
PROGRAMA TENDIENTE A SUBSANAR INCUMPLIMIENTOS DE MANTENIMIENTO A LA INSCRIPCIÓN

EMISORA: EDOARDO

SERIE: B

RAZÓN SOCIAL: EDOARDOS MARTIN, S.A.B. DE C.V.

PERIODO DEL: 27/10/2008

AL: 27/10/2009

ASUNTO: programa tendiente a subsanar incumplimiento

1. ACCIONISTAS

PRIMERAMENTE, ESA BOLSA DEBE DE RECONOCER LA NATURALEZA DE LA ACTIVIDAD INDUSTRIAL Y COMERCIAL QUE ESTA EMISORA LLEVA A CABO, ASÍ COMO LOS FACTORES ECONÓMICOS Y FINANCIEROS RECONOCIDOS MUNDIALMENTE QUE AFECTAN LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN Y TEXTIL EN GENERAL, PUES SE DEBE 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 OBSERVAR LOS EFECTOS QUE HABRÁ EN ESTA INDUSTRIA POR LA ELIMINACIÓN DE CUOTAS COMPENSATORIAS A PRODUCTOS CHINOS Y QUE SE PUBLICÓ RECIENTEMENTE EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN, ADEMÁS DEL CONTRABANDO DE PRODUCTOS, ASÍ COMO LAS DIFERENTES VARIACIONES DEL VALOR DEL PESO MEXICANO QUE HAN AFECTADO NUESTRAS EXPORTACIONES, O SEA FACTORES QUE LESIONAN GRAVEMENTE LOS RESULTADOS FINANCIEROS DE ESTA INDUSTRIA.

CONSIDERANDO TODOS ESOS FACTORES QUE INCIDEN DIRECTAMENTE EN EDOARDOS MARTIN, ESTA EMISORA YA ESTÁ LLEVANDO A CABO 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
ACCELERAR 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
UNICO CONOCIMIENTO DEL CONSUMIDOR, ADAPTACIÓN AL MERCADO Y DESARROLLO CREATIVO
ESPECIALISTAS EN MICRO-MERCHANDISING

- 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 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 12.50 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.

PROGRAMA TENDIENTE A SUBSANAR INCUMPLIMIENTOS DE MANTENIMIENTO A LA INSCRIPCIÓN

2. DIVISIÓN JB MARTIN

SE DEBE PARTIR DE LA PREMISA QUE LA MAYORÍA DE LAS VENTAS SE HACEN A LA EXPORTACIÓN Y QUE SUFRIMOS DE UNA PÉRDIDA DE COMPETITIVIDAD DE MÉXICO FRENTE A LOS PRODUCTORES MUNDIALES DE TERCIOPELO.

LOS FACTORES EXTERNOS SON LA REVALUACIÓN DE LA MONEDA MEXICANA FRENTE A LAS MONEDAS EN LAS CUALES ESTAMOS EXPORTANDO.

LOS FACTORES INTERNOS SON LOS PRECIOS DE LA ENERGÍA ELÉCTRICA NACIONAL Y DE LOS COMBUSTIBLES USADOS EN LA MANUFACTURA DE NUESTROS PRODUCTOS.

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 REPERCUSIÓN EN EL PRECIO, LO QUE NO SE PUEDE SUPERAR.
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.

2. PORCENTAJE DE ACCIONES DISTRIBUIDAS ENTRE EL PUBLICO INVERSIONISTA

28/10/2008

Secretario del Consejo de Administración