

Edoardos Martin, S.A.B. de C.V.

Programa para subsanar incumplimiento respecto al número de inversionistas

Fecha inicio: 13/09/2011

Fecha final: 13/09/2012

Como lo mencionamos en el programa anterior, los factores económicos y financieros reconocidos mundialmente que afectan la industria de la confección y textil en general, el enfrentar a la competencia tanto de nuevos productos finos de confección como a los productos chinos de bajo costo y, más aún, de aquí en adelante acumular los efectos que habrá en esta industria por la eliminación de cuotas compensatorias a productos chinos, así como del contrabando de productos, son los factores que lesionan gravemente los resultados financieros de esta industria.

Considerando todos esos factores que inciden directamente en Edoardos Martin, esta emisora está llevando a cabo desde hace dos años, las siguientes acciones encaminadas a poder corregir su situación financiera, considerando también que nuestras operaciones industriales y comerciales se distinguen en la rama de la confección (División Edoardos) y en la rama textil de telas de terciopelo (División JB Martin):

1. División Edoardos

Estrategia centrada en la marca y el producto con fiabilidad de negocio en el corto plazo y construcción de ventajas competitivas:

- Persistir con estrategia de marca y producto
 - Acelerar mejora del producto en diseño y calidad
 - Alcanzar rentabilidad y equilibrio en todos los circuitos de distribución
 - Reforzar reconstrucción de marca

- Asegurar viabilidad estratégica
 - Continuar plan agresivo de reducción de gastos de ventas
 - Reducción de capital de trabajo principalmente inventario producto terminado
 - Explotar nuevas fuentes de ingresos (uniformes, alianzas)

- Construir ventajas competitivas
 - Ciclo desarrollo – producción – distribución predecible, eficiente y rápido
 - Único conocimiento del consumidor, adaptación al mercado y desarrollo creativo
 - Especialistas en micro-merchandising
 - Diversificación a nuevos clientes y mercados.

- Ajustes para reforzar estrategia:
 - Boutiques: cambio de modelo retail con prioridad a generación de tráfico
 - Mayoreos: creación de nuevas herramientas y mayor flexibilidad comercial
 - Desarrollo de producto: involucrar a consumidoras en diseño de modas

De acuerdo con nuestra estrategia de diversificación para rentabilizar nuestra cadena de tiendas, en el tercer trimestre de 2011 iniciamos una prueba piloto en el sector belleza con dos puntos de venta.

De lo anterior, se ha implementado la siguiente estrategia defensiva frente a la volatilidad financiera que existe en el país:

Estrategia Financiera

- Trabajar costos y flujos con 13.00 pesos por dólar
- Mantener cobertura completa de flujo de divisas por exportaciones de JB Martin contra cuentas por pagar en divisas extranjeras
- Minimizar transacciones en pesos ligadas a tipo de cambio a dólar
- Mantener estrategia conservadora sin deuda a largo plazo y deuda en pesos de corto plazo

Estrategia de Sourcing

- Reforzar cadena productiva nacional
- Limitar importación de producto terminado y materia prima a artículos altamente competitivos

Estrategia Comercial

- Desarrollar mercados de exportación en donde el tipo de cambio sea favorable.

2. División JB Martin

Se debe partir de la premisa que la mayoría de las ventas se hacen a la exportación, y a pesar de una mejora en la posición competitiva de la empresa, generada por los movimientos de las monedas, vivimos un ciclo de consumo muy débil y con condiciones financieras demasiado apretadas. El consumo del mercado americano se ha visto muy afectado por la crisis, sobre todo en el ramo inmobiliario. Por otro lado, el mercado nacional sufrió una contracción de liquidez, lo que no permitió reemplazar las importaciones.

Para defender nuestro margen de operación ha sido preciso tomar las siguientes medidas que ya hemos implementado:

1. Establecer una estructura de análisis de costo y de incentivo a su disminución, así como de ajuste en el precio, compensando lo que no se puede reducir.
2. Mantener el volumen de operación para incrementar eficiencia de operación penetrando en mercados nuevos como el europeo y medio oriente.
3. Desarrollo de productos nuevos que conllevan una posibilidad de repercutir un mejor margen en el precio, notablemente incrementando los productos con mayor grado de transformación y servicio.
4. Desarrollar un programa de simplificación administrativa y de reducción de gastos administrativos.

Con base en lo anteriormente expuesto esperamos que nuestras estrategias, aunadas a los factores externos imprevisibles que nos afectan, esta emisora recupere el valor de sus acciones del capital social en el mercado bursátil, lo que de vez en cuando se reflejará en nuestros reportes trimestrales.