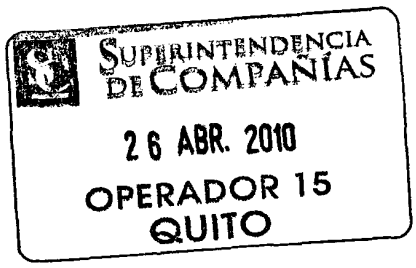
INFORME QUE EL GERENTE GENERAL DE EMPRESAS PINTO S.A. PRESENTA A SUS ACCIONISTAS Y QUE CORRESPONDE AL EJERCICIO ECONOMICO DEL ANO 2009.



Señores Accionistas:

Tal como lo disponen los estatutos de la Compañia y normas legales vigentes en mi calidad de Gerente General de Empresas Pinto S.A., me permito presentar a consideración de ustedes, señores Accionistas, el informe correspondiente al ejercicio económico del año 2009.

Con el propósito de realizar un análisis amplio de la Empresa, he agrupado el informe en varios temas: Producción Fábrica - Talleres de Confecciones, Compras e Importaciones, Ventas , Exportaciones e Internacionalización de la Empresa.

MAURICIO PINTO MANCHENO
GERENTE GENERAL

1.- PRODUCCION

1.1.-HILATURA

Los resultados para esta sección durante el año 2009 registraron un decrecimiento del 12,38% en relación al año 2008. El proceso de hilado utilizó 551 toneladas de algodón norteamericano, con las que se produjeron 399 toneladas de hilo. El porcentaje de desperdicio de fibra llegó al 27.47%.

Se determina una eficiencia de producción en la sección de hilatura en un 86,62% para el 2009.

De manera similar al ejercicio anterior y por la variedad en la demanda de distintos títulos (grosor) de hilos producidos, esta sección fue requerida en el total de su capacidad en este período. Por el crecimiento sostenido que ha mantenido la Empresa en los últimos años, se vio en la obligación de adquirir hilados de terceros productores. El principal origen de estos hilados fue peruano.

Para el consumo de hilados crudos, grafito, melange y elastoméricos, Invista y Atlantic en Perú fueron las empresas encargadas de proveer dichos materiales. El total de consumo en este período fue de 140 toneladas (se incluye material de terceros para producir medias).

La producción de hilo clasificada por títulos en el año 2009 fue de la siguiente manera:

TITULOS	%	Toneladas
28/1	89,90%	359,54
24/1	5,54%	22,15
16/1	2,11%	8,44
20/1	1,21%	4,84
32/1	0,87%	3,49
40/1	0,37%	1,48
	100%	**399,94**

Durante el 2009 el flujo de caja para adquisición de repuestos se mantuvo en niveles normales.

1.1.2-TEJEDURIA

Esta sección presenta en resultados para el 2009 similitud en relación al anterior. Durante el ejercicio se tejieron 432 toneladas de tela cruda con un desperdicio del 1.27%.

La creciente demanda en prendas con mayor valor agregado y menor consumo de tela mantiene los niveles de producción de esta sección por debajo de su capacidad instalada, es decir al 45,02%. Es importante puntualizar que para lograr abastecer con agilidad las exigencias de un mercado en constante cambio en función de tipo de tela, esta sección requiere mantener los equipos necesarios para responder a los requerimientos mencionados. Con este objetivo la empresa mantiene un número de máquinas con un nivel de reserva importante en relación a la capacidad de producción de hilados.

La producción de tejido rectilíneo para la elaboración de cuellos y puños fue normal.

La sección consumió repuestos y agujas en proporciones normales.

1.1.2.1 MEDIAS

La producción de medias asciende a 738.352 unidades durante este año con un decrecimiento del 13,66% en relación al 2008. El porcentaje de medias de segunda fue del 3,59%.

1.1.3- TINTORERIA

Durante este período se pudo percibir un decrecimiento de producción en relación al año pasado de un 12,62% habiendo tinturado 402 toneladas de tela.

Ya que la capacidad de producción de tintorería es similar a la de tejeduría, 1.020 toneladas año, podemos decir que esta sección

trabajó a un 41,91% de su capacidad máquina instalada. El desperdicio de la sección fue del 0,59% y la variación de peso (merma) por el proceso Santex fue del 5,46%.

La tela calificada de segunda representa el 1.80% similar cifra que en el año 2008 y decreció en relación al 2007 en un 9,35%, esto en vista de que se adicionó a la tela de segunda del año 2008, telas que salieron en el 2009 pero que corresponde a la producción del año anterior.

Se han establecido nuevos procesos que nos permitan seguir reduciendo estos índices en el futuro inmediato.

Sin descuidar el mantenimiento periódico, en relación a inversión en repuestos esta sección se enmarcó dentro de los parámetros normales.

La utilización del laboratorio de foto colorimetría continua facilitando la tarea de optimizar costos en las recetas de tintura así como también el mantener un alto grado de fiabilidad en cuanto a reproducibilidad de matices entre baños de tintura se refiere.

1.1.4- DATOS GENERALES

Como un dato general en nuestra planta cabe recalcar que gracias a los constante inversión en mantenimientos preventivos y correctivos realizados tanto a nuestra maquinaria así como a nuestros equipos de generación de aire, de vapor, de generación emergente, bombas de agua, cisternas, montacargas, edificios y especialmente a la política de continua renovación de equipos, nuestra planta operó sin mayores inconvenientes

La fábrica trabajó durante el período con un promedio de 220 personas entre personal de planta y administrativo manteniendo la modalidad de 4 grupos de trabajo que abarcan las 24 horas del día de lunes a domingo. En el 2008 el promedio fue de 221.

Con la apertura de Empresas Pinto Perú la que inició operaciones en Julio de 2.008, nuestra empresa proveyó de tejidos jersey para exportación a Lima.

A fin de año ocurre un incendio en las instalaciones de la antigua fábrica San Miguel sin mayores consecuencias.

2.- CONFECCION

Durante el 2009 la producción en talleres se adapto más a los cambios y necesidades de ventas en el tema producción de prendas moda tanto en los talleres propios como en los talleres satélites (externos). Para esto se trabajó en capacitar al personal tanto propio como al de talleres externos logrando asi introducir la producción de prendas moda en estos talleres.
Taller Quito se especializó en la producción de camisetas polo básicas de hombre, mujer y niños.
Taller Otavalo se enfoco en producir prendas de moda (colecciones nuevas) y solamente dos módulos de confección se destinaron a la producción de prendas para Exportación
Talleres satélites, se trabajó con 10 talleres externos fijos con producción de prendas nuevas y básicos.

El área de corte se mantuvo en taller Quito para el abastecimiento de cortes a taller Quito, Otavalo y talleres satélites.

Durante el 2009 se produjeron 261 modelos nuevos Colección Pinto tradicional y 306 modelos nuevos Colección Pinto PK total 567 modelos nuevos para producción.

Taller Otavalo produjo 968.013 prendas lo que representa un decrecimiento del 33.81 % en relación al 2008, 494.398 prendas menos. Esto se debe principalmente a una disminución de producción de prendas de exportación y un aumento de producción de prendas moda con mayor valor agregado lo cual ha aumentado el tiempo estándar promedio de producción por prenda.
Se confeccionaron 149.580 prendas para exportación lo que representa un 77.46% menos que en el 2008.
En lo que a MOD se refiere disminuyeron 15 personas comparando con el 2008, tuvimos en promedio 165 personas lo cual nos da una producción promedio por persona de 5.869 prendas año/hombre. El taller trabajó con una eficiencia promedio de 65%

Taller Quito produjo 115.106 prendas, que en relación al 2008 fueron 87.000 prendas menos que representa el 43.05% menos . El taller trabajó con una eficiencia promedio de 76%.

Este decrecimiento en la producción se debió a que en MOD se redujeron 27 personas que salieron por diferentes motivos personales. En promedio tuvimos 57 personas en MOD lo que nos da una producción de 2.022 prendas año / hombre. Esta diferencia de producción-hombre entre taller Quito y taller Otavalo se debe al tiempo estándar promedio de cada prenda.

Se produjeron en total 1´083.119 prendas, incluyendo nacional y exportación. Esto representa un decrecimiento de 35% en relación al 2008 y con una disminución de 43 personas en MOD en promedio durante el año, lo cual nos da una reducción de la producción-hombre de -22.3% en relación al 2008.

En total tuvimos 222 personas MOD entre los dos talleres.

Producción mensual talleres

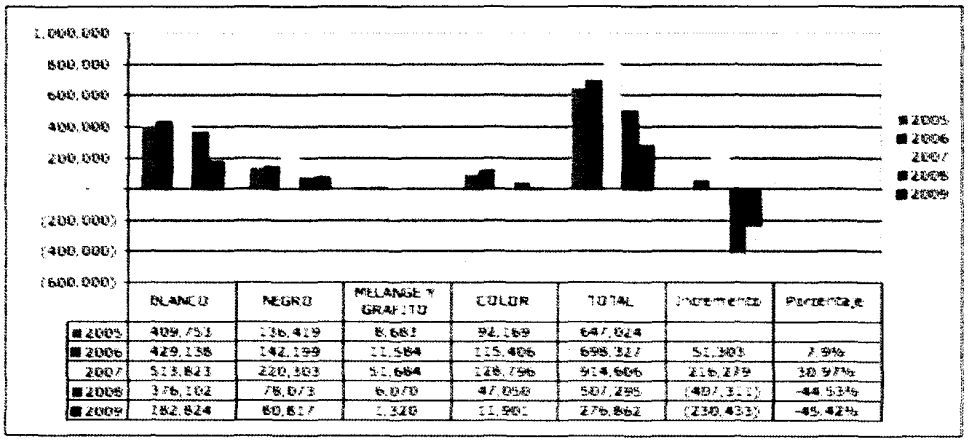
TALLER OTAVALO	Prendas confeccionadas 2008	Prendas confeccionadas 2009
ENERO	122,897	105,907
FEBRERO	151,775	103,462
MARZO	140,064	85,263
ABRIL	130,244	81,931
MAYO	115,938	71,573
JUNIO	124,084	88,009
JULIO	130,638	84,042
AGOSTO	131,205	90,813
SEPTIEMBRE	114,151	81,459
OCTUBRE	119,072	66,984
NOVIEMBRE	84,305	46,958
DICIEMBRE	98,038	61,612
TOTAL	**1,462,411**	**968,013**

TALLER QUITO	Prendas confeccionadas 2008	Prendas confeccionadas 2009
ENERO	38,671	6,966
FEBRERO	42,217	7,873
MARZO	34,995	10,639
ABRIL	21,176	8,494
MAYO	8,377	7,530
JUNIO	9,593	7,875
JULIO	7,394	12,771
AGOSTO	4,306	8,398
SEPTIEMBRE	8,972	11,362
OCTUBRE	9,946	10,926
NOVIEMBRE	8,403	11,754
DICIEMBRE	8,058	10,518
TOTAL	**202,108**	**115,106**

En cuanto a exportación cliente RAGMAN, se destinaron solamente 2 módulos de confección. Durante el 2009 se produjeron 165.580 prendas para Ragman esto representa el 75% menos en relación al 2008

Se enviaron 5 exportaciones marítimas y 5 aéreas, total 276.862 pcs. De las cuales el 66% corresponde a blanco, 29.2% a negro, 0.5% a melange/grafito y 4.3% a varios colores.

AÑO	BLANCO	NEGRO	MELANGE Y GRAFITO	COLOR	TOTAL	Incremento	Porcentaje
2005	409,753	136,419	8,683	92,169	647,024		
2006	429,138	142,199	11,584	115,406	698,327	51,303	7.9%
2007	513,823	220,303	51,684	128,796	914,606	216,279	30.97%
2008	376,102	78,073	6,070	47,050	507,295	(407,311)	-44.53%
2009	182,824	60,817	1,320	11,901	276,862	(230,433)	-45.42%



2.1 - TALLERES SATÉLITES

Durante el 2009 el trabajo con satélites se especializó en prendas de moda y en básicos. Llegamos a trabajar con 11 talleres satélites incluyendo el taller de Camisas con el que ya trabajábamos anteriormente y el mismo que realiza todo el proceso desde el tendido, corte, confección y empaque de camisas. La producción total del 2009 fue de 297.280 prendas que ingresaron a bodega como producción de maquila Nacional.

MES	
ENERO	12.417
FEBRERO	32.149
MARZO	27.397
ABRIL	31.466
MAYO	30.777
JUNIO	17.174
JULIO	31.690
AGOSTO	18.552
SEPTIEMBRE	26.833
OCTUBRE	25.526
NOVIEMBRE	19.305
DICIEMBRE	23.994
	297.280

2.2 - TALLER LIMA

Coordinación de producción en taller Lima.
Durante el 2009 taller Lima fabrico prendas para exportación Ragman y prendas de moda. Se confeccionaron 69.444 prendas moda y 387.450 prendas RAGMAN total 456.894 prendas.

Para las prendas de exportación Ragman se envió la tela desde Ecuador total 99.484 kg

AÑO 2009

							TOTAL EXP.	TOTAL NAC.	TOTAL CONFECCIÓN MES
	Exportación	Nacional	Exportación	Nacional	Exportación	Nacional			
ENERO	0	4.531	0	5.582	0	5.727	0	15.840	15.840
FEBRERO	2.649	706	2.304	749	2.735	0	7.687	1.454	9.141
MARZO	19.411	0	21.722	0	15.370	0	56.503	0	56.503
ABRIL	18.292	0	19.435	0	16.397	0	53.922	0	53.922
MAYO	23.961	0	18.844	0	17.691	0	57.496	0	57.496
JUNIO	23.961	0	18.882	0	22.191	0	62.034	0	62.034
JULIO	19.775	0	16.884	0	20.566	0	57.225	0	57.225
AGOSTO	12.746	0	11.356	0	11.814	0	36.316	0	36.316
SETIEMBRE	4.471	5.187	4.453	6.941	4.268	3.296	13.192	15.424	28.622
OCTUBRE	0	3.891	0	6.935	4.371	153	4.371	11.026	15.397
NOVIEMBRE	0	7.337	0	7.363	11.566	3.082	11.566	17.470	29.045
DICIEMBRE	5.453	2.556	5.357	2.733	16.322	2.952	29.742	8.221	35.963
							387.450	69.444	456.894
					PRODUCCION TOTAL		456.894		

2.3 - AREA CORTE

Durante el 2009 la planta de corte Quito trabajo para abastecer a todos nuestros talleres.
Cortes para taller Quito, el consumo total de tela fue de 33.147,49Kg., con un desperdicio de 10.797,52 kg. lo que corresponde a un 32.6%. La producción total en corte para taller Quito fue de 115.027 prendas.

MES	PRODUCCION CORTE PARA TALLER	CONSUMO TELA PARA TALLER	DESPERDICIO	Porcentaje de desperdicio %	PESO PROMEDIO
ENERO	7,055.0	1,704.54	534.35	31.3%	0.24
FEBRERO	7,596.0	2,427.20	743.32	30.6%	0.32
MARZO	10,866.0	2,680.45	838.34	31.3%	0.25
ABRIL	8,582.0	2,786.99	854.38	30.7%	0.32
MAYO	4,096.0	834.30	256.64	31.0%	0.20
JUNIO	9,547.0	2,345.15	774.73	33.0%	0.25
JULIO	14,086.0	4,469.64	1,553.49	34.8%	0.32
AGOSTO	7,554.0	2,604.97	918.27	35.3%	0.34
SEPTIEMBRE	11,678.0	3,667.12	1,319.08	36.0%	0.31
OCTUBRE	13,091.0	3,294.16	958.77	29.1%	0.25
NOVIEMBRE	14,044.0	4,195.81	1,335.30	31.8%	0.30
DICIEMBRE	6,832.0	2,137.16	706.85	33.2%	0.31
	115,027.0	**33,147.49**	**10,797.52**	**32.6%**	**0.288**

Cortes para taller Otavalo, el consumo llegó a 168.436 Kg., con un desperdicio de 46.746 Kg. que corresponde a un 27.75%. La producción en corte fue de 138.929 prendas de exportación y 835.340 prendas de nacional total 974.269 prendas.

MES	[redacted]					
ENERO	27,041.4	7,205.2	**26.64%**	72,806	50,511	123,317
FEBRERO	16,430.5	4,516.0	**27.49%**	13,498	67,737	81,235
MARZO	15,644.2	4,290.0	**27.42%**	0	88,715	88,715
ABRIL	14,680.9	3,953.2	**26.93%**	500	80,015	80,515
MAYO	11,576.7	3,358.5	**29.01%**	0	76,484	76,484
JUNIO	11,395.3	3,464.0	**30.40%**	0	86,195	86,195
JULIO	13,786.7	3,999.1	**29.01%**	10,178	81,972	92,150
AGOSTO	13,537.4	3,837.1	**28.34%**	13,700	84,472	98,172
SEPTIEMBRE	13,906.5	4,052.9	**29.14%**	3,362	77,754	81,116
OCTUBRE	9,246.7	2,683.6	**29.02%**	2	55,274	55,276
NOVIEMBRE	10,296.8	2,538.4	**24.65%**	677	50,039	50,716
DICIEMBRE	10,892.6	2,848.1	**26.15%**	24,206	36,172	60,378
	168,436	46,746	**27.75%**	138,929	835,340	974,269
				14.26%	85.74%	

Para talleres satélites (maquina nacional) se cortaron 315.982 prendas con un consumo de tela de 73.299,38 Kg. y 23.917,38 Kg. de desperdicio que representa el 32.6%.

MES	[redacted]				
ENERO	18,309	3,503.12	1,238.36	35.4%	0.262
FEBRERO	31,910	7,449.10	2,629.04	35.3%	0.232
MARZO	25,852	5,836.57	1,960.03	33.6%	0.213
ABRIL	31,817	7,829.17	2,479.67	31.7%	0.246
MAYO	27,337	6,591.22	2,411.99	36.6%	0.241
JUNIO	20,270	3,974.65	1,295.60	32.6%	0.196
JULIO	25,306	5,601.86	1,955.74	34.9%	0.221
AGOSTO	20,065	4,003.02	1,437.60	35.9%	0.199
SEPTIEMBRE	38,409	8,388.86	2,897.85	34.5%	0.218
OCTUBRE	25,992	5,415.73	1,783.33	32.9%	0.208
NOVIEMBRE	31,004	9,604.01	2,300.50	24.0%	0.310
DICIEMBRE	19,691	5,102.07	1,527.67	29.9%	0.259
	315,982	**73,299.38**	**23,917.38**	**32.6%**	**0.232**

En total la producción de corte fue de 1´405.278 prendas durante el 2009.

TRAZOS (Gerber)

De esta producción de corte el 90% corresponde a cortes que se han realizado con trazos ploteados, el 10% restante corresponde a cortes de telas planas cuadros para lo cual siempre se va a utilizar el trazo manual logrando de esta manera un mejor empalme de los diseños.

2.4 - CONTROL DE CALIDAD

Durante el 2009 se trabajo para reducir los porcentajes de no calidad en calidad volante e inspección final.

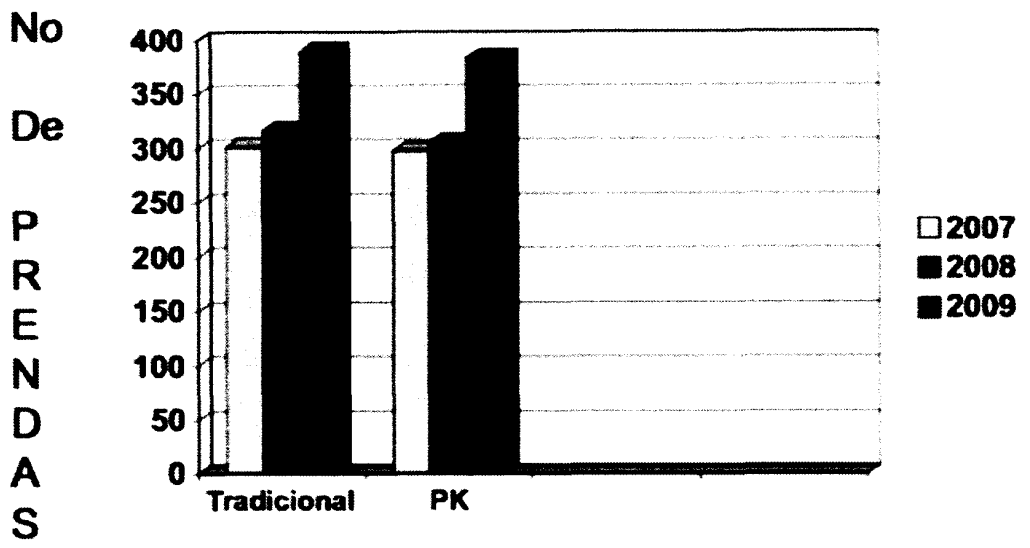
El porcentaje de no calidad en calidad volante fue de 4.90%. En inspección final el porcentaje de no calidad fue de 3% que esta muy cerca del 2% que es el máximo permisible de acuerdo a nuestros estándares.

3. - DISEÑO

En lo que se refiere a innovación el departamento de diseño ha tenido un crecimiento importante en el 2009 con respecto al 2008, en prendas nuevas hechas en fábrica como maquiladas.

3.1 - COLECCIONES LANZADAS A ALMACENES. (prendas desarrolladas en fábrica y maquiladas)

En el 2009 se desarrollaron para Pinto tradicional 12 colecciones para un total de 389 modelos nuevos entre todas las familias.
Para Pinto Kids se desarrollaron 12 colecciones para un total de 384 modelos nuevos, entre todas las familias.



3.2 - DESARROLLO DE PRENDAS PARA EXPORTACIÓN (RAGMAN)

En el 2009 no se desarrollaron modelos nuevos para el cliente.

3.3 - DESARROLLO DE MUESTRAS:

En el 2009 se desarrollaron alrededor de 1830 muestras entre propuestas de colecciones, prendas para fotos y prendas rechazadas.

3.4 - DESARROLLO DE PATRONES:

Se desarrolló alrededor de 3850 patrones entre propuesta de nuevos modelos, escalados de tallas y modelos rechazados.

3.5 - COLORES NUEVOS:

Con respecto a los colores se desarrollaron 2 gamas para primavera verano y otoño invierno 2009 con un total de 54 colores del pantone Textil.

4. - SISTEMAS

Se ha instalado Voz/IP con las oficinas de Lima y el local en Colombia lo cual produjo una reducción de costo de llamadas con la oficina.
Se han subido el estándar de todas las computadoras de oficina y locales lo cual ha permitido el mantener su desempeño en especial en las fechas especiales de mayor saturación de información.
Desde el mes de marzo se ha trabajando con el proveedor del ERP, Grupo Mas, para la optimización del programa contable Great Plains / Microsoft Dynamics, pasándolo a SQL 2005 en 64 bits lo cual se continuará en el 2010.

Se realizó la capacitación en Java a todo el departamento de sistemas mediante la contratación de la empresa Synergy Team.

En el punto de venta se han incrementado los requerimientos presentados por el SRI en el tiempo establecido por ellos mismos, se ha realizado cambios para agilizar los procesos y la eliminación de información posterior a 5 años los cuales indica la ley. Esto ha permitido que el proceso de facturación sea más fluida en los locales.

En términos generales el departamento continuó con las capacitaciones en todo a cuanto los sistemas se refiere a todo el personal brindado además apoyo en todos los asuntos relacionados a software y hardware.

El departamento no realizó inversiones de consideración en este período.

2.- BODEGA PRODUCTO TERMINADO / MAQUILA

2.1.- BODEGA

En febrero del 2009 se abrió un almacén en el Aeropuerto José Joaquín de Olmedo en la ciudad de Guayaquil.

En el mes de octubre la administración de la franquicia Recreo pasó a ser controlada directamente por Pinto, incluyendo toda la mercadería de la línea de Kids.

El año 2009 se caracterizó por la decisión adoptada de impulsar las ventas de la Empresa en el exterior. Para el efecto se despacharon exportaciones para el almacén Pinto Pasto a mediados de octubre; y para 2 locales Pinto en Lima a mediados y fines de noviembre.

Asimismo en este año además de las liquidaciones mensuales regulares en todos los almacenes planificadas por el área de Ventas, se realizó a fines del mes de octubre la promoción "Descuentos locos", con una mecánica similar a la de una megaliquidación.

Durante el 2009, exceptuando diciembre, y tomando en cuenta 24 almacenes tradicionales, 16 almacenes de niños y 4 Puntos Pinto, se atendieron en promedio 108 pedidos semanales, con un incremento del 4% en la frecuencia de despachos con relación al 2008.

2.1.1.- Personal.- El área mantiene 29 personas directamente a cargo.

2.1.2.- Cifras.- A continuación se detalla un análisis comparativo en unidades de las cifras generales de inventario con el período anterior y las principales cifras en relación a ingresos y egresos de prendas durante el 2009.

INVENTARIO TRADICIONAL UNIDADES			
DESCRIPCION	12/31/08	12/31/09	PORCENTAJE
T SHIRTS	30.880	25.145	-19%
CAMISETAS CON CUELLO	22.630	11.896	-47%
CAMISAS	12.450	1.905	-85%
CAMISETA SIN MANGA	6.223	6.842	10%
PANTYS/BOXER	17.448	19.678	13%
TOPS INTERIORES	4.050	781	-81%
TOPS EXTERIORES	18.821	8.526	-55%
PIJAMAS PARA MUJER	662	315	-52%
BLUSAS	9.403	3.750	-60%
VESTIDOS	1.445	917	-37%
CALZONCILLOS	13.089	12.767	-2%
PIJAMAS PARA HOMBRE	276	322	17%
SPORTS	25.050	8.264	-67%
BERMUDAS	2.259	2.187	-3%
PRENDAS PARA BEBE	68	0	-100%
PANTALONES	8.742	4.366	-50%
MEDIAS	142.446	106.573	-25%
SWEATER	4.637	1.285	-72%
CHOMPAS Y CHAQUETAS	703	388	-45%
ARTICULOS BAÑO	65	45	-31%
ACCESORIOS	17.345	8.614	-50%
PERFUMES	6.237	4.950	-21%
TOTAL	344.929	229.516	-33%

El inventario en la línea Tradicional en unidades muestra un decrecimiento del 33%. Esto se debe al hecho de que la política se enfocó en mantener un inventario óptimo, buscando el equilibrio más adecuado entre la capacidad productiva y el stock de prendas necesario para sostener las ventas proyectadas.

El stock en unidades de Pinto Kids al cierre del ejercicio económico se refleja en el cuadro a continuación:

INVENTARIO KIDS UNIDADES			
DESCRIPCION	**12/31/08**	**12/31/09**	**PORCENTAJE**
T SHIRTS KIDS	3.917	2.084	-47%
CAMIS.CON CUELLO KIDS	10.563	7.958	-25%
CAMISAS KIDS	356	156	-56%
CAMISETA SIN MANGA KIDS	1	-	-100%
PANTIES NIÑA	4.055	4.940	22%
TOP INTERIORES KIDS	183	2.512	1273%
TOP EXTERIORES KIDS	2.493	1.099	-56%
PIJAMAS NIÑA	968	199	-79%
BLUSAS NIÑA	1.000	263	-74%
VESTIDOS NIÑAS	1.250	233	-81%
CALZONCILLO KIDS	831	5.002	502%
PIJAMAS NIÑOS	1.021	100	-90%
SPORTS KIDS	9.707	4.086	-58%
BERMUDAS KIDS	2.188	582	-73%
PANTALONES KIDS	5.705	4.162	-27%
MEDIAS KIDS	287	295	3%
SWEATER KIDS	888	119	-87%
CHOMPAS KIDS	536	16	-97%
ACCESORIOS KIDS	5.492	1.844	-66%
PERFUMES PK	21	-	-100%
TOTAL	51.462	35.650	-31%

Por la misma razón ya expuesta, el inventario en la línea de Kids presenta un decrecimiento del 31%. En esta línea podemos observar una recuperación en las familias de prendas básicas.

La línea de Black & White continúa en liquidación y de ahí la reducción constante del inventario, que en este período llega a un 55%.

INVENTARIO B&W UNIDADES			
DESCRIPCION	12/31/08	12/31/09	PORCENTAJE
T SHIRT BLACK & WHITE	268	118	-56%
T TOP EXTERIORES BLACK & WHITE	1.008	563	-44%
BLUSAS	241	180	-25%
VESTIDOS B & W	144	83	-42%
PANTALONES B & W	610	99	-84%
SWEATER B&W	29	21	-28%
CHOMPAS B&W	37	29	-22%
ACCESORIOS B&W	81	3	-96%
TOTAL	2.418	1.096	-55%

El inventario comparativo valorado al costo arroja las cifras que se detallan a continuación. Como podemos observar, la línea Tradicional presenta también en este aspecto, por la razón ya expuesta, una reducción del 44%.

INVENTARIO TRADICIONAL DOLARES			
DESCRIPCION	12/31/08	12/31/09	PORCENTAJE
T SHIRTS	133.377,11	124.102,90	-7%
CAMISETAS CON CUELLO	179.310,97	105.844,17	-41%
CAMISAS	168.328,99	26.561,63	-84%
CAMISETA SIN MANGA	17.827,39	24.314,57	36%
PANTYS/BOXER	26.506,45	42.160,18	59%
TOPS INTERIORES	16.875,16	2.667,13	-84%
TOPS EXTERIORES	91.790,07	38.209,76	-58%
PIJAMAS PARA MUJER	6.519,74	3.433,30	-47%
BLUSAS	84.478,94	38.233,83	-55%
VESTIDOS	12.230,45	7.412,91	-39%
CALZONCILLOS	32.675,83	36.534,45	12%
PIJAMAS PARA HOMBRE	2.954,80	3.834,31	30%
SPORTS	203.642,96	60.077,60	-70%
BERMUDAS	13.413,07	18.842,86	40%
PRENDAS PARA BEBE	218,28	0,00	-100%
PANTALONES	116.110,94	57.570,96	-50%
MEDIAS	101.494,75	84.114,85	-17%
SWEATER	73.161,96	19.805,32	-73%
CHOMPAS Y CHAQUETAS	13.760,33	6.949,37	-49%
ARTICULOS BAÑO	242,17	221,35	-9%
ACCESORIOS	24.561,65	29.485,73	20%
PERFUMES	24.083,80	25.925,15	8%
TOTAL	1.343.565,81	756.302,33	-44%

El desglose de las líneas de Pinto Kids y Black & White que se detalla a continuación, presenta un decrecimiento del 27% en el primer caso, y del 62% en el segundo.

INVENTARIO KIDS DOLARES			
DESCRIPCION	12/31/08	12/31/09	PORCENTAJE
T SHIRTS KIDS	22.882,15	13.452,82	-41%
CAMIS.CON CUELLO KIDS	58.054,02	58.741,12	1%
CAMISAS KIDS	3.248,93	1.524,18	-53%
CAMISETA SIN MANGA KIDS	2,24		-100%
PANTIES NIÑA	7.132,65	9.255,60	30%
TOP INTERIORES KIDS	376,77	6.918,48	1736%
TOP EXTERIORES KIDS	9.922,06	4.838,80	-51%
PIJAMAS NIÑA	9.394,52	1.989,46	-79%
BLUSAS NIÑA	8.982,34	2.182,83	-76%
VESTIDOS NIÑAS	7.428,39	2.067,82	-72%
CALZONCILLO KIDS	1.768,08	11.492,18	550%
PIJAMAS NIÑOS	9.922,60	1.151,42	-88%
SPORTS KIDS	76.376,08	42.134,13	-45%
BERMUDAS KIDS	13.564,24	5.599,51	-59%
PANTALONES KIDS	72.213,13	70.560,73	-2%
MEDIAS KIDS	259,07	253,70	-2%
SWEATER KIDS	10.557,78	2.007,65	-81%
CHOMPAS KIDS	6.870,38	275,56	-96%
ACCESORIOS KIDS	5.115,35	2.412,01	-53%
PERFUMES PK	61,41	-	-100%
TOTAL	324.132,19	236.858,00	-27%

INVENTARIO B&W DOLARES			
DESCRIPCION	12/31/08	12/31/09	PORCENTAJE
T SHIRT BLACK & WHITE	2.772,13	1.077,19	-61%
T TOP EXTERIORES BLACK & W	6.853,59	3.857,78	-44%
BLUSAS	2.691,17	1.982,74	-26%
VESTIDOS B & W	2.026,42	951,29	-53%
PANTALONES B & W	11.325,52	1.828,78	-84%
SWEATER B&W	499,05	376,65	-25%
CHOMPAS B&W	797,67	605,11	-24%
ACCESORIOS B&W	927,23	37,25	-96%
TOTAL	27.892,78	10.716,79	-62%

En lo que hace relación a los ingresos y egresos de prendas a y desde Bodega durante el 2009, las cifras son las siguientes:

MOVIMIENTO INVENTARIO TRADICIONAL UNIDADES 2009			
DESCRIPCION	INGRESOS PRODUCCION	EGRESOS	PORCENTAJE
T SHIRTS	565.205	615.210	9%
CAMISETAS CON CUELLO	140.614	181.386	29%
CAMISAS	24.124	42.170	75%
CAMISETA SIN MANGA	62.319	64.818	4%
PANTYS/BOXER	96.200	98.460	2%
TOPS INTERIORES	5.249	9.523	81%
TOPS EXTERIORES	138.725	178.013	28%
PIJAMAS PARA MUJER	9.629	12.594	31%
BLUSAS	18.043	30.700	70%
VESTIDOS	4.988	6.661	34%
CALZONCILLOS	147.397	150.354	2%
PIJAMAS PARA HOMBRE	12.753	13.351	5%
SPORTS	74.067	108.945	47%
BERMUDAS	17.791	22.175	25%
PRENDAS PARA BEBE	-	93	
PANTALONES	24.907	37.556	51%
MEDIAS	343.020	409.464	19%
SWEATER	34.274	50.123	46%
CHOMPAS Y CHAQUETAS	7.115	9.922	39%
ARTICULOS BAÑO	658	765	16%
ACCESORIOS	89.408	99.824	12%
PERFUMES	6.045	8.010	33%
TOTAL	1.822.531	2.150.117	18%

En el total general de la línea Tradicional, los egresos son 18% superiores a los ingresos. Durante este ejercicio se mantuvo la política de, en lo que a producción se refiere, dar prioridad a la producción de prendas básicas de moda de mayor rotación y rentabilidad, frente a las familias de prendas básicas tradicionales.

MOVIMIENTO INVENTARIO KIDS UNIDADES 2009			
DESCRIPCION	INGRESOS PRODUCCION	EGRESOS	PORCENTAJE
T SHIRTS KIDS	39328	56192	43%
CAMIS.CON CUELLO KIDS	29740	42873	44%
CAMISAS KIDS	1385	2514	82%
CAMISETA SIN MANGA KIDS	0	1	
PANTIES NIÑA	19015	18627	-2%
TOP INTERIORES KIDS	8978	6737	-25%
TOP EXTERIORES KIDS	19902	27779	40%
PIJAMAS NIÑA	3664	6541	79%
BLUSAS NIÑA	3557	5491	54%
VESTIDOS NIÑAS	8332	14140	70%
CALZONCILLO KIDS	16803	12804	-24%
PIJAMAS NIÑOS	3246	5660	74%
SPORTS KIDS	40800	58187	43%
BERMUDAS KIDS	9952	16313	64%
PANTALONES KIDS	17509	27325	56%
MEDIAS KIDS	3718	4215	13%
SWEATER KIDS	4836	8462	75%
CHOMPAS KIDS	2164	4041	87%
ACCESORIOS KIDS	18813	23011	22%
PERFUMES PK	0	31	
TOTAL	251.742	340.944	35%

En el total general de la familia Kids, los egresos fueron un 35% superiores a los ingresos.

MOVIMIENTO INVENTARIO B&W UNIDADES 2009			
DESCRIPCION	INGRESOS PRODUCCION	EGRESOS	PORCENTAJE
T SHIRT BLACK & WHITE	203	286	41%
T TOP EXTERIORES BLACK &	459	680	
BLUSAS	84	86	48%
VESTIDOS B & W	68	75	2%
PANTALONES B & W	519	694	10%
SWEATER B&W	14	16	34%
CHOMPAS B&W	11	14	14%
ACCESORIOS B&W	72	88	27%
TOTAL	1.430	1.939	36%

En el caso de Black & White los egresos fueron 36% más altos que los ingresos.

2.2.- MAQUILA

Del total del inventario en unidades, el 4% está conformado por prendas maquiladas en el exterior. Del inventario valorado al costo, este porcentaje es del 13%, y esta compuesto por la familia de pantalones, sweaters, chaquetas, camisas, bermudas, accesorios y perfumes.

Los principales proveedores de prendas maquiladas son: en Colombia Cl Globo, Cl Pietri, Cl Spataro, Cl Jeans, Full Package; en Perú, Cotton Project y Corcelli; y en China South Enterprises. Las importaciones globales al costo de prendas maquiladas ascendieron durante el 2009 a US$ 956.357, que frente al 2008 representaron un decrecimento del 160%.

Las políticas de control y previsión del abastecimiento de las prendas provenientes del exterior son las mismas, lo que nos permite cumplir con la entrega a tiempo de las colecciones a nuestros clientes finales.

3. VENTAS

Las ventas de Empresas Pinto provienen de las siguientes fuentes

1. Ventas directas en Puntos de Venta
2. Ventas al por Mayor
3. Ventas por Exportaciones

Los rubros de cada una de las fuentes se encuentran detalladas en la siguiente tabla

Tipo de venta	USD 2009	USD 2008	% Crecimiento
Al detalle	$20,758,089.63	$21,799,852.86	-4,78%
Exportaciones	$1,949,390.99	$1,479,077.4	31,80%
Al por mayor	$235,951.21	$217,568.8	8,45%
Total	$22,943,431.83	$23,278,930.26	-1,44%

La composición porcentual de las ventas en el 2009 fue la siguiente

3.1 Ventas al detalle

El mayor porcentaje de las ventas totales se realizó en almacenes propios y franquiciados por Pinto. En esta sección se analizará los siguientes temas relacionados

3.1.1. Clasificación de Ventas por Tipo de Punto de Venta
3.1.2. Clasificación de Ventas por Familia
3.1.3. Ventas mensuales
3.1.4 Ventas por Almacén

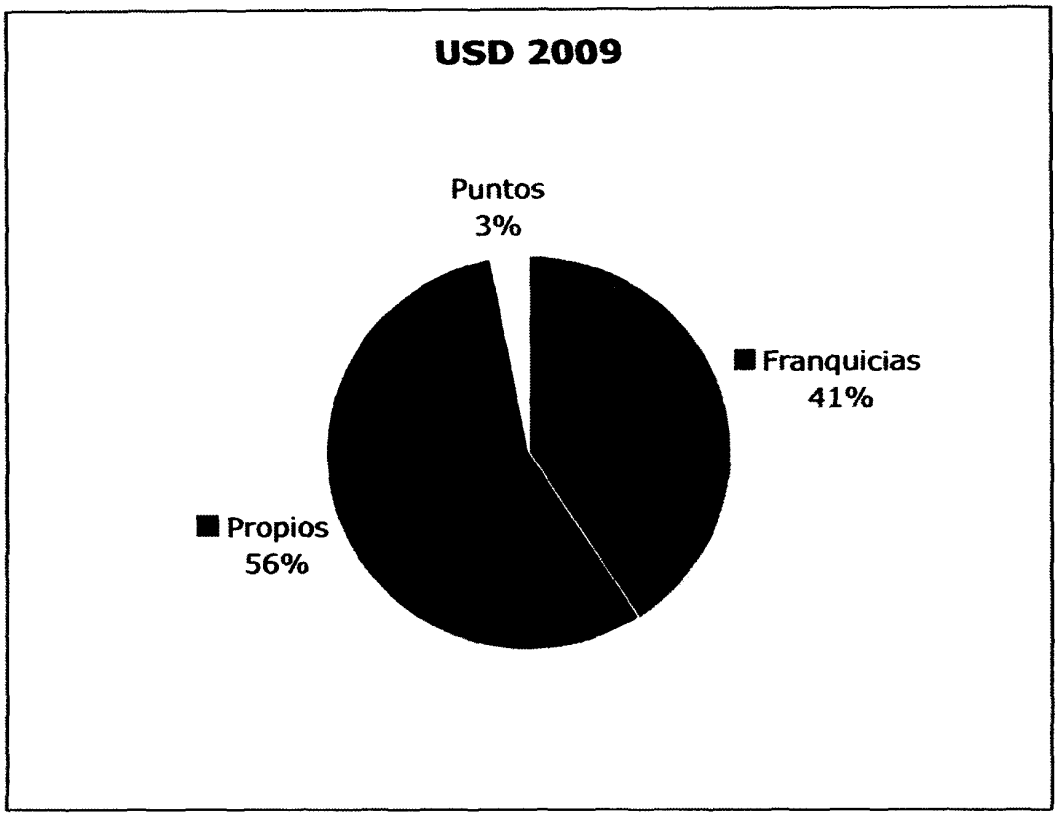
3.1.1. Clasificación de Ventas por Tipo de Punto de Venta

Existen 3 tipos de puntos de ventas al detalle bajo el paraguas de Pinto

1. Almacenes Propios
2. Franquicias
3. Puntos Pinto

En el siguiente cuadro se puede observar la distribución sobre las ventas totales de los tres esquemas de venta al detalle:

Tipo de almacén	USD 2009	% Total
Franquicia	$8,569,334.81	40,7%
Propio	$11,485,294.89	56,3%
Pto. Pinto	$616,717.17	2,9%
TOTAL	**$21,031,346.86**	**100%**



El mayor porcentaje de las ventas corresponden a almacenes Propios. . En el año 2007 las franquicias vendieron el 42,44%, en el 2008 la cifra desciende a 41% y en el 2009 la venta de las franquicias decrece a un 40,7%. Este porcentaje de pérdida puede ser causa del cierre de la franquicias del C.C. El Recreo en octubre del 2009 la cual empezó a ser administrada por Empresas Pinto. La apertura de una franquicia en la ciudad de Ibarra es otro factor a considerar. Los almacenes propios suben del 54,07% al 56% del 2007 al 2008 y se mantienen en al 56% en el 2009. Los factores que pudieron afectar el crecimiento de locales bajo administración propia pueden ser el cierre temporal por remodelación de los locales ubicados en los Centros Comerciales San Marino en la ciudad de Guayaquil y Quicentro en la ciudad de Quito.

En el 2009 también se abrió el nuevo local del aeropuerto en la ciudad de Guayaquil. Los Puntos Pinto decrecen de 3.47% en el 2007 a 3% en el 2008 y se mantienen en el 2009 al 3%.

Tipo de almacén	USD 2009	USD 2008	% Crecimiento
Franquicia	$8,569,334.81	$8,935,370.79	-4%
Propio	$11,485,294.89	$12,316,629.08	-7%
Pto. Pinto	$616,717.17	$547,852.99	13% -
TOTAL	**$21,031,346.86**	**$21,799,852.86**	**-4%**

3.1.2. Clasificación de Ventas por Familia

Pinto tiene tres grandes familias de producto:

Pinto Tradicional

Pinto Tradicional es una línea de ropa casual manufacturada principalmente en algodón para hombres y mujeres de 15-50 años de edad. Existen tres tipos de categorías en hombres y mujeres: casual, sports y blanca. Dentro de la ropa casual entran todas las prendas de uso diario para ocasiones informales con tshirts, camisetas con cuello, pantalones, y tops exteriores en el caso de la línea femenina. En la clasificación sports entran prendas principalmente destinadas al uso deportivo, y en la línea blanca ropa interior y de noche.

Pinto Kids

Pinto Kids es una línea de ropa casual para niños y niñas de 2-14 años que tiene la misma categorías de Pinto Tradicional pero en diseños adecuados para niños. Si bien la línea está diseñada con los mismos parámetros básicos de Pinto Tradicional, las colecciones tienen mucho más diseño y valor agregado.

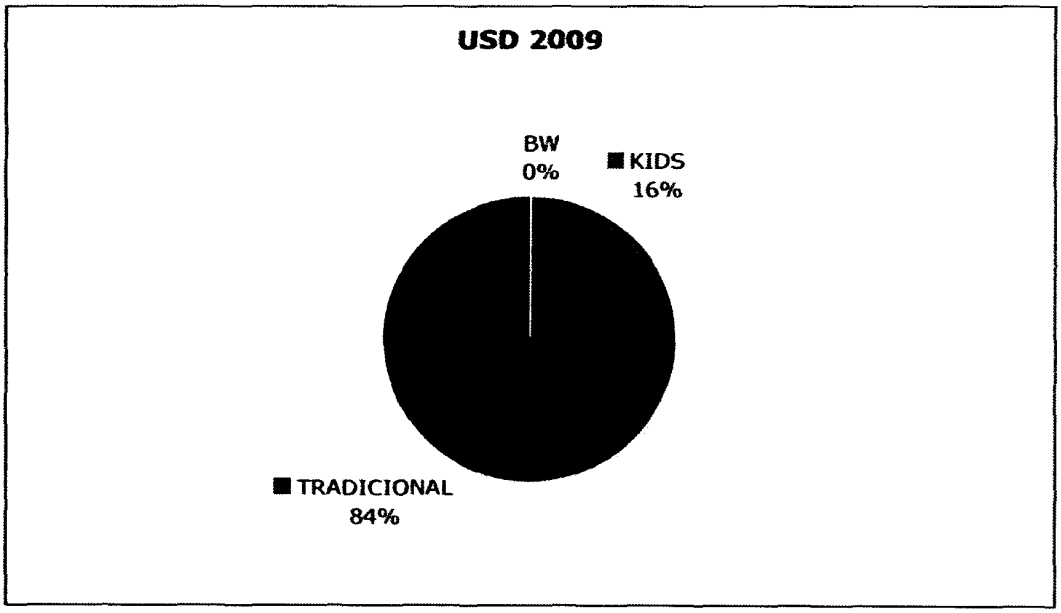
BW

BW es la nueva línea de pinto dirigida a mujeres de 25-35 años que buscan una opción de ropa más formal en Pinto. Los diseños son únicamente en las gamas de los blancos y negros, fabricados con telas e insumos de mayor exclusividad. Las prendas de BW se venden únicamente en 7 Almacenes Pinto: Jardín, Quicentro, Bosque, Valle, Mall del Sol, San Marino y Policentro. Esta familia de producto se dejó de comercializar en Noviembre del 2008.

Todas las familias, presentan decrecimiento durante el 2009, siendo el más notable el de la familia B/W, ya que en el del 2008 se dejo de producir esta línea.

FAMILIA	USD 2009	USD 2008	% Crecimiento
KIDS	$3,304,531.05	$3,361,455.32	-1,7%
TRADICIONAL	$17,706,797.98	$18,090,622.82	-2,1%
BW	$20,017.83	$347,774.71	-94,2%
TOTAL	**$21,031,346.8**	**$21,799,852.8**	**-3,5%**

La participación de ventas de las familias anteriormente mencionadas sobre las ventas del 2008 fueron las siguientes:

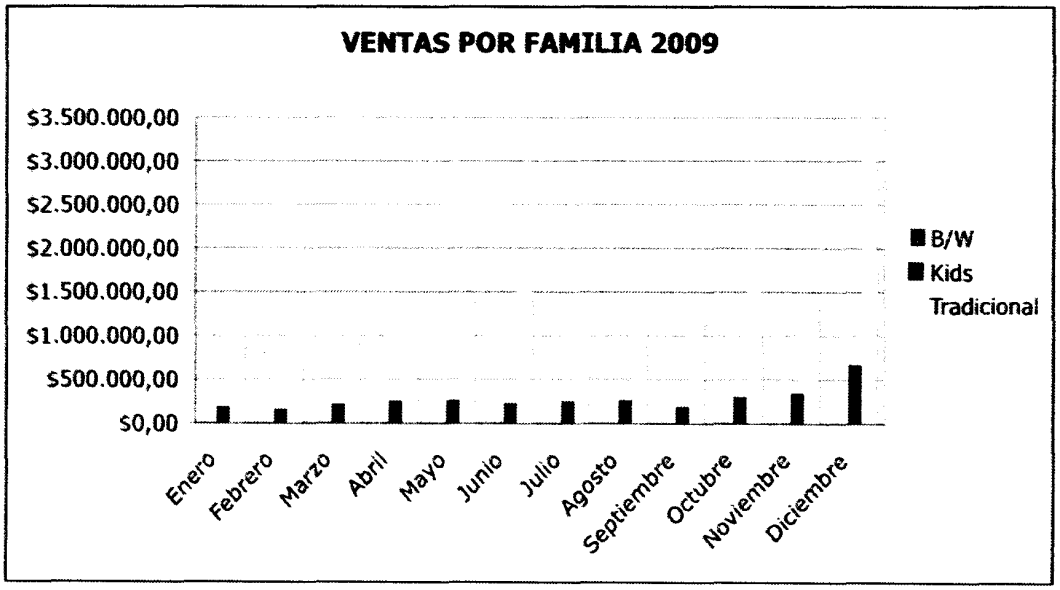


3.1.3 Ventas mensuales

Las ventas mensuales totales se muestran en la siguiente tabla y gráfica

Mes	B/W	Kids	Tradicional	Total
Enero	$1.063,36	$182.710,33	$1.097.937,08	$1.281.710,76
Febrero	$1.007,63	$157.171,77	$995.458,15	$1.153.637,55
Marzo	$156,57	$215.560,95	$1.295.143,20	$1.510.860,71
Abril	$60,27	$249.254,59	$1.410.132,59	$1.659.447,45
Mayo	$22,32	$257.126,28	$1.457.868,63	$1.715.017,23
Junio	$15,18	$225.507,77	$1.519.690,96	$1.745.213,91
Julio	$111,61	$248.014,91	$1.225.110,55	$1.473.237,07
Agosto	$40,18	$262.380,09	$1.473.514,61	$1.735.934,88
Septiembre	$21,43	$189.512,96	$1.208.699,39	$1.398.233,78
Octubre	$10.962,00	$303.488,72	$1.537.301,27	$1.851.751,99
Noviembre	$6.495,90	$345.842,03	$1.368.591,08	$1.720.929,01
Diciembre	$61,39	$667.960,65	$3.117.350,47	$3.785.372,50
Total	$20.017,84	$3.304.531,05	$17.706.797,98	$21.031.346,84

Las ventas mensuales son impulsadas por diferentes necesidades estaciónales naturales y provocadas que serán discutidas a continuación, en el orden cronológico del año 2009.



Temporada Playa Costa

En los meses de enero, febrero y marzo la demanda en la costa aumenta en la familia de bermudas, tshirts y tops exteriores ya que Pinto es una opción de prendas nuevas para viajar a los balnearios cercanos a Guayaquil, Manta y Portoviejo. Esta tendencia se acentúa en los días de febrero previos al feriado de Carnaval, y se repite en el fin de semana de Semana Santa en abril, ya que la tendencia se vuelve nacional. En la temporada enero-abril el local de Salinas realiza el mayor porcentaje de sus ventas anuales.

Entrada a Clases Costa

Durante la época de regreso a clases en la costa la demanda de ropa blanca crece, ya que son en el mes de marzo cuando tradicionalmente se renueva los calzoncillos, medias, panties, bvds y camisetas blancas. Adicional al hecho que la demanda de estas sube, se organiza una promoción para incrementar el volumen de rotación de estas prendas. La promoción "El tercer empaque gratis" cumplió con la expectativas de ventas. El usuario final típico de estas ventas son niños de 2-18 años, no obstante en esta época el cliente aprovecha para renovar su ropa blanca.

Día de la Madre

La demanda de consumo del mes de mayo está enfocada hacia regalos para el día de la madre. Por esta razón los artículos más vendidos en esta época son blusas, pantalones, pijamas y prendas interiores de mujer. La semana del día de la madre representa el 30% de las ventas del mes. La meta del día de la madre para este año no se cumplió porque el mix de prendas estaba enfocado hacia una madre de 30 años público objetivo que debía ser captado en esta fecha para ser incorporado en futuros días similares.

Día del Padre

El mes de junio es importante por dos tipos de ventas: las masculinas enfocadas al regalo para el padre, y las femeninas porque quien realiza la compra es generalmente una mujer que también se lleva algo para uso personal. Este año la promoción estuvo enfocada a posicionar la polo básica como opción de regalo. La promoción superó las

expectativas de ventas, posicionando así a la polo básica como la prenda más vendida.

Temporada Vacaciones Sierra

El comportamiento de la demanda en temporada de vacaciones de la sierra es similar a la de temporada costa. El clima en la sierra se vuelve más cálido y las ventas de la familia de tops crece significativamente. Adicionalmente somos un destino para encontrar prendas para viajes a balnearios – las familias de bermudas, tshirts y tops cobran importancia nuevamente.

Entrada a Clases Sierra

La temporada de entrada a clases sierra tiene en agosto los mismos efectos que la entrada a clases costa en el mes de marzo. Adicionalmente la venta de uniformes al colegio Alemán en nuestros puntos de venta impulso la venta de otras prendas

Descuentos Locos

Reemplazo a la Megaliquidación anteriormente realizada en Febrero del 2004, Octubre del 2005, Noviembre del 2006 y Noviembre 2007, los descuentos locos tienes el propósito de salir de inventarios de moda perecible. Durante 15 días los puntos de venta estuvieron con el 20%, 30%, 40%,50% y 60% de descuento en mercadería seleccionada

Navidad

Navidad es la época más importante del año para las ventas ya que la rotación diaria de prendas de moda sube 4 veces la de un mes promedio, y las ventas 2.2 veces la de un mes promedio.

3.1.4 Ventas por almacén

A continuación está una tabla de almacenes y su respetiva participación sobre las ventas totales tanto en dólares como en unidades vendidas.

Mes	B&W	KIDS	TRADICIONAL	Familia
AEROPUERTO	0,00	1.407,83	145.209,48	146.617,31
AMBATO	254,27	232.282,66	735.361,22	967.898,15
BODEGA DE REMATES	344,65	5.147,59	23.218,45	28.710,69
COLEGIOS	0,00	0,00	36.475,04	36.475,04
EL BOSQUE	352,85	2.929,75	670.014,69	673.297,29
EL CONDADO	1.144,00	199.635,44	900.718,04	1.101.497,48
EL JARDIN	3.389,77	601,58	1.551.914,72	1.555.906,06
IBARRA	2.175,09	87.907,58	314.284,20	404.366,87
PK STO.DGO	0,00	180.070,51	10.470,83	190.541,34
CEIBOS	344,45	146.386,48	572.398,94	719.129,87
CUENCA	0,00	100.180,58	399.522,81	499.703,39
CUMBAYA	0,00	122.139,04	570.559,41	692.698,45
E.RIOS KIDS	0,00	0,00	0,00	0,00
ENTRE RIOS	344,75	173.179,78	623.761,78	797.286,31
MACHALA	9,82	138.757,79	572.324,13	711.091,74
MALL DEL SUR	5,72	3.796,45	425.575,70	429.377,86
MANTA	391,78	184,03	718.481,73	719.057,53
MANTA KIDS	0,00	192.732,51	13.245,34	205.977,85
PORTOVIEJO	1.328,49	5.540,09	637.012,46	643.881,04
RECREO FRQ	0,00	56.371,65	344.443,79	400.815,44
RIO SUR	20,00	2.821,91	303.272,89	306.114,81
SALINAS	0,00	5.769,68	465.051,84	470.821,53
STO DOMINGO	0,00	0,00	620.449,35	620.449,35
VALLE	0,00	125.363,77	632.657,66	758.021,43
I—AQUITO	36,39	2.552,12	665.395,97	667.984,48
JARDIN KIDS	0,00	426.264,38	45.367,95	471.632,33
MALL DEL SOL	3.158,11	207,11	1.203.503,61	1.206.868,83
P.KIDS M.DEL SOL	0,00	328.999,71	29.567,10	358.566,81
P.KIDS QUICENTRO	0,00	429.387,04	32.807,59	462.194,63
POLICENTRO	434,16	0,00	849.134,94	849.569,10
PTO.BABAHOYO	0,00	2.301,12	178.233,54	180.534,66
PTO.LOJA	0,00	440,42	155.781,59	156.222,01
PTO.QUEVEDO	0,00	2.051,01	128.651,38	130.702,40
PTO.RIOBAMBA	0,00	1.160,17	148.097,94	149.258,10
QUICENTRO	3.460,20	352,26	1.580.327,18	1.584.139,64
RECREO	0,00	45.395,94	193.333,79	238.729,73
SAN MARINO	2.823,34	282.213,06	1.210.170,92	1.495.207,31

| Almacenes | 20.017,83 | 3.304.531,05 | 17.706.797,98 | 21.031.346,86 |

3.2 Publicidad

El plan de publicidad del año 2009 se mantuvo con los tres ejes importantes:

1. Merchandising visual en puntos de venta
2. Vallas publicitarias en Quito y Guayaquil
3. Auspicio a eventos con público objetivo

3.2.1. Merchandising visual

La mayor parte de la inversión de Pinto en publicidad es merchandising directo dentro de los puntos de venta. El cambio constante de vitrinas, cajas de luz, pantallas y afiches es clave para el posicionar a la marca como una de constante renovación.

3.2.2. Vallas

En el 2009 se contrataron 6 vallas publicitarias de alto impacto, 3 en Guayaquil y 3 en Quito, ubicadas en zonas céntricas para nuestro público objetivo.

3.2.3 Auspicios

Se realizaron auspicios con fines publicitarios a eventos como campeonatos deportivos y auspiciamos parte del Yanball Fashion Week.

3.3. Promociones

Durante todo el año se realizaron constantes promociones de cuatro tipos

1. Específicas para aumentar la rotación de prendas con stocks altos. Dentro de esta categoría se incluyen las promociones generalmente ofertadas en una isla de promociones con un determinado porcentaje de descuento.
2. Generales para incentivar las ventas. Dentro de esta categoría se incluyen promociones como las 72 horas locas (25% de descuento en todo el almacén), "llévate la segunda prenda a mitad de precio".
3. Por familia para incentivar las ventas de una familia en específico. Dentro de esta familia está la promoción de regreso a clases, el tercer paquete gratis enfocado a ropa interior y medias.

4. De regalo para subir la factura promedio. Estas promociones fueron realizadas en el día de la madre, el día del padre, y navidad.

3.4 Precio

El precio de las prendas se mantuvo durante el 2009. Se innovó en el tipo de algodón usado en ciertas referencias de modelos por el cuál el precio refleja dicha innovación.

3.5. Franquicias

Las consideraciones generales se han mantenido de la misma forma que en años pasados. El contrato de franquicia tiene una duración de 5 años y los términos se negocian según el mercado.

El control a las franquicias se realiza en las siguientes áreas

3.5.2 Control de Stock

Semanalmente se revisan que los niveles de stock en cada franquicia estén dentro de lo adquirido al inicio de la franquicia.

3.5.3 Control de Imagen

Al menos una vez por mes un representante de Empresas Pinto visita la franquicia y realiza un checklist. Esta evaluación se la da a conocer al dueño de la franquicia y se la da seguimiento en el transcurso del tiempo.

3.5.4 Control de Auditoria

Una vez al año se realiza un chequeo con el dueño de franquicia y su contador de todos los documentos legales y tributarios requeridos.

3.6 Competencia

La competencia de Pinto se encuentra distribuída en cadenas y almacenes que ofrecen algunas líneas de producto similares o alternativos. Entre las tiendas de mayor importancia están Maratón, De Pratti, Naf Naf, Pasa, Tennis, Mango y otras.

4. EXPANSION INTERNACIONAL

El cuarto trimestre del 2009 fue marcado por el inicio de la comercialización de las prendas de vestir manufacturadas por Empresas Pinto SA del Ecuador, bajo marca Pinto, en Colombia y Perú.

La planificación de las operaciones comenzó en junio de 2009 con la firma de un contrato de arrendamiento de los locales 1-29 y 1-30 en Unicentro Pasto con la constructora Pedro Gómez de Colombia. En el mes de Julio se realizó la constitución de la compañía en Colombia Empresas Pinto Colombia SAS, cuyo accionista único es Empresas Pinto SA de Ecuador, siendo la encargada de realizar las operaciones administrativas de la importación y comercialización de las prendas de vestir en Colombia. Los pasos siguientes fueron modificar las operaciones internas para lograr una administración internacional exitosa. Entre los cambios que se realizaron fueron: registro de las marcas y sub marcas relacionadas con Pinto y Pinto Kids, cambio de etiquetas para cumplir con la normativa Colombiana así como la Ecuatoriana, readecuar el proceso de despachos de mercadería para que puedan ser los adecuados para exportación y determinación de procesos en las áreas de mercadeo y ventas para competir con las exigencias del mercado internacional. Una vez establecidos los procesos, en el mes de Agosto de 2009 se realizó un acercamiento con la constructora Pedro Gómez, para la posible participación de Pinto en un proyecto en Medellín previsto para Mayo 2010, llamado Santa Fe ubicado en el barrio de Poblado de la respectiva ciudad, con el norte que Pasto sería el local de prueba para las operaciones en Colombia y que el siguiente paso sería participar en un proyecto comercial en alguna ciudad más grande.

En el mes de Septiembre, paralelo a la planificación de la apertura del local en Unicentro Pasto previsto para el 31 de Octubre de 2009, surgió la oportunidad en Perú de participar en dos proyectos comerciales en la ciudad de Lima previstos para Diciembre 2009. El uno, Plaza Norte, un proyecto en expansión ya existente de target C/D ubicado en el cono norte de la capital peruana, manejado por el grupo Wong. El segundo, ubicado en el centro de Lima, un mall construido sobre el Centro Cívico con target B/C, desarrollado por Real Plaza del Grupo Interbank. Se procedió a firmar contratos con los dos grupos y a modificar las operaciones de Empresas Pinto, no solo para adaptarnos a la normativa Colombiana, sino también a la Peruana. En el caso del Perú, Empresas Pinto Perú SA, también de propiedad de Empresas

Pinto SA, sería la empresa encargada de las importaciones y la administración de las ventas al detalle de la marca Pinto.

Apertura Unicentro Pasto, Colombia

El 31 de Octubre de 2009 se inauguró tanto el local de Pinto en Unicentro Pasto como el mall en sí. La llegada de un centro comercial a la zona causo mucha expectativa tanto para los habitantes de Pasto como para su zona de influencia ya que la zona carecía de este tipo de centros comerciales. La cercanía con el Ecuador permitió dos cosas: la primera que el equipo de trabajo de la Empresa pueda movilizarse con facilidad para realizar todos los tests pertinentes, y la segunda que dentro del mercado Nariñense Pinto si es una marca reconocida. En los meses de Noviembre y Diciembre no solo se cumplió con las metas de ventas, sino que se identificaron los procesos que debían ser modificados.

Apertura Plaza Norte y Centro Cívico Lima, Perú

El mes de Diciembre fue un mes movido en Lima, ya que los dos locales se inauguraron con pocos días de diferencia. En el mes de Noviembre se realizaron las primeras exportaciones de prendas entre Empresas Pinto SA y Empresas Pinto Perú SA, pero no es hasta los primeros días de Diciembre que el local de Plaza Norte abre sus puertas al público. Si bien los resultados de ventas netas reflejan el poco flujo existente en el centro comercial, la aceptación de la marca en el público objetivo es inmediata. Por demoras en los proveedores y sin el mall listo para ser inaugurado, el 19 de Diciembre se abren las puertas del local de Centro Cívico, con las justas para aprovechar de la temporada navideña. A pesar que muchos locales continuaban en construcción, el mall, al ser en el corazón de la ciudad, mostró un flujo adecuado de clientes desde el día uno.

Conclusiones

La incursión de la venta de la indumentaria confeccionada por Empresas Pinto SA en el mercado colombiano y peruano bajo la marca Pinto es una apuesta a largo plazo. Si bien en el corto plazo ya existe una apertura de consumo hacia la marca, los resultados de estos emprendimientos se concretarán en el largo plazo. Con lo que se refiere a las operaciones del negocio se debe trabajar mucho en los tiempos de abastecimiento así obteniendo agilidad de respuesta. Por

otro lado el departamento de mercadeo tiene que ser muy cauteloso de cómo construir la marca en dos mercados en los cuales la marca Pinto no es conocida y tiene mucha competencia en precio y calidad.

EXPORTACIONES
2009

	enero		febrero		marzo		abril		mayo		junio		julio		agosto		septiembre		octubre		noviembre		diciembre		total	
	cantidad	valor	cantidad	valor	cantidad	valor	cantidad	valor	cantidad	valor	cantidad	valor	cantidad	valor	cantidad	valor	cantidad	valor	cantidad	valor	cantidad	valor	cantidad	valor	cantidad	valor
VENTAS EXPORTACION TSHIR	124.092	398.186,20	59.196	192.967,62	0	0,00	500	2.750,00	0	0,00		0,00		3.480,00		30.316,00		175.323,00		0,00		0,00		98.561,10	277.743	901.583,92
Alemania							0,00		146.627																	
t shirts	123.962	397.911,60	58.656	191.264,92	0	0,00	500	2.750,00					800	3.480,00	8.600	30.316,00	56.380	175.323,00					26.175	98.561,10	277.093	899.606,62
101101 BLANCO	47.130	139.300,20	15.365	45.569,00											2.500	8.275,00	46.880	144.298,00					2.100	6.702,00	113.784	344.144,20
101101 COLORES	27.333	87.639,65	14.036	43.292,50											2.000	7.020,00	4.460	14.139,00					9.155	29.366,60	56.983	181.483,06
101201 BLANCO	28.800	91.170,00	19.680	61.922,00											2.300	8.073,00	4.540	14.436,00					5.400	17.010,00	60.720	192.611,00
101201 COLORES	14.730	51.649,50	3.940	13.871,00											1.800	6.948,00	700	2.450,00					6.320	29.518,00	29.490	104.436,50
108202 BLANCO	500	2.750,00	1.000,00	5.500,00			250,00	1.375,00																	1.750	9.625,00
101102 BLANCO	984	4.280,40	1.440,00	6.264,00									400	1.740,00											2.824	12.284,40
101102 COLORES	1.730	7.525,50	1.440	6.264,00									400	1.740,00											3.570	15.529,50
108202 COLORES	1.486	6.173,00	1.000,00	5.500,00			250,00	1.375,00																	2.736	15.048,00
108121 COLORES	140	540,00																							140	540,00
108021 BLANCO	40	152,00																							40	152,00
108021 COLORES	50	200,00																							50	200,00
101202 BLANCO	200	900,00	146	572,32																					346	1.472,32
101202 COLORES	500	2.250,00	430	1.806,00																					930	4.056,00
103102 BLANCO			80	304,00																					80	304,00
103102 COLORES	0	0,00	100	400,00																					100	400,00
103121 BLANCO	70	266,00																							70	266,00
103121 COLORES	100	400,00	0	0,00																					100	400,00
108121 COLORES	180	722,00	0	0,00																					180	722,00
101120 BLANCO																							1.050	4.567,50	1.050	4.567,50
101120 COLORES																							400	1.740,00	400	1.740,00
108220 BLANCO																							1.100	6.050,00	1.100	6.050,00
108220 COLORES																							650	3.575,00	650	3.575,00
Camisetas sin manga	110,00	274,60	540,00	1.702,80	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00			650	1.977,40
140121 BLANCO	60	144,60																							60	144,60
140121 COLORES	50	130,00																							50	130,00
140102 BLANCO			180	540,00																					180	540,00
140102 COLORES			360	1.162,80																					360	1.162,80
INSUMOS																							6.000	660,00	6.000	660,00
FACTURA 2(FUNDAS																							6.000	660,00	6.000	660,00
																									0	0,00
Perú																										
CORTES DE TELA POLO	6.365	20.187,60	0	0,00	0	0,00	0	0,00													0	0,00			6.365	20.187,60
9512211200 CORTE PARA POI	3.069	11.969,10																							3.069	11.969,10
9512201200 CORTE PARA POI	714	1.820,70																							714	1.820,70
952K011200 CORTE PARA POI	286	657,80																							286	657,80
9512621300 CORTE F. PERRY	2.296	5.740,00																							2.296	5.740,00
PRENDAS VARIAS																					14.292,00	87.326,20			14.292	87.326,20
FACTURA 1(PRENDAS VARIAS																					1.948	13.112,96			1.948	13.112,96
FACTURA 1(PRENDAS VARIAS																					1.292	11.837,05			1.292	11.837,05
FACTURA 1(PRENDAS VARIAS																					2.523	7.763,24			2.523	7.763,24
FACTURA 1(PRENDAS VARIAS																					1.806	15.607,02			1.806	15.607,02
FACTURA 1(PRENDAS VARIAS																					1.592	12.458,97			1.592	12.458,97
FACTURA 1(PRENDAS VARIAS																					2.861	8.786,38			2.861	8.786,38
FACTURA 1(PRENDAS VARIAS																					801	5.101,61			801	5.101,61
FACTURA 1(PRENDAS VARIAS																					532	4.258,21			532	4.258,21
FACTURA 1(PRENDAS VARIAS																					837	8.400,76			837	8.400,76
INSUMOS																					7.900,00	790,00			7.900	790,00
FACTURA 5(FUNDAS																					7.900	790,00			7.900	790,00
TELA ALGODÓN	48,46	533,06	14.571,07	119.797,32	17.996,95	149.237,22	17.216,78	145.876,75	8.297,96	69.621,99	17.386,28	144.475,49	7.989,19	65.318,69	8.000,15	66.846,45			6.025,56	68.436,96			8.133,66	66.583,10	107.666	896.727,03
9511106200 TELA ALGODÓN	48,46	533,06																							48	533,06
1001000000 3F ALGODÓN COLOR BLANCO			10.158,86	81.269,28	11002,19	88.017,52	7.690,27	61.522,16	3.952,36	31.618,80	9.998,39	79.187,12	5.771,37	46.171	3.979,19	31.833,52			2.623,25	20.986,00			5.967,49	47.979,92	61.073	488.585,28
1001000000 3F ALGODÓN COLOR VARIOS			3.870,32	34.056,82	6278,28	55.246,86	7.999,91	70.399,20	3.099,37	27.274,46	6.183,22	54.412,34	1.683,92	14.818,50	3.110,00	27.368,00			4.303,50	37.870,80			1.805,55	15.888,84	38.334	337.339,82
1151000000 RIB ALGODÓN COLOR BLANCO			376,47	3.011,76	417,73	3.341,84	286,11	2.288,88	380,77	2.886,16	756,33	6.050,64	461,36	3.690,88	464,40	3.715,20			111,71	893,68			243,89	1.951,12	3.479	27.830,16
1151000000 RIB ALGODÓN COLOR VARIOS			185,62	1.457,46	268,75	2.529,00	370,71	3.262,25	633,29	5.572,95	548,34	4.825,39	72,54	638,35	445,95	3.929,73			987,10	8.696,48			96,73	763,22	3.610	31.754,83
3016000000 3F MELANGE 12%							701,14	6.310,26	129,64	1.166,76															831	7.477,02
3014000000 3F ALG GRAFITO							137,70	1.790,10																	138	1.790,10
3189000000 RIB MELANGE 12%							24,58	221,22	122,54	1.102,86															147	1.324,08
3167000000 RIB ALG GRAFITO							6,36	82,68																	6	82,68
Colombia																										
PRENDAS VARIAS																			6.596,00	38.625,52					6.596	38.625,52
FACTURA 1(PRENDAS VARIAS																			1.447	9.057,60					1.447	9.057,60
FACTURA 1(PRENDAS VARIAS																			2.158	16.672,44					2.158	16.672,44
FACTURA 1(PRENDAS VARIAS																			2.949	12.505,33					2.949	12.505,33
FACTURA 1(PRENDAS VARIAS																			42	390,15					42	390,15
INSUMOS																				210,72					1.756	210,72
FACTURA 5(FUNDAS																			1.756	210,72					1.756	210,72

TOTAL MES TSHIRT	398.186,20	192.967,62	0,00	2.750,00	0,00	0,00	3.480,00	30.316,00	0,00	175.323,00	0,00	0,00	98.561,10	901.583,92
TOTAL MES INSUMOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	210,72	790,00	660,00	1.660,72
TOTAL MES TELA POLO	20.187,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	20.187,60
TOTAL MES TELA ALGODÓN	533,06	119.797,32	149.237,22	145.876,75	69.621,99	144.475,49	65.318,69	66.846,45	0,00	68.436,96	0,00	66.583,10	896.727,03	
TOTAL MES VENTAS DE EXPORTACION	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	38.625,52	87.326,20	0,00	125.951,72	
TOTAL EXPORTACION	418.906,86	312.764,94	149.237,22	148.626,75	69.621,99	144.475,49	68.798,69	97.162,45	175.323,00	107.273,20	88.116,20	165.804,20	1.946.110,96	
	418.906,86	312.764,94	149.237,22	151.906,75	69.621,99	144.475,49	68.798,69	97.162,45	175.323,00	107.273,20	88.116,20			
	0,00	0,00	0,00	3.280,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00			