

INFORME DE LABORES DEL EJERCICIO ECONÓMICO 2009



Por medio de la presente nos place informar a los Señores Socios sobre las actividades desarrolladas en la empresa durante el año 2009, debiendo resaltar los siguientes aspectos:

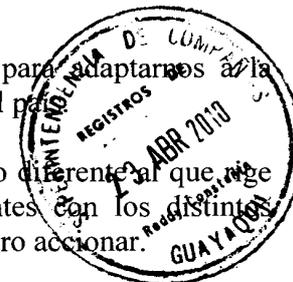
RELACIONES CON LAS EMPRESAS DE TELÉFONOS

La creación de una sola empresa telefónica a nivel nacional, la CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT, eliminando las existentes ANDINATEL Y PACIFICTEL, ha ocasionado una variación muy importante en quien y cómo se toman las decisiones relacionadas con el devenir normal de actividades durante el año.

Se ha eliminado una gran cantidad de departamentos y personal que laboraba y decidía en Guayaquil, para ser sustituidos por los Gerentes de cada área que eran de ANDINATEL y que ahora se han transformado en los Gerentes Nacionales y han delegado parte de sus funciones a funcionarios que informan y solicitan autorización a los personeros de Quito para implementar cualquier acción a tomar pero que no tienen la autonomía que antes existía.

Poco a poco se han cambiado procedimientos y regulaciones para adaptarnos a la metodología usada en Quito y ahora implantada también en todo el país.

Se ha respetado nuestro contrato y todos sus términos, que siendo diferente al que nos exige para Quito, ha sido necesario realizar acercamientos permanentes con los distintos funcionarios que de una manera u otra se han involucrado en nuestro accionar.



Debimos implementar un adendum modificatorio, firmado finalmente el 17 de Junio del 2009, en el cual se establecía y autorizaban los cambios implementados en la edición 2009, entregada y en circulación desde Febrero, donde se autorizaba una serie de modificaciones en la presentación de las Guías y un calendario de actividades diferente, que ya fueron aplicadas en la edición en circulación..

Así también se modificó y eliminó la prohibición de poder aceptar a clientes de otras operadoras telefónicas como clientes en nuestras Guías Telefónicas y luego ha sido casi imposible implementar el mecanismo de cobranza para éstos pocos anunciantes, pues según lo establecido no podemos realizar directamente la gestión de cobranza.

Principalmente, la mayor modificación recaía en nuestra obligación de proveer un programa de consulta para el Servicio de Información Telefónico, el 104, que por decisión de las nuevas autoridades consideraron que el usado en operación en Quito, era el más conveniente para ellos. Por lo tanto se nos libera de ésta obligación y aceptamos cancelar a sus desarrolladores un valor para implementar la modificación requerida para operar en la ex PACIFICTEL.

Naturalmente, todo cambio produce una serie de inconsistencias y problemas que los hemos trabajado constantemente para tener un buen servicio al público y mantener una buena relación con la CNT.

Un segundo Adendum fue necesario implementarlo para clarificar el procedimiento de cobranza para los clientes de otras operadoras, pero la resolución más importante, que se aplicó para la edición 2010, entregada a fines del presente año, constituye en la reducción en el número de ejemplares producidos, modificando la regulación existente desde el número de ejemplares relacionado con el de teléfonos instalados hacia el de relacionar la producción con el número de abonados, es decir existe en Guayaquil un ahorro cercano al 25% en papel e impresión.

Hemos tenido que reconocer una participación para la CNT en el ahorro generado por esta modificación, que será implementada mediante una campaña publicitaria para promover los servicios ofrecidos por la Telefónica y pagada por EDINA.

RELACIONES CON ETAPA

Se han mantenido excelentes relaciones con los nuevos personeros de Cuenca y hemos también conseguido disminuir el número de ejemplares para la edición 2010, que se entrega al fin de año.

SITUACIÓN FINANCIERA

La crisis económica mundial nos afectó también a nuestro país y en especial al sector publicitario, que sumadas a la incertidumbre creada por el Presidente de la República, en base a sus ataques a la prensa y a los empresarios, lo cual produjo una enorme reducción del presupuesto publicitario de las empresas, ocasionando un ningún incremento en ventas, contrastando con nuestro permanente accionar en todos los años.

Conseguimos también reducir adicionalmente los costos en base a contar con una excelente oferta de impresión por parte de Quevecor del Perú, en base a la cual se pudo negociar con los locales para tener precios competitivos.

El aumento de capital programado para el ejercicio económico 2008, que no fue posible implementarlo, debido a los problemas relacionados con la AGD, pero que se solucionaron al haber recibido la Resolución No. AGD-UIO-GG-2009-013 en la que se levanta la medida de incautación, consecuente y efectivamente se realizó este año y ahora contamos con un capital de 228.000 dólares y la respectiva escritura.

Las recaudaciones a las empresas de teléfonos han sido eficientes, pues pudimos recuperar cerca de un millón de dólares que se encontraban retenidos en ANDINATEL desde el año 2004.

Se consiguió un excelente precio para el papel periódico, teniendo una rebaja considerable, el 25% sobre el precio del año pasado. Es necesario establecer que por las variaciones en el calendario de producción que se han instrumentado con la CNT, en el año 2009 hemos producido dos ediciones y los costos se asumen mayormente en éste período.



Dada la necesidad de actualizarnos en el área informática, hemos implementado en las nuevas oficinas una red completa de comunicación y datos, que nos permitirá efectuar una intercomunicación muy efectiva.

En base a la alianza estratégica implementada para proporcionar a la ciudadanía una información telefónica vía mensaje de texto, hemos incurrido en gastos adicionales en promoción publicitaria y que deberá tener una mayor inversión en el 2010.

PRODUCCIÓN y MERCADEO

En las ediciones 2009 se implementó una mejor presentación en los libros, tanto en el interlineado como en la ampliación de espacios para que se obtenga una nítida lectura de las páginas amarillas.

Para no perder vigencia en el mercado, hemos debido realizar campañas agresivas de distribución masiva, puerta a puerta de los ejemplares de las Guías, tratando así que se sienta su vigencia, circulación masiva y gratuita, con lo cual mantendremos nuestros anunciantes y recuperaremos los indecisos del año pasado.

Nuestra página web se encuentra muy actualizada y hacemos el mayor esfuerzo posible para que sea muy fácil de consultar y se posicione efectivamente en el mercado. De ésta manera, nuestra promoción para las próximas ediciones y campaña de ventas debe puntualizar en que son varios los medios de consulta que ofrecemos por el precio de paquete, muy inferior si solamente se contrata con uno de ellos.

La crisis mundial y la incertidumbre interna, sentida principalmente en Guayaquil, no ha permitido que nuestra gestión sea exitosa, como en años anteriores, pues pese a nuestros permanentes esfuerzos solamente alcanzamos a acercarnos al volumen del año anterior.

RESULTADOS EN CAMPAÑAS DE VENTAS PARA GUÍAS 2010:

	Cientes 2009	Ventas 2009	Cientes 2010	Ventas 2010	% de incremento
GUAYAQUIL	4.443	5.230.773	4.569	5.157.000	-1.41%
EL ORO	1.011	225.474	936	213.951	-5.11%
MANABI	956	260.349	883	255.081	-2.02%
LOJA	959	212.877	870	212.007	-0.41%
GUAYAS	651	97.074	574	92.057	-5.17%
AZUAY CAÑAR	777	88.775	688	84.615	-5.75%
LOS RIOS	431	85.237	407	83.813	-1.35%
CUENCA	3.004	1.341.950	2930	1.310.000	-2.38%
VENTAS TOTALES		7.542.469		7.408.524	-1.79%

GUAYAQUIL: Junín 428 y Gral. Córdova, 5to. Piso • PBX: 256 0950 • Fax: 256 0443
e-mail: paginasamarillas@edina.com.ec

QUITO: Av. Eloy Alfaro N32-614 y Belgica • Telfs.: (02) 333 0880 • Fax: (02) 333 0882 e-mail: edina@andinanet.net

CUENCA: Pdte. Córdova 9-06 y Benigno Malo • Telfs.: (07) 282 2344 • Fax: (07) 283 5802

Considerando que la economía a nivel mundial se ha recuperado y que igualmente la situación interna del país se regularice, las expectativas para mejorar los resultados de la campaña de ventas que desarrollaremos durante el 2010 son muy prometedoras y realizaremos nuestros mayores esfuerzos para que se consigan los resultados programados.



Ramiro Chiriboga Cordovéz
Presidente Ejecutivo



MBA Ramiro Chiriboga Guevara
Gerente General

