

INFORME DE LA GERENCIA GENERAL A LOS ACCIONISTAS POR EL AÑO 2012

A LOS SEÑORES ACCIONISTAS:

En el ámbito de contribuir con el derecho constitucional de los ciudadanos de acceder a los servicios de tecnología, información y comunicación (TIC), MEGADADOS ha orientado su operación hacia la prestación de servicios de conectividad para servir a los hogares y a los profesionales, se espera que se clarifiquen las normas legales a través de la expedición de una nueva ley de telecomunicaciones, de tal manera de disponer de seguridad jurídica que permita potenciar la inversión nacional.

El mercado ha reaccionado favorablemente, durante el 2012 el crecimiento del número de clientes fue cercano al 300%, permitiendo consolidar la estrategia de la Compañía para continuar prestando este tipo de servicios y contribuyendo para la disminución de la brecha tecnológica y el mejoramiento de la calidad de vida de los clientes, cabe recalcar que la inversión se prevé recuperar en el largo plazo.

La introducción de la comunicación óptica hasta el hogar, por ser tecnología de punta, tiene un costo de despliegue mayor a la existente en el mercado, sin embargo la prestación de los servicios sobre este tipo de infraestructura se está realizando a precios que compiten con tecnologías de menor jerarquía, esto también ha permitido el posicionamiento del país dentro del contexto global al haber adoptado estas tecnologías que se están masificando en países que lideran la conectividad digital, por la disponibilidad y uso de las TIC's como herramientas para mejorar la productividad.

Con la introducción de esta tecnología en el mercado ecuatoriano y los esfuerzos financieros realizados, como resultado del ejercicio operacional del 2012, se ha conseguido una utilidad a disposición de los accionistas por USD 1'594.579,21, valor que se solicita a la Junta que capitalice.

En el ámbito operativo se consolidó la fuerza comercial para el mercado masivo, así como los técnicos para instalar y configurar los equipos terminales de usuarios, los principales hitos se muestra en el presente informe.

1 MARKETING

A continuación se muestran los resultados obtenidos en el 2012:

La tasa de crecimiento de los proveedores de internet en el 2012, se observa que el operador de mayor crecimiento fue NETLIFE, con un crecimiento de 9.000 servicios a 26.000 servicios, es decir un crecimiento de casi 3 veces. El siguiente gráfico muestra el crecimiento de los diferentes proveedores:



1.1 PERFIL DEL CONSUMIDOR ACTUAL NETLIFE:

Encuesta de recordación de marca NETLIFE 2013.

Perfil del consumidor NETLIFE: En el 2011 el porcentaje de clientes cuyo primer proveedor es NETLIFE fue del 11%, mientras que en el 2012 fue del 17,3%. Esto dice mucho ya que la mayoría de clientes de NETLIFE ya sabe cómo funciona la competencia y, además de haber visto algo diferenciado y atractivo en la oferta de NETLIFE, tiene mayores expectativas de atención y servicio que se deben satisfacer.



1.2 RESULTADOS DE CONSTRUCCIÓN DE MARCA:



NOTA1: Los valores de publicidad consideran sólo los medios tradicionales, en consecuencia, no incluyen costos de producción, ni pauta en medios tales como Televisión pagada, Vallas o Buses y Paradas de Buses.

En términos de construcción de marca, el estudio de recordación de marca realizado entre noviembre y diciembre del 2012 con un 95% de confianza y $\pm 5\%$ de error realizado en Quito y Guayaquil a 439 casos, reveló que NETLIFE en el 2012 tuvo un crecimiento mayor al 100% en recordación espontánea, mientras que en top of mind existió un crecimiento del 27% y en recordación guiada existió un 26% de crecimiento, logrando para el 2012 que 2 de cada 10 personas conozcan la marca NETLIFE y 2 de cada 10 personas tengan a la marca NETLIFE dentro de las primeras posiciones de su recordación espontánea. El posicionamiento de la marca es aspiracional, provocando en el consumidor el deseo de tener algo superior y de estatus. Esto no se contradice para nada con las zonas geográficas y segmentos socioeconómicos, ya que el posicionamiento es psicográfico. De esta forma se alienta a buscar atributos intangibles para la motivación de compra, más que los puramente relacionados con el precio o la velocidad.

1.3 RESULTADOS DE PRODUCTOS:

- **ARPU:** Si bien el precio de los planes no baja, la participación de los mismos si debido a que existe una mayor proporción de venta de planes bajos que de los planes altos. Por este motivo la gestión continua de cada año es que la baja de ARPU sea la menor posible a través de campañas de UPGRADES, Ventas Cruzadas, Promociones en planes altos.
- **Satisfacción:** La satisfacción es un factor que desde el área de Marketing se trata de fortalecer apoyando a las demás áreas en su gestión diaria, para esto se desarrolló un plan de investigación de mercado que brinde luces de puntos de mejora en las diferentes partes del proceso para apoyar su trabajo. Los resultados generales de satisfacción que se obtuvieron en el 2012 finalizaron con un 85% de satisfacción de los clientes, tal como se puede ver en el siguiente gráfico.



2 COMERCIAL

- Ingresos Netlife por 7.2MM
- Ingresos Corporativos por 9 MM
- Se reclutó y capacitó 125 vendedores internos durante el 2012. Al final del año manteníamos 97 activos.
- Se reclutó y capacitó 12 distribuidores durante el periodo
- Se formó un equipo de capacitadores para capacitaciones continuas a tanto vendedores internos como de distribuidores.

3 OPERACIONES

INSTALACIONES

- Incremento de cuadrillas de instalación desde el mes de Marzo de 6 a 25 grupos en Diciembre en la ciudad de Quito. En Guayaquil se capacitó y habilitó 15 cuadrillas externas.
- Instalación de 24.000 clientes

SOPORTE NIVEL 2

- Detección de problemas de fuentes de poder y recogimiento de fibra óptica se soluciona con una nueva versión de fuente y el cambio de tipo de fibra.
- Actualización en sitio de sistema operativo de wifi Trendnet
- Soterramientos: República de El salvador, Av. 6 de Diciembre, NNUU

GEPON

- Instalación de 52 OLTs a nivel nacional
- Administración de 217 OLTs a nivel nacional
- Instalación de 900 puertos PON a nivel nacional, y administración de 2.336 puertos
- Actualización trimestral de sistema operativo de todos los OLTs para optimización de funciones, seguridad, control de ancho de banda
- Pruebas de equipos wifi diferentes marcas.
- Pruebas y habilitación de ONTs giga, actualmente en producción
- Administración de red física y lógica, disponibilidad promedio anual >99.95 %
- Splitteo masivo en nodos y nuevas rutas liberadas en UIO
- Capacitación técnica a personal de: IPCC, Soporte L2, Instalaciones, Ventas

- Incremento de cobertura en Guayaquil, Quito y Manta

4 FINANCIERO

- Implementación de Niif completas y primer cierre de balance expresado en normas internacionales.
- Cumplimiento de flujo de pagos a proveedores y empleados puntualmente.
- Reducción de la deuda con instituciones financieras a 0.
- Capacitación y empoderamiento a la Contadora de costos como Contadora General con excelentes resultados.
- La operación de Megadatos generó el siguiente resultado:

Ingresos: USD 16'215.595,85

Costos y Gastos: USD 14'621.016,64

Resultado a disposición de accionistas: USD 1'594.579,21

FACTURACION Y COBRANZAS

- Implementación de canales de pago por ventanilla : SERVIPAGOS, PTOS PAGO DEL PICHINCHA, BCO DE GUAYAQUIL, WESTERN UNION
- Canales de comunicación virtuales para mejorar la comunicación de clientes
- Creación e implementación de un modelo experto de análisis crediticio con el fin de calificar el hábito de pago de clientes nuevos en Netlife y asignar formas de pago a lo que acceden.
- Control y mejora de calidad de información con la supervisión de administración de contratos.

IP CONTACT CENTER

- El enfoque del Contact center consiste en crear un CENTRO DE RELACIONAMIENTO A LOS CLIENTES que permita dar asesoría estratégica y soluciones efectivas a nivel de Postventa tanto técnicas como administrativas
- Se ha definido dos fronts para la gestión vía remota Call center, presencial, Servicio al cliente.

INFORME DE ACTIVIDAD DE LA CLASIFORTE NETIJE DICIEMBRE									
Llamadas presentadas	Llamadas manejadas	Velocidad media de respuesta	Tiempo de manejo		Llamadas abandonadas	Tiempo de abandono		Tiempo de abandono por día	
			Meda	Máximo		Meda	Máximo	Meda	Máximo
2544	1786	00:35	00:27	1:48:13	8578	00:41	0:25:44	28	87
CUMPLIDO		DESCRIPCIÓN						META	CUMPLIDOS
Velocidad media de respuesta		Segunda del promedio siguiente tiempo en cada total / Llamadas manejadas.						≤ 40 segs	
Tiempo de manejo		El tiempo de manejo es el tiempo de conversación + tiempo en espera (hold) + tiempo de trabajo (post llamada).						≤ 10 min	
Tiempo de abandono		Tiempo promedio que las llamadas permanecen en cola antes de ser abandonadas, y el mayor tiempo que una llamada ha permanecido en cola antes de ser abandonada.							
Tiempo de abandono por día		Muestra el número total de llamadas abandonadas dividido por el número de días del periodo del informe.						≤ 15%	

Finalmente, dejo constancia que se ha dado cumplimiento a las disposiciones de la Junta General de Accionistas y el Directorio de Megadatos S.A.

Dejo constancia que la Empresa ha acatado y cumplido en su totalidad con las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor.

A los señores miembros del Directorio, mi agradecimiento por su confianza depositada en mi persona, a los señores Ejecutivos y a todos y cada uno de los empleados de esta gran empresa, les expreso mi gratitud y agradecimiento, por su colaboración y esfuerzo realizado, para cumplir los objetivos planteados durante el año 2012.

Para cumplir con lo dispuesto por la Ley, en lo que se refiere al destino de los beneficios sociales, me permito poner a consideración de la Junta General, que de la Utilidad a disposición de la Junta, se proceda a capitalizar para precautelar los intereses de la Empresa.



Ing. Francisco Balarezo

GERENTE GENERAL