

INFORME DE GESTIÓN 2012

Es importante el resaltar para empezar este informe que los logros alcanzados se hicieron posibles gracias al apoyo brindado por la presidencia ejecutiva y al desempeño de gran parte del personal de EDINA, que dentro de sus diferentes funciones supieron dar todo de sí para que la empresa alcance los niveles que hemos logrado.

• Personal – Equipo Humano

Durante este ejercicio se optimizó el personal, por requerimiento de carga de trabajo logrando así mayor eficiencia del recurso humano de la empresa.

Compilación

Se trasladó 1 persona para apoyo de ingreso de contratos.

Arte

En Cuenca se logró cubrir todos los requerimientos con una sola persona.

Comercial

1 persona para Marketing en Guayaquil.

Ventas

Se prescindió de los servicios de 6 ejecutivos de ventas.

Adicionalmente es importante dejar sentado el mal momento que se vivió con gran parte del personal del departamento de ventas, que presentaron reclamos a través de abogados ante el Ministerio de Trabajo, buscando beneficios que no les correspondían, lo que ocasionó un malestar en la compañía, que durante tantos años se ha mantenido estable y con gente motivada e identificada con la Organización. Es mi deber destacar el apoyo incondicional recibido, como responsable también de esa área, por parte de la presidencia ejecutiva y todo el personal administrativo a nivel nacional, mismo que de no tenerlo hubiera sido muy difícil sobrellevar la situación.

Dentro de las políticas generales de la Organización se definió pagar salario básico para todo el personal de ventas, manteniendo los contratos de temporada.

Durante este año se generó un nuevo sistema de control de gestión comercial mediante el cual se logró dar un paso muy importante para cimentar el desarrollo tecnológico que requiere la compañía para el futuro, dotando al personal comercial con tablets para su mejor presentación para con el cliente y para el control de gestión en vivo sobre cada uno de ellos.



- **Análisis de mercado**

Se proyectó un crecimiento de un 5% vs. el año anterior. Este crecimiento al igual que el año pasado no respondía a la realidad de un mercado de guías telefónicas que a nivel mundial viene en franco deterioro, donde la inversión publicitaria en guía telefónica impresa vs. la inversión en Internet se viene reduciendo en un 20% por año.



Esta estadística de una empresa como Bia Kelsey, que es la número 1 en información sobre guías telefónicas, nos permite ver claramente lo que sucede en el mundo de las guías telefónicas.

- **Ventas**

Con la edición pasada se dio por terminado el contrato VPJ-CONT-182-2008 con la CNT, razón por la cual, luego de las múltiples gestiones se logró una ampliación del mismo por un año, con condiciones más ventajosa para la Organización en lo económico, pero a su vez el retraso en el comienzo de la campaña está afectando el resultado hasta ahora conseguido, debido a que la no continuidad en las visitas a los clientes causa deserciones y anulaciones de contratos que esperamos no sean mayores; así como también la falta de confianza o credibilidad en el medio impreso por parte de las nuevas generaciones, pero debemos estar conscientes de que el comportamiento del mercado mundial nos exige concientizar una realidad inevitable y deberemos tomar medidas y estrategias para dilatar dicho proceso, además de ir paulatinamente desplazando las ventas del libro hacia nuestro portal web.

- **Productos y servicios Nuevos**

Se han creado subproductos de los existentes tales como los informativos para clientes nuevos, artesanos y/o Pymes, así como también productos para aquellos clientes que solo desean anunciarse en la web, todo esto buscando satisfacer requerimientos de los clientes que se ajusten a sus diferentes necesidades y presupuestos.

Se reciseñó la página principal de nuestro portal web buscando que sea más amigable y de fácil acceso para el usuario.

En la página web se implementó la llamada gratuita como un producto estrella para motivar a la gente a usar nuestras aplicaciones así como también nuestro portal web.

Se desarrollaron aplicaciones para smartphones (Android, iPhone y Blackberry). Estas se encuentran disponibles en tiendas, como son: BlackBerry App World (**17.500** descargas), Google Play (**8.500** descargas), App Store (**1.900** descargas).



Estadísticas Página Web: Edina.com.ec

Alexa

Es la página # 1* dentro de la clasificación Directorios y Guías Telefónicas, según Alexa.com

Cuenta con **19'900.000** páginas indexadas (Número de páginas del sitio web que hacen parte de los resultados de la búsqueda) en Google.

Este año fue visitada por **3'491.341** de usuarios. fueron vistas **7'736.492** páginas, dando un promedio de visualización de **2.22** páginas por visita, lo que puede asociarse al número de consultas realizadas por los usuarios.

El **80 %** de esas visitas se originaron en Ecuador y el restante **20%** en países como: Estados Unidos, Canadá, España, Colombia, Perú, entre otros.

Las ciudades del Ecuador que más visitan la página web, en porcentajes son: Guayaquil (**42.59%**), Quito (**23.72%**), Cuenca (**9.05%**), Machala (**4.61%**), Loja (**2.31%**), resto de ciudades (**17.72%**).



Las Páginas Amarillas
Del Ecuador

Entre las principales palabras claves que originan el tráfico dentro de Google tenemos en orden de uso; paginas amarillas ecuador, paginas amarillas Guayaquil, paginas amarillas quito, paginas amarillas edina, edina, guia telefónica cnt, guia telefónica ecuador, bancos ecuador.

Las mayores consultas dentro del sitio web edina.com.ec, por categoría (actividad comercial) son: **bancos, restaurantes, servicios automotrices, servicios médicos, hoteles, repuestos, centros de estudios.**

- **Publicidad**

Se realizaron nuevas cuñas de radio con la agencia Creacional, las mismas que además de lograr un gran resultado en recordación de marca, nos hicieron merecedores a varios premios FEPI 2012 en un concurso realizado en Argentina.

Se crearon espacios en redes sociales para lograr la penetración en el grupo objetivo juvenil para lo cual se contrató una agencia especializada en el tema, cuyos resultados los hemos



venido palpando día a día con el incremento de seguidores: con 21.371, fans en Facebook, y 1.072 seguidores en Twitter.

En cuanto a la prensa basamos nuestra campaña haciendo alusión al mismo mensaje impreso en todos nuestros folletos cuatro es mejor que uno logrando de alguna manera crear la conciencia de actualización, seguridad y sobre todo la necesidad de anunciarse rentabilizando su inversión.

Consideramos que estas nuevas estrategias, más el apoyo en prensa fortalecerán el uso de nuestros servicios vía Internet para lograr los mejores resultados de la campaña que está en proceso y cuya gestión comercial culminará en el mes de Junio del 2013.

- **Capacitación**

Se capacitó a todo el personal comercial en el uso de las nuevas herramientas tecnológicas, buscando con ello mantener al personal actualizado en tecnología y con capacidad de responder a los requerimientos del mercado actual.

- Habiendo puntualizado los aspectos más relevantes de este año y sin haber concluido todavía el proceso de ventas, debo resaltar una vez más mi agradecimiento para con la presidencia ejecutiva, su familia por su apoyo incondicional hacia mi gestión y a todo el personal que supo dar todo su esfuerzo y apoyo para sobrellevar momentos difíciles y seguir trabajando por y para una Organización que cada día deja huella en el mercado nacional y que seguirá creciendo.

Atentamente,

Sebastián Baquerizo F.
Gerente Regional

