

INFORME DE GESTION DEL EJERCICIO ECONÓMICO 2014

Nos complace informar a los Señores Socios acerca de las principales actividades desarrolladas en la empresa durante el año 2014.

RELACIONES CON LAS EMPRESAS DE TELÉFONOS

CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP

Luego de intensas negociaciones se logró firmar en el mes de Marzo un ACUERDO COMERCIAL con CNT EP por tres años, donde los puntos a resaltar son:

- ✓ Se establece una tabla de porcentajes de participación de las partes que se aplicara en función de resultado final de recaudaciones de cada edición, donde la participación de CNT EP se reduce al 30.51% como máximo, y al 26.71% como mínima
- ✓ Se elimina el MINIMO ANUAL GARANTIZADO (MAG)
- ✓ Se imprimirá todas las guías solo en papel periódico.
- ✓ Se imprime solo el tomo COMERCIAL de Guayaquil.
- ✓ Se mantiene el porcentaje de ejemplares impresos.
- ✓ Se incluyó una cláusula de salida en caso de que el negocio (libro impreso), deje de ser viable y/o rentable para el editor

Estos puntos consideramos en su momento, permitirían en gran medida a nuestra compañía viabilice la permanencia de la edición impresa; siempre y cuando el mercado no disminuya en mayor proporción que la ya producida en la edición 2013 (-20%), situación que lastimosamente se produjo llegando a una caída en ventas del 24.5% en referencia a lo alcanzado el 2013, lo cual ha exigido una renegociación de la participación y el Acuerdo Comercial lo permite.

ETAPA EP

Con la edición 2015 termina el contrato vigente, se han iniciado las conversaciones para que en el concurso de este año se concedan mejores condiciones, dado el comportamiento a la baja del mercado, situación que es un común denominador a nivel mundial.

CLARO TELEFONIA FIJA

Se mantuvo el acuerdo de edición e impresión de su guía la misma que circuló en ENERO del 2014.



DEPARTAMENTOS INTERNOS

Debo destacar que lo alcanzado este año ha sido gracias al apoyo incondicional, confianza y credibilidad de todos y cada uno de los funcionarios y empleados de la compañía por lo cual dejo expreso mi agradecimiento y gratitud para con cada uno de ellos.

Paso a detallar por Áreas, los aspectos más relevantes de la gestión del equipo de este año.

SISTEMAS

Se realizó inversiones para dotar a la compañía de la capacidad requerida de infraestructura tecnológica, con el fin de responder y satisfacer al incremento de demanda de servicio del mercado, tanto interno como externo.

Se rediseñó nuestro portal [www. Edina .com.ec](http://www.Edina.com.ec) dotándolo de una imagen actualizada así como también de servicios adicionales, con fácil acceso y respuesta inmediata.

Se desarrolló una aplicación para SmartTV la misma que estará en el mercado el primer trimestre del 2015, esta permitirá realizar consultas desde el televisor con servicios adicionales tales como de pedidos a domicilio, ubicaciones geo referenciadas, etc.

Se desarrolló un nuevo módulo en el sistema de EDINA SA para que permita integrarnos al proceso de facturación electrónica que exige el SRI y que debe ser implementado en la primera quincena del 2015.

PRODUCCIÓN

El papel que es nuestra materia prima principal no ha sufrido mayor cambio debido a la poca demanda existente ya que en muchos países del mundo han eliminado la impresión de guías telefónicas ocasionando adicionalmente el cierre de molinos de papel muy importantes, que permitían en ocasiones conseguir mejores precios, lo cual nos limitó en nuestra búsqueda de mejores opciones para reducir nuestros costos y obligando a mantener el costo por este rubro para la edición 2015.

El número de libros se incrementó de seis a siete provinciales, además de Guayaquil, Cuenca, se decidió hacer un libro por separado para Morona Santiago y Zamora Chinchipe para optimar costos.

Los precios y condiciones de impresión se mantuvieron dada la buena relación mantenida con EDITOGRAN desde hace algunos años.

Se mantiene la impresión de solo el tomo comercial para Guayaquil, eliminando el CD, que lo compensa nuestro portal web.

COMERCIALIZACIÓN

Los resultados de este año no son nada alentadores, dada la situación del mercado ecuatoriano y mundial. Nuestras ventas cayeron en un 24.51%, al igual que el número de clientes se redujo en un 15%. Este resultado se produce pese al esfuerzo realizado con diferentes estrategias que buscaban minimizar esta caída. Las estrategias implementadas fueron las siguientes:

Precio.-

Se bajó los precios en los productos que porcentualmente tienen menor participación de los anunciantes y se eliminó productos de poca aceptación.

Promoción.-

- Se hizo combos de productos para buscar mayor inversión de los clientes existentes.
- Se crearon productos de muy bajo costo para clientes nuevos, buscando suplir la pérdida de los antiguos.
- Se creó el producto 2x1, que significa la pauta en dos guías provinciales, por el precio de una.
- se otorgó el beneficio de mayor tamaño a quien renueve su monto de inversión de la edición anterior.

Para cuantificar el costo de estas promociones que no se contabiliza, adjunto el siguiente cuadro que nuestro sistema permite controlar.

EDINA S.A.	
DIFERENCIAS POR PROMOCIONES EDICIÓN 2015	
# DE CLIENTES BENEFICIADOS	1.379,00
VALOR DE DIFERENCIAS	278.161,54

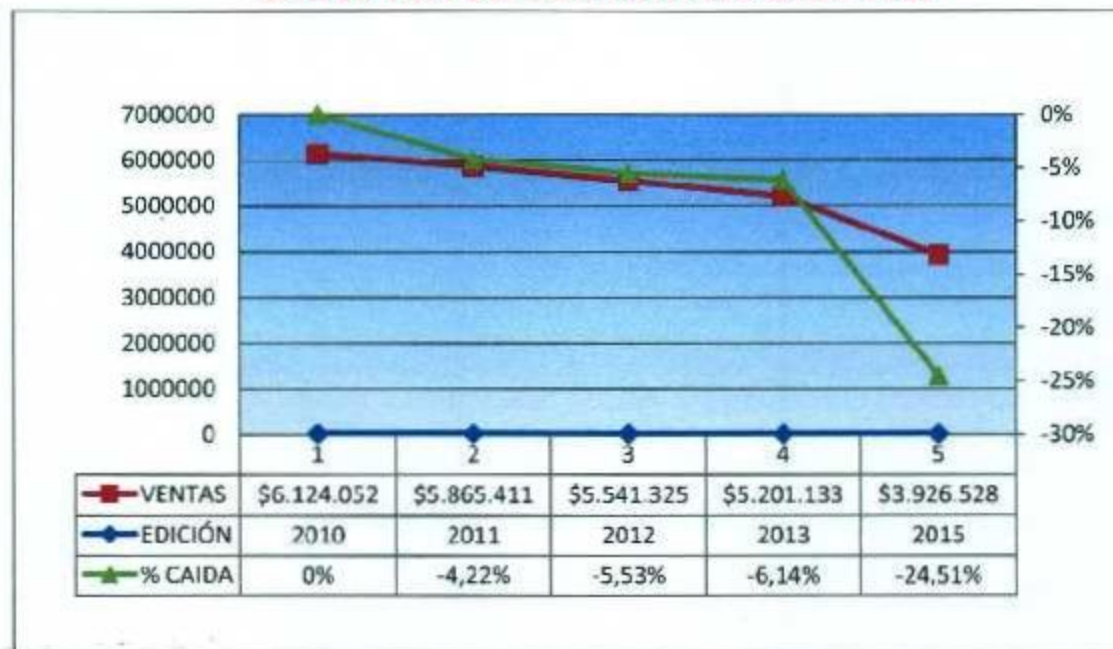
Publicidad.-

La inversión que se hizo y que superó los \$300.000,00 en medios tradicionales, también incluyó nuevos medios como manejo de redes sociales, vallas, participación en ferias y artículos promocionales, inversión que buscó de alguna manera minimizar la caída y pérdida de clientes.



A continuación presento gráficos que permiten visualizar de mejor manera el comportamiento del mercado.

GRÁFICO: CAIDA DE VENTAS HISTÓRICO POR EDICIONES

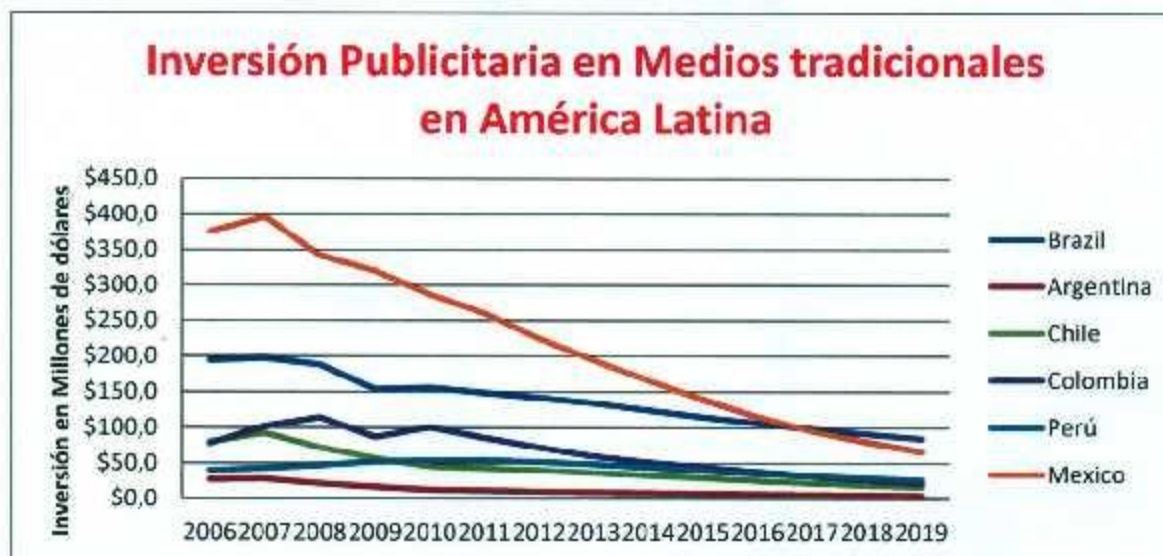


Para la edición 2015, la caída en ventas fue del 24,51%

CAIDA DE CLIENTES HISTÓRICO POR EDICIÓN



El # de clientes perdidos en la última edición comparada con la anterior fue de 1.366 que representa un -15,27%



Las razones adicionales para la baja en ventas considero son las siguientes:

- ✓ Competencia
 - Precios de competencia (no dan participación a ninguna telefónica).
 - No pagan impuestos, por no estar regulados.
- ✓ Otros libros
 - Guías telefónicas de Durán, Samborondón, Daule, Cámara de Comercio, etc.
- ✓ Falta de reglamentación y regulación para productos y servicios en internet.
- ✓ Falta de apoyo de la CNT en la parte legal para restringir otros medios.
- ✓
- ✓ Otros medios (redes sociales, marketing digital, etc)

Y por último es importante el recordar que este año, la campaña de ventas postergó su inicio debido a la demora en llegar a un acuerdo para firmar el contrato correspondiente, lo cual ocasionó un atraso notable en todo el proceso de mercadeo y comercialización de la edición 2015, acortando drásticamente a veintiún (21) semanas la campaña de CNT y a apenas dieciocho (18) semanas la campaña de ETAPA, para que los libros puedan circular en Enero del 2015 y así cumplir con los clientes y el mercado en general.

FINANCIERO

Debido a la no impresión y comercialización de la edición 2014 de CNT, los ingresos se ven afectados drásticamente, teniendo que subsistir con los recursos que generaron la guía de ETAPA y el remanente de la recaudación de la edición 2013-2014 de la guía de CNT.

La participación lograda en el Acuerdo Comercial con la CNT, permitió tener algo más de ingresos sin que sean estos los sustanciales para compensar la caída de ventas versus el mantenimiento de nuestros gastos, que no pueden ser reducidos dada a la naturaleza de nuestro negocio.

Existe, según el Acuerdo firmado, valores que deberán ser re liquidados y que serán parte de los ingresos de este año (2015), cuyo monto asciende, de darse esta reliquidación en esas condiciones, al monto que el cuadro presenta.

VALORES A SER RELIQUIDADOS POR CAMBIO EN LOS PORCENTAJES DE PARTICIPACIÓN

RECAUDACION REAL			PART. ACTUAL		PART. NUEVA		DIFERENCIA
AÑO	MES	VALOR	%	PART EDINA		PART EDINA	
2014	MAYO	114.892,00	71,34	81.963,95	82,00	94.211,44	12.247,49
2014	JUNIO	143.322,86	71,34	102.246,53	82,00	117.524,75	15.278,22
2014	JULIO	157.212,57	71,34	112.155,45	82,00	128.914,31	16.758,86
2014	AGOSTO	229.133,88	71,34	163.464,11	82,00	187.889,78	24.425,67
2014	SEPTIEMBRE	270.100,36	71,34	192.689,60	82,00	221.482,30	28.792,70
2014	OCTUBRE	343.000,53	71,34	244.696,58	82,00	281.260,43	36.563,86
2014	NOVIEMBRE	269.959,38	71,34	192.589,02	82,00	221.366,69	28.777,67
		1.527.621,58		1.089.805,24		1.252.649,70	162.844,46

ADMINISTRATIVO

Se registró nuestro software en el IEPI (Instituto Ecuatoriano) y se inició el proceso de patentes de nuestro portal, nuestras aplicaciones móviles, del sistema administrativo de ventas, para proteger nuestra marca y desarrollos con el fin de que posteriormente se lo pueda comercializar de ser necesario.

Con el fin de lograr una mayor cobertura y circulación de los libros, se contrató la distribución personalizada con la compañía Servientrega, lo que permitió garantizar al anunciante el retorno de su inversión ya que el producto llegó al cliente final.


Ramiro Chiriboga Cordovéz
Presidente Ejecutivo


Ramiro Chiriboga Guevara
Gerente General


Sebastián Baquerizo Freile
Gerente Regional