accionistas realizada el día de hoy, se aprobó el Proyecto de Utilidades que fue propuesto por la Junta Directiva. Ver anexo.
31/03/2017	14:42:40	Cambio de Junta Directiva	La Asamblea General de Accionistas realizada el día de hoy, eligió los siguientes miembros de Junta Directiva para el período 2017-2019. Ver anexo.
31/03/2017	14:44:30	Cambio de Revisor Fiscal	La Asamblea General de Accionistas realizada el día de hoy, nombró a Ernst & Young como Revisor Fiscal para el período 2017-2019.
31/03/2017	14:46:32	Reforma de estatutos	La Asamblea General de Accionistas realizada el día de hoy, aprobó la reforma de estatutos de la sociedad. Ver anexo
25/04/2017	10:11:55	Informes de fin de Ejercicio	En cumplimiento de la Circular Externa 004 del 2012, se remiten los estados financieros individuales de fin de ejercicio, notas a los estados financieros y dictamen del Revisor Fiscal. Ver anexo.
25/04/2017	10:14:43	Informes de fin de Ejercicio	Según lo establecido en la Circular Externa 004 del 2012, se remite la certificación del representante legal, en cumplimiento del artículo 46 de la Ley 964 de 2005. Ver anexo.
25/04/2017	10:20:01	Informes de fin de Ejercicio	En cumplimiento de la Circular Externa 004 del 2012, se remite la certificación del representante legal y del contador público en los términos del artículo 37 de la Ley 222 de 1995. Ver anexo.
8/06/2017	15:51:09	Cambio de Representantes Legales	En la reunión de Junta Directiva del 8 de junio de 2017 se hicieron los siguientes nombramientos de los representantes legales de la compañía. Ver anexo.
29/08/2017	14:31:14	Cambio de Representantes Legales	El día de hoy en reunión de Junta Directiva se nombraron nuevos representantes legales para efectos contractuales y judiciales de la Compañía. Ver Anexo.
29/08/2017	14:34:58	Codigos de Buen Gobierno	El día de hoy en reunión de Junta Directiva se actualizó el Código de Buen Gobierno de la Compañía. Ver Anexo.
28/11/2017	17:41:20	Cambio en políticas contables	Cambio de política contable en amortización de producciones y coproducciones. Ver Anexo.

Operaciones con vinculados económicos

La compañía cuenta con una *Política para Celebración de Operaciones con Vinculados Económicos*, la cual regula la valoración, aprobación y revelación de las operaciones entre empresas subordinadas o sometidas a control común.

La *Política para la Celebración de Operaciones con Vinculados Económicos* aborda la valoración, requisitos y forma de revelación de las operaciones entre Partes Vinculadas, entre otras.

Sistemas de gestión de riesgos

Aún no se cuenta con un comité de riesgos a nivel de junta directiva. sin embargo, el comité de auditoría designado por la junta directiva es el encargado de evaluar, junto con la administración, la política de riesgos de la compañía, que a su vez cuenta con el apoyo y supervisión de la auditoría interna de la compañía.

La junta directiva vela por un adecuado sistema de control interno con el apoyo del comité de auditoría.

Encuesta Nuevo Código País

Dando cumplimiento a lo establecido en la Circular 028 de 2014, Caracol reportó la encuesta Nuevo Código País mediante su publicación en la página de la Superintendencia Financiera, como información relevante y actualmente se puede consultar en <http://www.caracoltvcorporativo.com/inversionistas/bolsa-de-valores>.

De esta manera se entiende cumplida la obligación de informar a los accionistas el resultado de la encuesta y la de integrar la misma al informe de gestión.

XV. SITUACIÓN JURÍDICA

Cobro de la señal de alta definición (HD)

El 28 de marzo de 2017 Tribunal Superior de Bogotá, Sala Civil, dictó sentencia que puso fin al proceso de competencia desleal de Caracol Televisión contra Telmex y otros operadores de cable. En la sentencia, el tribunal decidió, entre otras cosas, ordenar a Caracol entregar de manera gratuita a Telmex su señal de televisión de alta definición (HD). Caracol, respetuoso de las decisiones de las autoridades, y no obstante considerar que la medida desconocía tratados internacionales suscritos por Colombia en materia de derechos de autor, dio aplicación inmediata a la orden, extendiendo la entrega de la señal HD a todos

los operadores de televisión cerrada y televisión comunitaria, para preservar el derecho a la igualdad.

Caracol Televisión S.A., consciente de que tanto la orden del Tribunal, como los fundamentos que le dieron origen, eran arbitrarios y violatorios de los principios que protegen la propiedad intelectual a nivel mundial, acudió ante la Secretaría General de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), para exponer el incumplimiento de la República de Colombia de las normas que rigen la propiedad intelectual – específicamente las normas aplicables a la retransmisión de las señales de los organismos de radiodifusión -, como requisito previo para demandar ante el Tribunal Andino, con sede en Quito, esa misma conducta.

La Secretaría General de la CAN, mediante Dictamen 003-2017, publicado en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena número 3165 del 21 de diciembre de 2017, se pronunció respecto de los reclamos interpuestos por Caracol Televisión S.A. y RCN Televisión S.A. contra la República de Colombia.

En el mencionado escrito la secretaría consideró que el Estado Colombiano, “*... mediante la emisión de los actos administrativos: i) Resolución No. 2291 de 22 de septiembre de 2014, ii) Circular No. 10 de 23 de abril de 2015 y iii) Resolución 1022 del 12 de junio de 2017; y, la expedición y aplicación de la sentencia de segunda y única instancia de 28 de marzo de 2017 dictada dentro del expediente No. 2014-16592-06, incumple lo dispuesto en los artículos 21, 39 y 42 de la Decisión 351, los artículos 127 y 128 de la Decisión 500 y los artículos 4 y 35 del Tratado de Creación del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina.*”

Además, recomendó “*...a la República de Colombia derogar las disposiciones de los actos administrativos analizados (Resolución No. 2291 de 22 de septiembre de 2014, Circular No. 10 de 23 de abril de 2015 y Resolución 1022 del 12 de junio de 2017), [...] que se contrapongan al sentido de este dictamen.*”

La secretaría le dio un término de quince días hábiles a la República de Colombia para que le informara sobre las medidas que había adoptado para hacer cesar el incumplimiento.

La administración de Caracol está esperando conocer la respuesta de la República de Colombia con el fin proceder en consecuencia.

Cumplimiento de las normas de propiedad intelectual y derechos de Autor

En cumplimiento de lo establecido en la ley 603 de 2000, Caracol declara que ha dado estricto cumplimiento a las normas de protección sobre propiedad intelectual y derechos de autor en el desarrollo de sus actividades, en especial en la adquisición de licencias de

“software” y en la adquisición de derechos de transmisión de eventos y de obras literarias, musicales y artísticas en general.

Para este efecto se contrató un proceso de debida diligencia de un asesor externo experto en derechos de autor y propiedad intelectual, que rindió concepto mediante comunicación de 12 de febrero de 2018, en el que advierte después de haber hecho un inventario pormenorizado de las licencias de software, así como de los demás contenidos protegidos por el derecho de autor y conexos, certifica que Caracol Televisión S.A. cumple con la ley.

Habeas data

Durante el año 2017 se continuó fortaleciendo el Programa de protección de datos personales. Dicho programa cuenta con el respaldo de la *Política interna de protección de datos personales* y un comité de protección de datos personales que refleja el compromiso de la alta dirección para garantizar los mecanismos necesarios que conduzcan al cumplimiento de la Ley 1581 de 2012.

Actualmente, Caracol Televisión cuenta con un inventario de 26 bases de datos reportadas ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC)¹⁶ y ha realizado una gestión minuciosa para identificar los riesgos asociados al tratamiento de datos personales el interior de la compañía. Durante el proceso de implementación se han realizado 21 jornadas de capacitación dirigidas a 203 empleados, de las cuales 5 se llevaron en el año 2017 para un total de 25 empleados. Adicionalmente, se ha realizado una gestión de acompañamiento a las filiales Stock Models S.A., Famosa S.A. y Radial S.A., que ya cuentan con un inventario y el respectivo reporte ante la SIC.

Situación jurídica y económica de la implementación de TDT

Como complemento de lo informado en este mismo aparte los cinco años anteriores, es preciso indicar que la implementación de la red de televisión digital terrestre sigue siendo una pesada carga financiera, por cuenta de la imposibilidad de explotar adecuadamente el modelo de negocio que suponía la multicanalidad, habida cuenta de la desafortunada política institucional del gobierno en materia de retransmisión gratuita de señales de televisión abierta por parte de los operadores de televisión cerrada.

¹⁶ La superintendencia de Industria y Comercio (SIC) es la agencia estatal encargada de velar por el buen funcionamiento de los mercados a través de la vigilancia y protección de la libre competencia económica, de los derechos de los consumidores, del cumplimiento de aspectos concernientes con metrología legal y reglamentos técnicos, la actividad valuadora del país, y la gestión de las Cámaras de Comercio. (Fuente: página Web SIC).

Caracol ha continuado gestionando ante la ANTV la expedición de medidas que alivien la situación y ha propuesto la evaluación del tema de cara a la prórroga de la licencia de concesión que debe entrar a regir a partir de enero del próximo año.

XVI. INFORME ESPECIAL

En nuestra calidad de empresa controlada por Valorem S. A., cabeza del Grupo Empresarial Valorem, y en concordancia con la obligación contenida en el artículo 29 de la ley 222 de 1995, Caracol Televisión S.A. declara que no se realizó o dejó de realizar ninguna operación por parte de la entidad controlante en interés de Caracol Televisión. De igual forma, no se verificó ni se dejó de efectuar operación alguna por razón de la influencia o el interés que estas pudieran reportar para la entidad controlante. Adicionalmente, en la nota número 8 de los estados financieros, se hace mención a los saldos y principales operaciones realizadas con las distintas empresas que conforman el Grupo Empresarial Valorem. En la nota número 21 se discriminan las distintas operaciones efectuadas con los accionistas y administradores de la compañía, las cuales fueron celebradas en condiciones normales. Todo lo anterior, en aplicación de los requerimientos de la ley comercial.

XVII. INFORME DEL ARTÍCULO 7 DE LA LEY 1231 DE 2008

En cumplimiento de lo ordenado por los párrafos 1 y 2 del artículo 7 de la ley 1231 de 2008, adicionado por el artículo 87 de la ley 1676 de 2013, los administradores de la compañía manifiestan bajo la gravedad del juramento que no se entorpeció la libre circulación de las facturas de los vendedores y proveedores de la compañía, y que su trámite estuvo en todo tiempo ajustado a las normas legales y de control interno vigentes.

XVIII. EVOLUCIÓN PREVISIBLE DE LA SOCIEDAD

El negocio de la televisión abierta en el país viene registrando pronunciados niveles decrecientes de audiencia y de inversión publicitaria desde hace unos cinco años; sin embargo, los ingresos de pauta del canal y sus índices de audiencia han tenido en estos mismos años una tendencia diferente.

Escapar a este comportamiento requiere de una gran dosis de imaginación, gestión y, a veces, de suerte, por lo que es preciso repensar el negocio y buscar fuentes alternativas de ingreso a corto plazo para compensar la pérdida de un mercado que parece irrecuperable, por lo que dicta la tendencia regional y mundial.

A esto debemos añadir que a finales de 2017 la Federación Colombiana de Fútbol hizo una invitación a un número determinado de empresas para que presentaran la oferta para la adquisición “de los derechos de transmisión, distribución y comercialización de partidos de fútbol organizados por la Federación Colombiana de Fútbol, para el período comprendido entre 01 de enero de 2019 y 31 de agosto de 2022”. La federación fijó como piso de la oferta la suma de veinticinco millones de dólares de los Estados Unidos, valor que es más del doble de lo pagado por Caracol por los derechos de transmisión de la última eliminatoria, esto es, la del mundial de fútbol de Rusia 2018. La única empresa que presentó oferta por los derechos fue RCN Televisión S.A., quién propuso una suma de cuarenta millones de dólares por los mencionados derechos, además de un millón quinientos mil dólares por concepto de bonificación en el evento de clasificar la selección colombiana de mayores al mundial de fútbol de Qatar 2022 y otros valores representados en pauta a favor de la Federación. De acuerdo con la experiencia de Caracol en la adquisición y explotación de eventos deportivos y los cálculos inicialmente realizados, dicha suma está muy por encima de los valores de mercado y podría no recuperarse mediante la venta de pauta y de derechos de transmisión a terceros. Fue, a todas luces, una propuesta que distorsionó el mercado pero que, de no haberse igualado, habría puesto a Caracol Televisión S.A. en una situación estratégica complicada para la explotación de derechos deportivos, que es un segmento esencial de la economía y de la imagen de la compañía. Aun siendo una propuesta arriesgada, el efecto de no contar con el producto y el impacto que podría tener en los niveles de audiencia del canal y en la percepción de la marca, ameritó la adquisición de los derechos.

La recuperación del valor pagado por los derechos afectará el presupuesto aprobado por la junta directiva en diciembre - que no incluyó una suma de esa magnitud -, y requerirá de un gran esfuerzo comercial y de negocios para logar el punto de equilibrio.

Sin embargo, dada la solidez financiera de la compañía, las expectativas de los negocios en curso y el balance del informe rendido, podemos afirmar, en relación con la evolución previsible de la sociedad, que no hay indicios que razonablemente nos permitan predecir situaciones que afecten de manera seria la buena marcha del negocio durante el próximo año ni en el corto plazo, salvo el impacto negativo acumulado que pueden llegar a tener los asuntos tratados en los apartes de este informe titulados *Cobro de la señal de alta definición (HD)*, *Situación jurídica y económica de la implementación de TDT*, la explotación de los derechos deportivos de las eliminatorias al mundial y la renegociación de la prórroga del contrato de concesión con la ANTV.

Señores Accionistas, a ustedes nuevamente nuestros sinceros agradecimientos por su voto de confianza en los administradores de la compañía.

Cordialmente,

GONZALO CORDOBA MALLARINO
Presidente

También acogen y hacen suyo el informe de gestión del Presidente de la Compañía los siguientes administradores, en su calidad de representantes legales de la compañía:

ROSA EMILIA FONSECA GÓMEZ
Segundo Representante Legal

JORGE MARTÍNEZ DE LEÓN
Tercer Representante Legal

BLANCA INÉS RODRIGUEZ
Cuarto Representante Legal

RUBÉN DARIO CÁRDENAS
Quinto Representante Legal