

**INFORME QUE EL GERENTE GENERAL DE EMPRESAS PINTO S.A.
PRESENTA A SUS ACCIONISTAS Y QUE CORRESPONDE AL
EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2010.**

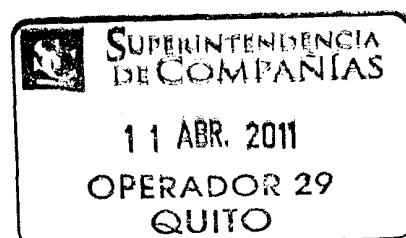
Señores Accionistas:

Tal como lo disponen los estatutos de la Compañía 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 2010.

Con el propósito de realizar un análisis amplio de la Empresa, he agrupado el informe en varios temas: Producción Fábrica - Talleres de Confecciones, Administracion y manejo producto terminado, Ventas y Diseño.



**MAURICIO PINTO MANCHENO
GERENTE GENERAL**



1.- PRODUCCION

1.1.-HILATURA

Los resultados para esta sección durante el año 2010 registraron un decrecimiento del 11,11% en relación al año 2009. El proceso de hilado utilizó 508 toneladas de algodón norteamericano, con las que se produjeron 355,5 toneladas de hilo. El porcentaje de desperdicio de fibra llegó al 30.01%.

Se determina una eficiencia de producción en la sección de hilatura en un 77% para el 2010.

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 Empresas en los últimos años, se vio en la obligación de adquirir hilados de terceros productores. El principal origen de estos hilados fue el Perú.

Para el consumo de hilados, grafito, melange y elastoméricos nuestra Empresa adquirió estos de Invista de Colombia; Atlantic y Romosa del Perú respectivamente. En el 2010 la empresa consumió hilados de algodón Pima de los siguientes proveedores peruanos: Algodonera Peruana, Creditex y Textiles Piura fueron las empresas encargadas de proveer dichos materiales. El total de consumo en este período fue de 110 toneladas.

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

TITULOS	%	Kg.
28/1	88,56%	314.808,07 Kg.
32/1	5,34%	18.988,86 Kg.
24/1	4,98%	17.705,59 Kg.
16/1	0,66	2363,83 Kg.
40/1	0,46%	1626,96 Kg.
	100%	355.493,31

Durante el 2010 el flujo de caja para adquisición de repuestos se mantuvo en niveles normales.

1.2-TEJEDURIA

Esta sección presenta en resultados para el 2010 similitud en relación al anterior. Durante el ejercicio se tejieron 446 toneladas de tela cruda con un desperdicio del 1,92%.

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 46.46%. 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.

1.3 MEDIAS

La producción de medias asciende a 776.262 unidades durante este año con un crecimiento del 9,05% en relación al 2009. El porcentaje de medias de segunda fue del 4,4%.

1.4- TINTORERIA

Durante este período se pudo percibir un incremento de producción en relación al año pasado de un 5,19% habiendo tinturado 423 toneladas de tela.

Ya que la capacidad de producción de tintorería es similar a la de tejeduría, podemos decir que esta sección trabajó a un 51,47% de su

capacidad máquina instalada. El desperdicio de la sección fue del 0,46% y la variación de peso (merma) por el proceso Santex fue del 5%.

La tela calificada de segunda representa el 2,55% similar cifra que en el año 2009 y decreció en relación al 2008 en un 55,61%.

Se siguen 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.

1.5- DATOS GENERALES

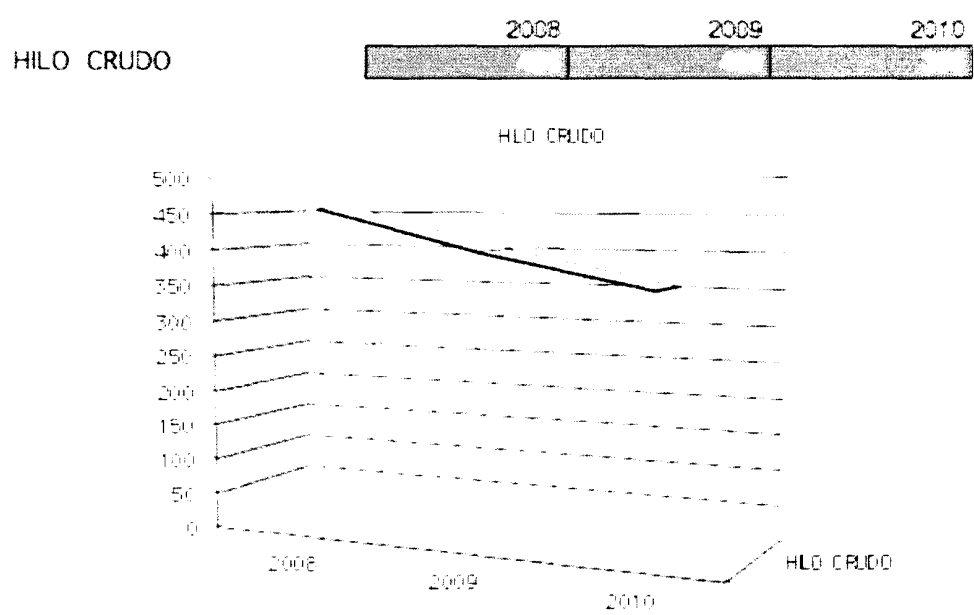
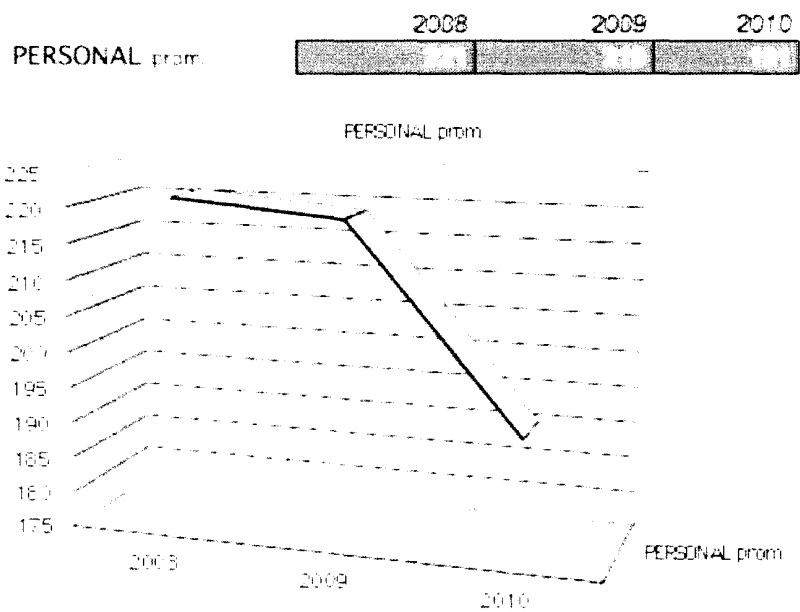
Como un dato general en nuestra planta cabe recalcar que gracias a los constante inversión en mantenimientos preventivos y correctivos realizados tanto a nuestra maquinaria así como a nuestros equipos de generación de aire, de vapor, de generación emergente, bombas de agua, cisternas, montacargas, edificios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

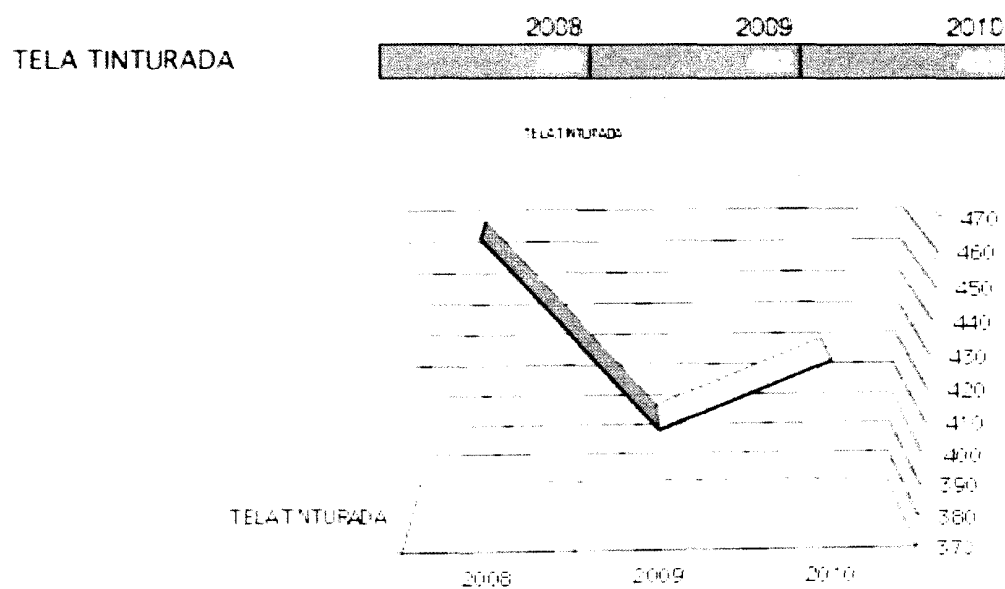
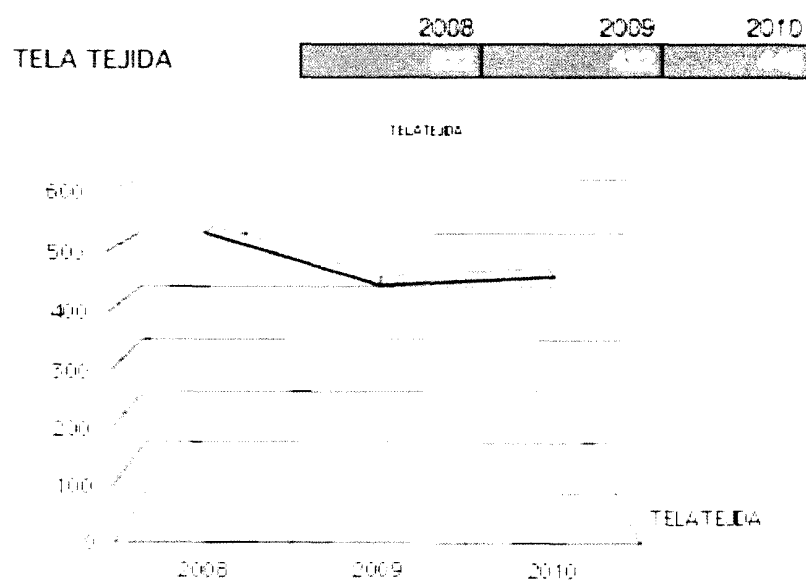
La fábrica trabajó durante el período con un promedio de 191 personas entre personal de planta y administrativo manteniendo la modalidad de 4 grupos de trabajo que abarcan las 24 horas del día de lunes a domingo. En el 2009 el promedio fue de 219.

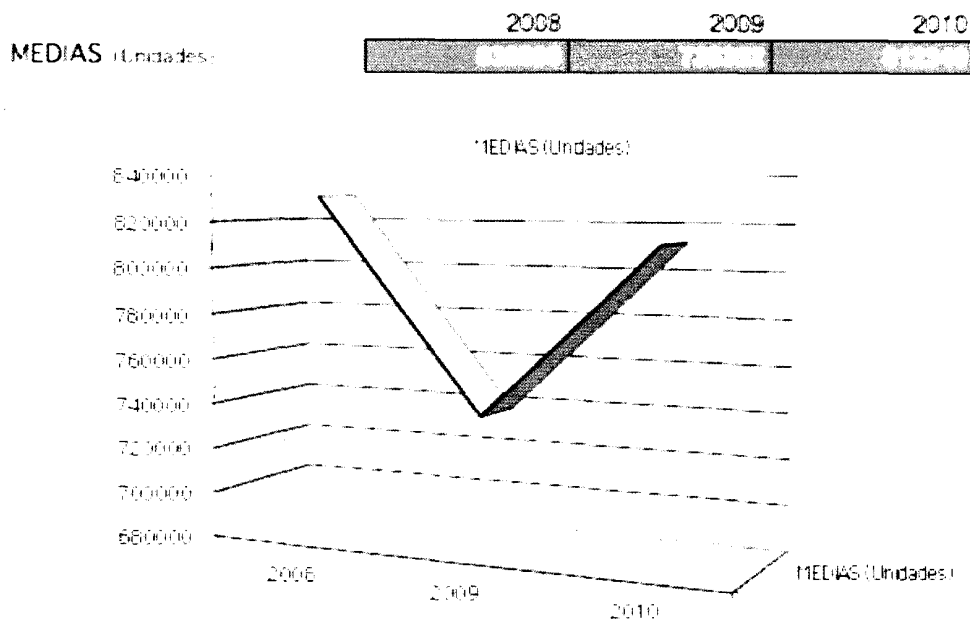
En este ejercicio nuestra Empresa dejó de proveer a nuestra filial Empresas Pinto Perú de dejitos single jersey ya que la mencionada la Empresa dedicó el 100% de su capacidad a la producción de prendas fabricadas con algodón e hilados 100% Pima peruanos.

En el año 2010 nuestra Empresa para mejorar el control, abastecimiento, calidad y exclusividad en el abastecimiento de camisas, decidió invertir en la implementación de una nueva planta de confección para camisas en Medellín Colombia. Para este efecto se creo una nueva empresa filial, Empresas Pinto Colombia.

1.6- ANEXOS FABRICA







2.- CONFECCION

Durante el 2010 la producción en talleres trabajó en función de necesidades de ventas en prendas de moda y prendas básicas en los talleres propios y en los talleres satélites (externos). Se trabajó en capacitar personal para control de calidad y así asegurar un producto de primera en la entrega a nuestros almacenes.

Taller Quito se especializó en producción de prendas moda en mayor porcentaje que prendas básicas tipo polo.

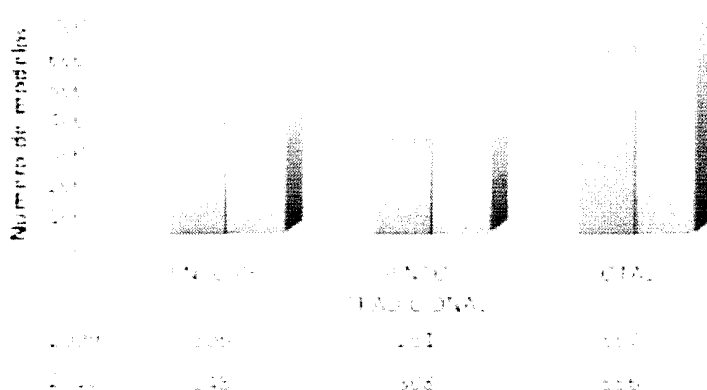
Taller Otavalo consiguió mucha versatilidad en todos los módulos de confección. De los 14 módulos se distribuyeron 3 para producción de prendas básicas (calzoncillos, pants, bvds, boxers), 8 módulos en producción moda (colecciones mensuales blusas, tops, sweats, shorts, pijamas, etc.) y 3 módulos en producción de para exportación (Ragman).

En cuanto a la producción satélite externa, se trabajó en promedio con 22 talleres externos fijos con producción de prendas nuevas y básicas.

Corte: La planta principal se mantuvo en taller Quito para abastecer los 14 módulos de taller Otavalo, un de taller Quito y 22 de talleres satélites. Adicional una pequeña cantidad fue cortada en taller de Otavalo especialmente para la producción de chunchis, cintillos, pantys y calzoncillos.

Durante el 2010 se produjeron 308 modelos nuevos de colecciones Pinto tradicional y 348 modelos nuevos de colecciones Pinto Kids con un total de 656 modelos nuevos para producción, que representa el 15.7% más que el 2009

Modelos nuevos producidos



2.1 - TALLER OTAVALO

El taller de Otavalo produjo 1´288.881 prendas, lo que representa un crecimiento del 33.15 % en relación al 2009. Esto se debe principalmente a que se retomó la producción de exportación, aumentando su producción a 496.679 prendas exportación Ragman. De esta forma se consiguió la producción de un mix adecuado entre prendas básicas, moda y exportación, aspecto muy importante para equilibrar la producción.

En lo que a mano de obra (MDO) se refiere, se incrementaron 11 personas comparando con el 2009. En promedio fueron 176 personas MOD. La producción hombre año subió a 7.323 prendas. El taller trabajó con una eficiencia promedio de 69%

Año 2009			Año 2010	
MES	PRODUC. Confección total MES	confec EXP	PRODUC. Confección total MES	confec EXP
ENERO	105,907	60,981	70,566	28,823
FEBRERO	103,462	36,748	113,162	52,015
MARZO	85,263	-	118,001	58,055
ABRIL	81,931	500	104,034	45,450
MAYO	71,573	-	89,888	19,271
JUNIO	88,009	-	98,174	24,178
JULIO	84,042	9,768	140,987	47,513
AGOSTO	90,813	3,754	125,454	42,278
SEPTIEMBRE	81,459	11,506	121,248	56,540
OCTUBRE	66,984	2	102,978	43,967
NOVIEMBRE	46,958	1,467	91,718	29,285
DICIEMBRE	61,612	24,854	112,671	49,304
	968,013	149,580	1,288,881	496,679
		15.45%		38.54%

2.2 - TALLER QUITO

El taller Quito produjo 82.762 prendas, que en relación al 2009 (115.106 prendas) fueron 32.244 prendas menos que representa una disminución del 28%. Este decrecimiento fue resultado del incremento de producción en prendas moda con mayor valor agregado (más tiempo de confección).

En lo que se refiere a MDO, en promedio trabajamos con 55 personas que nos da una producción de 1.509 prendas año / hombre. Esta diferencia de producción-hombre entre taller Quito y taller Otavalo se

debe al tiempo estándar promedio de cada prenda (prendas exportación menor tiempo de producción).

El taller trabajó con una eficiencia promedio de 70%.

2009 2010		
MES	PRODUC. Confeccion MES	PRODUC. Confeccion MES
ENERO	6,966	7,522
FEBRERO	7,873	10,611
MARZO	10,639	11,517
ABRIL	8,494	9,998
MAYO	7,530	3,884
JUNIO	7,875	6,639
JULIO	12,771	4,917
AGOSTO	8,398	4,980
SEPTIEMBRE	11,362	4,039
OCTUBRE	10,926	5,611
NOVIEMBRE	11,754	6,860
DICIEMBRE	10,518	6,184
	115,106	82,762

2.3 - TALLERES SATÉLITES

Durante el 2010 se incrementó la producción con talleres satélites. En Enero empezamos con 11 talleres y a diciembre 2010 se llegamos a trabajar con 22 talleres satélites incluyendo al taller de camisas que elabora todo el proceso desde corte, confección hasta empaque (Pinto entrega Materia Prima para todo el proceso). Este incremento se debió al aumento de modelos nuevos en los pedidos de ventas, prendas moda con mayor valor agregado especialmente para los meses pico como día de la madre, día del padre y navidad.

La producción total del 2010 fue de 623.209, esto es 110% mas que el 2009. Todos los talleres produjeron prendas de moda y prendas básicas.

	2009	2010
MES	PRODUCCION mes	PRODUCCION mes
ENERO	12,417.0	25,198.0
FEBRERO	32,149.0	30,870.0
MARZO	27,397.0	56,999.0
ABRIL	31,466.0	56,858.0
MAYO	30,777.0	64,680.0
JUNIO	17,174.0	44,313.0
JULIO	31,690.0	42,585.0
AGOSTO	18,552.0	47,560.0
SEPTIEMBRE	26,833.0	69,940.0
OCTUBRE	25,526.0	62,518.0
NOVIEMBRE	19,305.0	55,465.0
DICIEMBRE	23,994.0	66,223.0
TOTAL	297,280.0	623,209.0

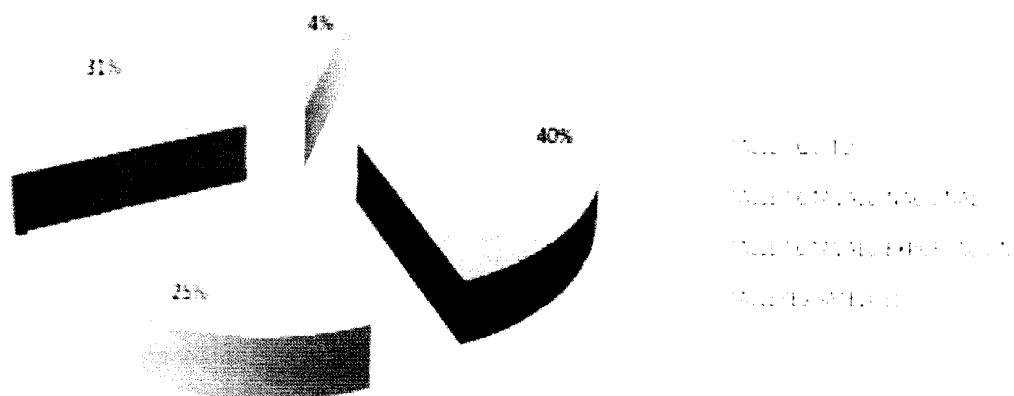
En resumen entre todos los talleres en Ecuador se produjeron 1'994.852 prendas, que representa el 44.51% mas que el 2009. Como ya se ha dicho anteriormente esta aumento se ha logrado por la participación de exportación y el incremento en producción talleres satélites.

En lo que se refiere a producción propia en promedio se trabajó con 230 personas en MOD dándonos una producción promedio persona/año de 5953 prendas.

Producción 2009 - 2010

AÑO 2009				AÑO 2010			
MES	PRODUC. Confección Exportación y nacional talleres propios	Producción talleres satélites	TOTAL CONFECCIÓN	TOTAL PRODUCCIÓN TALLERES PROPIOS NACIONAL MES	PRODUC. Confección MES EXPORTACIÓN	Producción talleres satélites	TOTAL CONFECCIÓN
ENERO	112,873	12,417	125,290	49,265	28,823	25,198	103,286
FEBRERO	111,335	32,149	143,484	71,758	52,015	30,870	154,643
MARZO	95,902	27,397	123,299	71,463	58,055	56,999	186,517
ABRIL	90,425	31,466	121,891	68,582	45,450	56,858	170,890
MAYO	79,103	30,777	109,880	74,501	19,271	64,680	158,452
JUNIO	95,884	17,174	113,058	80,635	24,178	44,313	149,126
JULIO	96,813	31,690	128,503	98,391	47,513	42,585	188,489
AGOSTO	99,211	18,552	117,763	88,156	42,278	47,560	177,994
SEPTIEMBRE	92,821	26,833	119,654	68,747	56,540	69,940	195,227
OCTUBRE	77,910	25,526	103,436	64,622	43,967	62,518	171,107
NOVIEMBRE	58,712	19,305	78,017	69,293	29,285	55,465	154,043
DICIEMBRE	72,130	23,994	96,124	69,551	49,304	66,223	185,078
	1,083,119.0	297,280	1,380,399	874,964.0	496,679.0	623,209.0	1,994,852.0

Producción talleres 2010 porcentaje de participación



2.4 - AREA CORTE

Durante el 2010 la planta de corte Quito trabajo para abastecer a los talleres propios y a talleres satélites. Para este objetivo se incremento el personal en esta área en a 31 personas.

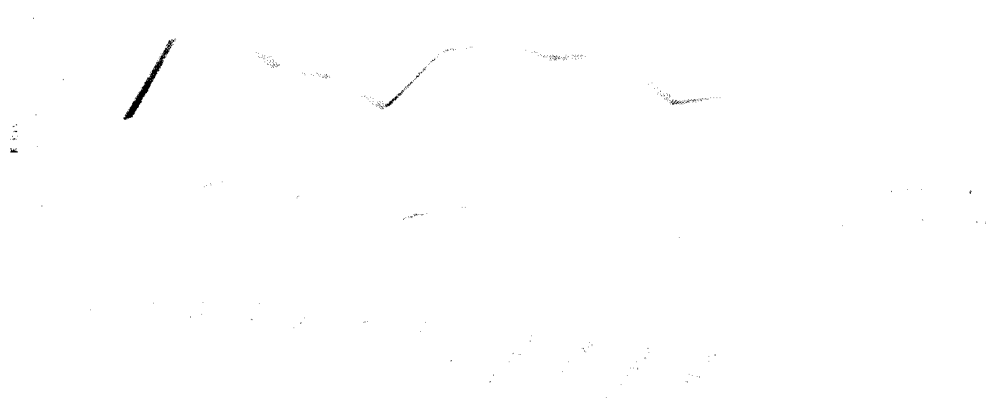
La producción total fue de 2'026.688 prendas cortadas con un consumo total de tela de 405.639,36 kg de los cuales 115.347,23 kg corresponde a desperdicio de corte y tiras que representa 28,4%. Esto nos da un peso promedio de 0.200kg por prenda.

El 20% de tela usada es tela plana comprada y tejido de punto listado que no lo fabricamos en nuestra planta.

NUMERO DE PRENDAS CORTE 2010	Total prendas cortadas	Consumo total tela kg	Desperdicio total tela kg	Peso promedio por prenda kg	Porcentaje desperdicio
ENERO	109.955.00	22.650.02	6.349.07	0.219	28.0%
FEBRERO	176.652.00	36.284.17	10.277.83	0.235	28.3%
MARZO	173.832.00	39.338.45	11.591.55	0.211	29.5%
ABRIL	158.032.00	32.724.05	9.673.49	0.191	29.6%
MAYO	159.344.00	31.725.16	8.948.12	0.200	28.2%
JUNIO	161.997.00	27.817.73	7.861.35	0.187	28.3%
JULIO	203.262.00	36.908.13	10.263.38	0.196	27.8%
AGOSTO	196.316.00	38.446.30	11.107.52	0.216	28.9%
SEPTIEMBRE	190.699.00	37.007.40	10.800.78	0.190	29.2%
OCTUBRE	179.835.00	37.701.51	10.794.65	0.220	28.6%
NOVIEMBRE	153.061.00	31.633.42	8.751.23	0.205	27.7%
DICIEMBRE	163.703.00	33.403.02	8.928.27	0.180	26.7%
TOTAL AÑO	2,026,688.00	405,639.36	115,347.23	0.203	28%

La producción promedio por persona en corte es de 72.400 prendas año/hombre. En consumo de tela se consiguió disminuir el desperdicio respecto al 2009 en 1.2% .

Consumo tela 2010 y desperdicio



Comparando con el 2009 se ha incrementado producción en un 44,2% (mismo porcentaje que incremento la confección). Cubriendo así las necesidades en confección junto con trabajo de horas extras.

MES	AÑO 2009				AÑO 2010			
	Producción Total corte	Consumo total tela kg	Desperdicio total tela kg	Porcentaje desperdicio	Producción Total corte	Consumo total tela kg	Desperdicio total tela kg	Porcentaje desperdicio
ENERO	148,681	32,249	8,978	27.84%	109,955	22,650	6,349	28.03%
FEBRERO	120,741	26,307	7,888	29.99%	176,652	36,284	10,278	28.33%
MARZO	125,433	24,161	7,088	29.34%	173,832	39,338	11,592	29.47%
ABRIL	120,914	25,297	7,287	28.81%	158,032	32,724	9,673	29.56%
MAYO	107,917	19,002	6,029	31.73%	159,344	31,725	8,948	28.21%
JUNIO	116,012	17,715	5,534	31.24%	161,997	27,818	7,861	28.26%
JULIO	131,542	23,858	7,508	31.47%	203,262	36,908	10,263	27.81%
AGOSTO	125,811	20,145	6,193	30.74%	196,316	38,446	11,108	28.89%
SEPTIEMBRE	131,203	25,962	8,270	31.85%	190,699	37,007	10,801	29.19%
OCTUBRE	94,359	17,957	5,426	30.22%	179,835	37,702	10,795	28.63%
NOVIEMBRE	95,764	24,097	6,174	25.62%	153,061	31,633	8,751	27.66%
DICIEMBRE	86,901	18,132	5,085	28.04%	163,703	33,403	8,928	26.73%
	1,405,278	274,882	81,461	29.63%	2,026,688.0	405,639.4	115,347.2	28.44%

2.5 - TRAZOS (Gerber)

De esta producción de corte el 80% corresponde a cortes que se han realizado con trazos plateados, el 20% restante corresponde a cortes de telas planas cuadros para lo cual siempre se utiliza el trazo manual logrando de esta manera un mejor empalme de los diseños y menos desperdicio.

2.6 - CONTROL DE CALIDAD

Durante el 2010 se trabajo para reducir los porcentajes segundas en calidad volante e inspección final.

El porcentaje de segundas en calidad volante fue de 4.98%. En inspección final el porcentaje de segundas fue de 2.8%, muy cerca del 2% que es el rango permisible de acuerdo a nuestros estándares promedios

2.7 - TALLER LIMA

Coordinación de producción en taller Lima.

Durante el 2010 taller Lima fabrico prendas para exportación Ragman y prendas de moda. Se confeccionaron 123.010 prendas moda y 209.972 prendas RAGMAN total 332.982 prendas.

AÑO 2010

	CADENA 1		CADENA 2		CADENA 3		TOTAL EXP.	TOTAL NAC.	TOTAL CONFECCIÓN MES
	Exportación	Nacional	Exportación	Nacional	Exportación	Nacional			
ENERO		3.773		5.223		8.360	0	17.356	17.356
FEBRERO	3.606	2.148	954	4.825	4.606	1.470	9.166	8.443	17.609
MARZO	2.635	5.595	2.114	6.297	8.008	3.080	12.757	14.972	27.729
ABRIL	3.096	8.443	7.495	1.830	11.119	1.476	21.710	11.749	33.459
MAYO	1.476	6.829	1.180	3.471	1.066	5.063	3.722	15.363	19.085
JUNIO	10.217	2.008	9.739	3.110	9.120	1.904	29.076	7.022	36.098
JULIO	5.331	4.000	3.370	2.386	12.247	31	20.948	6.417	27.365
AGOSTO	9.996	1.242	6.221	4.174	12.155	1.075	28.372	6.491	34.863
SETIEMBRE	3.350	3.736	2.336	4.847	6.264	3.235	11.950	11.818	23.768
OCTUBRE	11.706	1.903	11.640	1.437	12.281	1.779	35.627	5.119	40.746
NOVIEMBRE	9.635	2.352	7.815	3.933	8.696	3.743	26.146	10.028	36.174
DICIEMBRE	4.249	1.944	2.649	1.506	3.600	4.782	10.498	8.232	18.730
							209.972	123.010	332.982

Comparando con el 2009 hemos producido 27.12% menos que el 2009. Subimos producción en prendas moda de 69.444 (2009) a 123.010 (2010) y bajamos en prendas exportación de 387.450 (2009) a 209.972 (2010) prendas. Las prendas moda tienen mas valor agregado mas tiempo de producción en confección por eso se disminuye la producción total

MES	2009		2010	
	TOTAL EXP.	TOTAL NAC.	TOTAL EXP.	TOTAL NAC.
ENERO	0	15,840	0	17,356
FEBRERO	6,687	1,454	9,166	8,443
MARZO	56,503	0	12,757	14,972
ABRIL	53,922	0	21,710	11,749
MAYO	57,486	0	3,722	15,363
JUNIO	62,034	0	29,076	7,022
JULIO	57,225	0	20,948	6,417
AGOSTO	36,016	0	28,372	6,491
SEPTIEMBRE	13,198	15,424	11,950	11,818
OCTUBRE	4,071	11,026	35,627	5,119
NOVIEMBRE	11,566	17,479	26,146	10,028
DICIEMBRE	28,742	8,221	10,498	8,232
TOTAL POR TIPO	387,450	69,444	209,972	123,010
PORCENTAJE PARTICIPACIÓN	84.8%	15.2%	63.1%	36.9%
TOTAL	456,894		332,982	

2.8 - EXPORTACIÓN RAGMAN

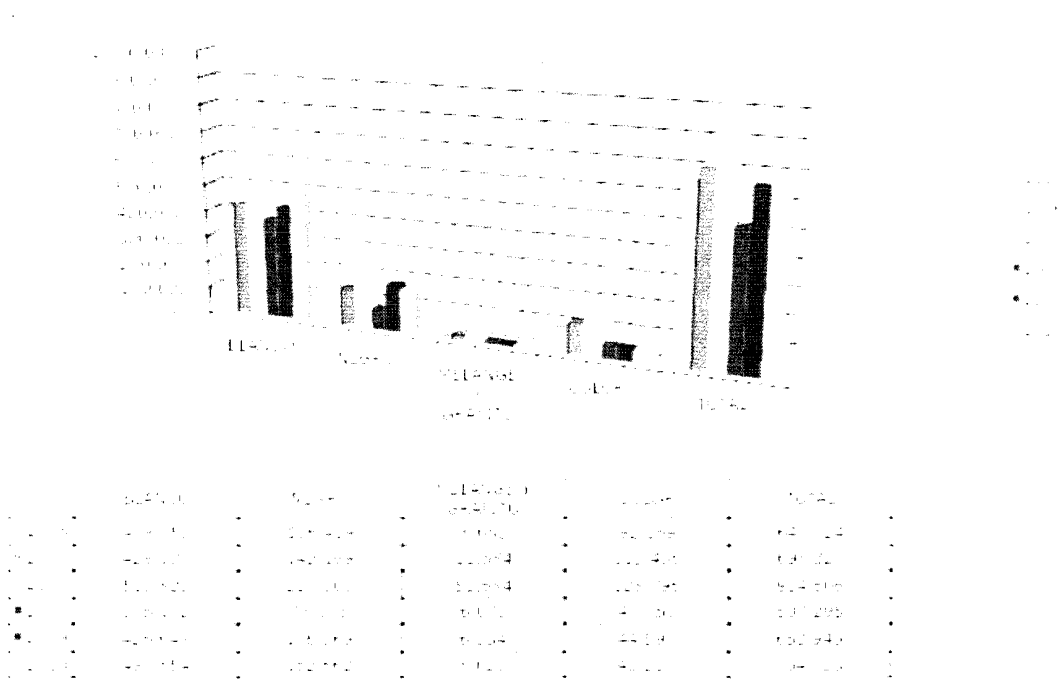
En cuanto a exportación cliente RAGMAN, durante el 2010 se produjeron 704.753 prendas para exportación entre taller Otavalo Ecuador y taller Lima. Esto representa el 10% mas en relación al 2009

Se enviaron desde Ecuador 10 exportaciones marítimas y 8 aéreas, con un total de 481.421 piezas. De este total, el 71.1% es blanco, el 19.5% es negro, 1% es melange y 7.9% es color.

Desde Lima se enviaron 5 exportaciones marítimas, con un total de 223.332 prendas. De esto el 66.6% es blanco, 30.9% es negro, 0.2% melange y 2.3% color.

	BLANCO	NEGRO	MELANGE Y GRAFITO	COLOR	TOTAL Ecuador y Lima	Incremento	Porcentaje
2009	426.649	176.369	6.334	44.597	653,949	146.654	28.91%
2010	493.854	162.662	5.020	43.217	704,753	50.804	10.01%
	345.132	93.667	4.610	38.012	481.421	EQUADOR 2010	68.3%
	148.722	68.995	410	5.205	223.332	LIMA 2010	31.7%

Comparativo en los últimos 5 años de exportación



3. - SISTEMAS

3.1 - ASPECTOS GENERALES

El equipo de sistemas en este período estuvo conformado por siete personas. Este grupo se encargó del funcionamiento del software, hardware y demás ayudas electrónicas y de comunicación tanto en el Ecuador como también en las operaciones de Colombia y Perú.

Dos personas del equipo trabajan en el mantenimiento, desarrollo y mejoramiento del POS y adicionalmente se han involucrado también en la programación del punto de venta para los locales de Perú y Colombia.

El departamento también se encarga de la implementación de nuevas regulaciones dadas por el SRI, manejo de Franquicias, cuadros y reportes mensuales generales.

3.2 – PROYECTOS REALIZADOS

Se implementó el sistema de Punto de Venta en todos los locales del exterior para tener un mejor control del desempeño de las tiendas y la información replicada en las oficinas principales en Quito.

En Perú se crearon los locales de Conquistadores y Angamos en donde desde su apertura se contó con el sistema de POS de la empresa y las comunicaciones necesarias para la asistencia remota desde Ecuador

En Colombia se trasladó la oficina de Medellín con los mismos equipos y se crearon los locales de Santa Fe y Molinos los cuales contamos con canales de comunicación directos con ellos lo cual permitió al igual que en Perú tener un mejor control de las ventas y stock de los mismos.

Se modificaron los servidores dentro del centro de computo en Ecuador para un mejor desenvolvimiento el Great Plains (ERP) y brindando mayor cantidad de datos sin deteriorar notablemente su rendimiento.

Incursionamos en las nubes de computo, contando ahora con una nube sobre VMWARE la cual corre actualmente 5 servidores (Base de datos, Servidor WEB, Sistema de correos, Terminal Server y Desarrollo).

Se realizó la creación del programa de producción junto con una empresa contratada para la programación del mismo, se creo el sistema de reporte y el corazón del motor del mismo, se levantó el proceso de producción para su realización.

3.3 - CAPACITACIONES

Durante el 2010 se realizó la capacitación junto con el Grupo Synergy sobre lenguaje de programación JAVA durante 8 días la cual fue

introducción para la programación del sistema de control de stock y pedidos.

3.4 – EQUIPOS DE COMPUTO

- Computadores
 - Servidores
 - Se implementó el servidor virtual con VMWARE para la ejecución de la nube y la computación virtual en la empresa.
 - Se cambio el sistema de correos y se implementó con Zimbra para la reducción de procesamiento en el servidor anterior. Se implementó los dominios de correo de Perú y Colombia, aumentando así la cantidad de usuarios en el mismo. Con esto se mejoró la velocidad de recepción y envío de los correos.
 - Se realizaron los mantenimientos preventivos de todos los equipos de computó.
 - Se implementó servidores NAS para automatización y control de respaldos, se centralizaron servicios con el resultado de un mejor desempeño en la red.
 - Estaciones de Trabajo
 - Se realizó mantenimiento de todas las computadoras tanto de oficinas, Taller, Planta, Locales y Franquicias, tanto en hardware como en software.
 - Se instalaron nuevos equipos en reemplazo de equipos antiguos que no suplían los requerimientos en computación de determinados usuarios.
- Impresoras
 - Se realizaron mantenimientos de impresoras y se optimizaron para su uso tanto en los locales como en oficinas.
- UPS
 - Se realizó mantenimiento a todos los UPS propios de oficinas y locales y se les cambió las baterías para que funcionen correctamente.
- Redes
 - Se realizaron cambios en la red dando mayor ancho de banda a todas las conexiones.

2.- BODEGA PRODUCTO TERMINADO / MAQUILA

2.1.- BODEGA

En cuanto a almacenes en Ecuador, se realizan despachos iniciales de mercadería para la apertura de nuevos así: en abril franquicia Village Tradicional y Pinto Kids; en julio Ñaquito Pinto Kids; en agosto Quicentro Sur Tradicional y Pinto Kids; en noviembre Riocentro Norte Tradicional.

En cuanto a traslados de administración de franquicias a propios, en abril San Luis y en septiembre Machala pasan a ser controladas directamente por Pinto, dejando de ser franquicias.

En diciembre se abre un nuevo Punto Pinto en Chone a cargo de los franquiciados de Manabí.

En el exterior procedemos al despacho de pedidos iniciales para apertura de los siguientes almacenes: en febrero Conquistadores en Lima, Perú, con Tradicional; en abril Santa Fé en Medellín, Colombia, con Tradicional y Pinto Kids; en agosto Molinos en Medellín con Tradicional y Angamos en Lima, con Tradicional.

También durante el 2010, la mecánica de promociones a gran escala que se manejó en el mes de septiembre fue la denominada Descuentos Locos.

Durante el 2010, exceptuando diciembre, y tomando en cuenta 26 almacenes tradicionales, 18 almacenes de niños y 5 Puntos Pinto, se atendieron en promedio 120 pedidos semanales, con un incremento del 11% en la frecuencia de despachos con relación al 2009. Adicionalmente los despachos de reposición a los almacenes en el exterior se realizan con una frecuencia bimensual.

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

2.1.2.- Cifras.- A continuación se detalla un análisis comparativo con el período inmediatamente anterior de las cifras generales de inventario en unidades y dólares, y las principales cifras en relación a ingresos y egresos de prendas al inventario durante el 2010.

INVENTARIO TRADICIONAL UNIDADES			
DESCRIPCION	12/31/09	12/31/10	PORCENTAJE
T SHIRTS	25.145	36.187	44%
CAMISetas CON CUELLO	11.896	22.032	85%
CAMISAS	1.905	3.158	66%
CAMISeta SIN MANGA	6.842	6.720	-2%
PANTYS/BOXER	19.678	33.550	70%
TOPS INTERIORES	781	874	12%
TOPS EXTERIORES	8.526	20.130	136%
PIJAMAS PARA MUJER	315	1.440	357%
BLUSAS	3.750	2.219	-41%
VESTIDOS	917	1.062	16%
CALZONCILLOS	12.767	23.497	84%
PIJAMAS PARA HOMBRE	322	2.766	759%
SPORTS	8.264	10.111	22%
BERMUDAS	2.187	2.457	12%
PANTALONES	4.366	4.917	13%
MEDIAS	106.573	99.759	-6%
SWEATER	1.285	2.603	103%
CHOMPAS Y CHAQUETAS	388	550	42%
ARTICULOS BANIO	45	72	60%
ACCESORIOS	8.614	20.951	143%
PERFUMES	4.950	492	-90%
	229.516	295.547	29%

El inventario al 31 de diciembre, en general, en la línea Tradicional en unidades muestra un crecimiento del 29%.

El stock en unidades de Pinto Kids al cierre del ejercicio económico se refleja en el cuadro a continuación, con un crecimiento del 129% en relación al año anterior.

INVENTARIO KIDS UNIDADES			
DESCRIPCION	12/31/09	12/31/10	PORCENTAJE
T SHIRTS KIDS	2.084	16.147	675%
CAMISETAS CON CUELLO KIDS	7.958	4.308	-46%
CAMISAS KIDS	156	382	145%
CAMISETA SIN MANGA KIDS	-	-	
PANTIES NIÑA	4.940	5.023	2%
TOP INTERIORES KIDS	2.512	2.372	-6%
TOP EXTERIORES KIDS	1.099	6.656	506%
PIJAMAS NIÑA	199	1.515	661%
BLUSAS NIÑA	263	927	252%
VESTIDOS NIÑAS	233	1.859	698%
CALZONCILLO KIDS	5.002	2.219	-56%
PIJAMAS NIÑOS	100	1.398	1298%
SPORTS KIDS	4.086	14.438	253%
BERMUDAS KIDS	582	1.922	230%
PANTALONES KIDS	4.162	5.124	23%
MEDIAS KIDS	295	918	211%
SWEATERS KIDS	119	181	52%
CHOMPAS KIDS	16	521	3156%
ARTICULOS DE BAÑO KIDS	-	8	
ACCESORIOS KIDS	1.844	14.306	676%
PERFUMES PK	-	1.324	
	35.650	81.548	129%

La línea de Black & White se liquidó, y de ahí un inventario prácticamente estático entre un período y otro.

INVENTARIO B&W UNIDADES			
DESCRIPCION	12/31/09	12/31/10	PORCENTAJE
T SHIRT B&W	118	129	9%
TOP EXTERIORES B&W	563	540	-4%
BLUSAS B&W	180	177	-2%
VESTIDOS B & W	83	83	0%
PANTALONES B & W	99	98	-1%
SWEATER B&W	21	19	-10%
CHOMPAS B&W	29	30	3%
ACCESORIOS B&W	3	2	-33%
	1.096	1.078	-2%

El inventario comparativo en la línea Tradicional, valorado al costo, arroja las cifras que se detallan a continuación.

INVENTARIO TRADICIONAL DOLARES			
DESCRIPCION	12/31/09	12/31/10	PORCENTAJE
T SHIRTS	124.102,90	222.036,47	79%
CAMISETAS CON CUELLO	105.844,17	213.425,10	102%
CAMISAS	26.561,63	38.035,42	43%
CAMISETA SIN MANGA	24.314,57	22.510,13	-7%
PANTYS/BOXER	42.160,18	82.688,03	96%
TOPS INTERIORES	2.667,13	8.791,19	230%
TOPS EXTERIORES	38.209,76	106.993,31	180%
PIJAMAS PARA MUJER	3.433,30	19.328,16	463%
BLUSAS	38.233,83	27.766,06	-27%
VESTIDOS	7.412,91	9.786,38	32%
CALZONCILLOS	36.534,45	73.096,45	100%
PIJAMAS PARA HOMBRE	3.834,31	37.168,19	869%
SPORTS	60.077,60	68.728,85	14%
BERMUDAS	18.842,86	13.876,85	-26%
PANTALONES	57.570,96	69.074,81	20%
MEDIAS	84.114,85	78.252,77	-7%
SWEATER	19.805,32	42.106,55	113%
CHOMPAS Y CHAQUETAS	6.949,37	9.704,10	40%
ARTICULOS BANIO	221,35	620,17	180%
ACCESORIOS	29.485,73	29.874,38	1%
PERFUMES	25.925,15	2.553,94	-90%
	756.302,33	1.176.417,31	56%

A continuación el desglose de las líneas de Pinto Kids y Black & White valorados al costo.

INVENTARIO KIDS DOLARES			
DESCRIPCION	12/31/09	12/31/10	PORCENTAJE
T SHIRTS KIDS	13.452,82	100.231,36	645%
CAMISETAS CON CUELLO KIDS	58.741,12	36.472,67	-38%
CAMISAS KIDS	1.524,18	4.528,93	197%
CAMISETA SIN MANGA KIDS	0,00	0,00	
PANTIES NIÑA	9.255,60	11.610,85	25%
TOP INTERIORES KIDS	6.918,48	6.221,52	-10%
TOP EXTERIORES KIDS	4.838,80	34.805,19	619%
PIJAMAS NIÑA	1.989,46	15.526,97	680%
BLUSAS NIÑA	2.182,83	7.781,84	257%
VESTIDOS NIÑAS	2.067,82	11.775,88	469%
CALZONCILLO KIDS	11.492,18	7.008,24	-39%
PIJAMAS NIÑOS	1.151,42	16.555,58	1338%
SPORTS KIDS	42.134,13	122.003,78	190%
BERMUDAS KIDS	5.599,51	12.442,40	122%
PANTALONES KIDS	70.560,73	69.889,17	-1%
MEDIAS KIDS	253,70	1.104,19	335%
SWEATERS KIDS	2.007,65	1.924,76	-4%
CHOMPAS KIDS	275,56	7.099,24	2476%
ARTICULOS DE BAÑO KIDS	0,00	73,84	
ACCESORIOS KIDS	2.412,01	8.309,81	245%
PERFUMES PK	0,00	5.746,16	
	236.858,00	481.112,38	103%

INVENTARIO B&W DOLARES			
DESCRIPCION	12/31/09	12/31/10	PORCENTAJE
T SHIRT B&W	1.077,19	1.213,06	13%
TOP EXTERIORES B&W	3.857,78	3.732,85	-3%
BLUSAS B&W	1.982,74	1.943,32	-2%
VESTIDOS B & W	951,29	951,29	0%
PANTALONES B & W	1.828,78	1.810,08	-1%
SWEATER B&W	376,65	324,65	-14%
CHOMPAS B&W	605,11	626,71	4%
ACCESORIOS B&W	37,25	24,33	-35%
	10.716,79	10.626,29	-1%

En lo que hace relación a los ingresos y egresos de prendas a y desde la Bodega de Producto Terminado durante el 2010, las cifras son las siguientes:

MOVIMIENTO INVENTARIO TRADICIONAL UNIDADES 2010			
DESCRIPCION	INGRESOS PRODUCCION	EGRESOS	PORCENTAJE
T-SHIRTS	853.635	926.580	9%
CAMISETAS CON CUELLO	146.746	156.822	7%
CAMISAS	31.463	34.500	10%
CAMISETAS SIN MANGAS	63.442	63.307	0%
PANTYS/ BOXER	107.843	97.000	-10%
TOP INTERIORES	3.593	3.866	8%
TOP EXTERIORES	172.822	187.348	8%
PIJAMAS MUJER	13.686	15.136	11%
BLUSAS	21.644	27.810	28%
VESTIDOS/FALDAS	9.593	11.474	20%
CALZONCILLOS/ BOXER	170.464	162.053	-5%
PIJAMAS HOMBRE	18.654	18.116	-3%
SPORTS	76.772	85.218	11%
BERMUDA	20.793	24.840	19%
PRENDAS DE BEBE	0	0	
PANTALONES	47.463	55.770	18%
MEDIAS	391.801	427.315	9%
SWEATERS	36.312	43.455	20%
CHOMPAS Y CHAQUETAS	8.140	9.077	12%
ARTICULOS BAÑO	665	716	8%
ACCESORIOS	175.726	161.073	-8%
PERFUMES	0	5.067	
TOTAL	2.371.257	2.516.543	6%

En el total general de la línea Tradicional, los egresos son 6% 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 2010			
DESCRIPCION	INGRESOS PRODUCCION	EGRESOS	PORCENTAJE
T-SHIRT KIDS	66282	62209	-6%
CAMIS. C/CUELLO KIDS	25903	36517	41%
CAMISAS KIDS	3898	3820	-2%
PANTYS NIÑAS	14040	14966	7%
TOPS INTERIORES KIDS	12896	13146	2%
TOP EXTERIORES KIDS	24963	23636	-5%
PIJAMAS NIÑAS	6726	6890	2%
FALDAS Y VESTIDOS	9395	10070	7%
BLUSAS NIÑAS	4247	4902	15%
CALZ./BOXER NIÑOS	8817	12122	37%
PIJAMAS NIÑO	6938	7298	5%
SPORTS KIDS	51680	53202	3%
BERMUDA/ SHORT KIDS	8867	11847	34%
PANTALONES KIDS	12200	19031	56%
MEDIAS KIDS	5338	5076	-5%
SWEATERS KIDS	4414	6265	42%
CHOMPAS KIDS	3114	3319	7%
ARTICULOS BAÑO KIDS	369	361	-2%
ACCESORIOS KIDS	39501	27927	-29%
PERFUMES PK	1997	673	-66%
TOTAL	311585	323277	4%

En el total general de la familia Kids, los egresos fueron un 4% superiores a los ingresos.

En el caso de Black & White no existieron ingresos de producción durante el ejercicio económico.

2.2.- MAQUILA

Del total del inventario en unidades, el 3% está conformado por prendas maquiladas en el exterior. Del inventario valorado al costo, este porcentaje es del 5%, y esta compuesto por la familia de pantalones, sweaters, chaquetas, camisas, bermudas, accesorios y perfumes.

#	User en OG	Descripcion	BW
1	pint-prens-d (pintosa)	Condado	384
2	pint-ccbos-d	Bosque	384
3	pint-cumbb-d	Cumbaya	384
4	pint-jardi-d	Jardin	384
5	pint-recre-d	Recreo	384
6	pint-sangg-d	Valle	384
7	pint-jardin kids	Jardin Kids	384
8	pint-cciii-d	CCI	512
9	pint-pkids-d	Quicentro	512
10	pinto-tradicional sur	Quicentro Sur	256
11	pinto-kids quicentro sur	Quicentro Sur Kids	256
12	pint-ambaa-d	Ambato	384
13	pint-ibarr-d	Ibarra	384
14	pint-rioba-d	Riobamba	384
15	pint-stodd-d	Sto Domingo	384
16	pint-babah-d	Babahoyo	384
17	pint-cuenn-d	Cuenca	384
18	pint-entri-d	Entre Rios	384
19	pint-lojaa-d	Loja	384
20	pint-malsu-d	Mall del Sur	384
21	pint-polic-d	Policentro	384
22	pint-porto-d	Portoviejo	384
23	pint-queue-d	Quevedo	384
24	pint-rioc-d	Rio Centro Ceibos	384
25	pint-salin-d	Salinas	384
26	pint-samar-d	San Marino	384
27	pint-shoma-d	Manta	384
28	pint-tagsa-d	Aeropuerto Guayaquil	384
29	pinto-village-d	Village	384
30	pinto-riocentronorte	Riocentro Norte	384
31	pint-machalapaseoshopp-d	Machala	384
32	pint-choneroca	Chone	384
33	pint-fpota-d	Otavalo Fabrica	1024
34	pint-malso-d	Mall del Sol	512
35	pint-otava-d	Otavalo Taller	1024
36	pint-matri-i	Internet - Matriz	8192

3.5 – POS (POIN OF SALE /PUNTO DE VENTA)

En el punto de venta se han incrementado los requerimientos presentados por el SRI en el tiempo impuesto. Este el sistema adicionalmente se ha modificado también de acuerdo a los requerimientos de Perú y Colombia respectivamente.

Se continúan implementando requerimientos presentados por el SRI y así continuar con la categoría de autoimpresores de facturas y notas de venta.

3.7 – DOMINIOS Y CUENTAS MAIL

Se adquirieron y apuntaron los dominios a la pagina web:

- pinto.com.co
- pinto.com.ec
- pinto.com.pe
- pinto.cc
- mauriciopinto.com.ec
- pintobaby.com.ec
- pintoboys.com.ec
- pintoespima.com.ec
- pintoespima.com
- pintogirls.com.ec
- pintokids.com
- pintokids.com.ec
- empresaspinto.com.ec
- pintohome.com.ec
- pinntooline.com
- pintonline.com
- pintoshop.com
- pintostore.com
- pinto.pe

Actualmente en el servidor se registran 290 cuentas de mail y 20 grupos

3.8 – ERP (Enterprise Resource Planning/Software Inegrado)

El ERP que continuamos usando es Great Plains 8 con la base de datos SQL Server 2000 supliendo las necesidades de información contable.

Se prevee en un mediano plazo migrar a las ultimas versiones tanto de este ERP así como la base de datos.

Finalmente esta sección realizó las inversiones necesarias dentro de los presupuestos en los tres países para garantizar la operación adecuada y confiable de todos los sistemas y equipos.

Las seguridades se han renovado constantemente y se ha evitado de esa manera ataques informáticos que pongan en riesgo la información de la Empresa.

Los principales proveedores de prendas maquiladas son: en Colombia CI Pietri, CI Spataro, CI Full Package; en Perú, Cotton Project y Corcelli; y en China South Enterprises. Las importaciones globales al costo de prendas maquiladas ascendieron durante el 2010 a US\$ 785.271, que frente al 2009 representaron un decrecimiento del 18%.

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

Pinto vende ropa casual principalmente de algodón, tanto bajo la marca propia como de fabricación de marca privada para otras marcas para exportación. Las ventas de Empresas Pinto tiene 2 fuentes principales: Nacionales y Exportaciones .

BIENES PRODUCIDOS/VENTAS NACIONALES

Dentro de las Ventas Nacionales existen 4 tipos de ventas:

1. Ventas al Detalle
2. Ventas a Franquicias
3. Ventas a Puntos Pinto
4. Ventas al por Mayor

EXPORTACIONES

Dentro de las Exportaciones existen 2 tipos de exportación

1. Exportaciones bajo marca Pinto
2. Exportaciones de marca Privada

BIENES NO PRODUCIDOS

Un porcentaje mínimo de ventas corresponde a bienes no producidos correspondientes a telas de segunda, desperdicios e insumos comprados en exceso que son vendidos a terceros.

2,009 2,010 %

BIENES

3.1 PRODUCIDOS

3.1.1	VENTAS AL DETALLE	11,814,925.58	12,930,158.99	9%
3.1.2	FRANQUICIAS	6,227,811.76	5,465,639.61	-12%
3.1.3	PUNTOS PINTO	430,358.37	435,994.12	1%
3.1.4	VENTAS AL POR MAYOR	160,309.79	203,257.71	27%
total		18,633,405.50	19,035,050.43	2%

3.2 EXPORTACIONES

3.2.1	ALEMANIA	898,946.92	1,540,153.12	71%
3.2.2	PERU	1,011,607.83	224,075.92	-78%
3.2.2	COLOMBIA	38,836.24	122,457.72	215%
	total	1,949,390.99	1,886,686.76	-3%

BIENES NO				
3.3 PRODUCIDOS		175,293.14	138,158.70	- 21%
3 TOTAL VENTAS		20,758,089.63	21,059,895.89	1%

3.1 BIENES PRODUCIDOS/VENTAS NACIONALES

3.1.1 Ventas al Detalle

Las ventas netas al Detalle en tiendas propias en el 2010 fue de \$12930158.99

Las ventas al detalle provienen de la venta en puntos de venta de marca Pinto de propiedad de Empresas Pinto SA. En el año 2009 existían únicamente 16 locales propios, en el 2010 la cifra asciende a 21. El incremento de locales viene de dos fuentes. La primera la inclusión de San Luis y Machala, que anteriormente era franquicias. Y la apertura de 4 locales nuevos: CCI Kids, Quicentro Sur, Quicentro Sur Kids, y Riocentro Norte, para atender a nuevos mercados. El crecimiento de ventas de ventas al detalle de Empresas Pinto ascendió al 8.9% atribuible principalmente al incremento de metros cuadrados.

Por tipo de producto las ventas la familia BW decreció en un 95% por la eliminación de esta línea, y su inclusión únicamente en los períodos de liquidación, Pinto Kids decreció -2.66% a pesar del incremento en los metros cuadrados, Pinto Tradicional – lo que nosotros denominamos a la ropa de adultos – creció en un 12%.

De acuerdo al tipo de pago, el 52% fue por tarjeta, el 43% en efectivo, 3% en tarjeta, y el restante en combinación de los anteriores. Hay una tendencia de reemplazo del pago en cheque por efectivo o tarjeta, sobretodo porque las tarjetas han incrementado su cobertura.

Las ventas son estacionales como indica el cuadro de ventas brutas siguiente con 4 picos en el año: Día de la Madre, Día del Padre, Período de Liquidación en este año llevado a cabo entre Septiembre y Octubre de 2010 y Navidad.

Las ventas mensuales son impulsadas por diferentes necesidades estacionales naturales y provocadas que serán discutidas a continuación, en el orden cronológico del año 2010.

3.1.1.1 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.

3.1.1.2 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, bvd's 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 las 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.

3.1.1.3 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 demasiado enfocado hacia una madre de 30 años, dejando de lado otros públicos objetivos.

3.1.1.4 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.

3.1.1.5 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.

3.1.1.6 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

3.1.1.7 Descuentos Locos

Durante 15 días los puntos de venta estuvieron con el 20%, 30%, 40%, 50% y 60% de descuento en mercadería seleccionada entre los meses de septiembre y octubre

3.1.1.8 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.

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Año 2010
1	AEROPUERTO	\$ 11,022.29	\$ 12,899.47	\$ 17,032.15	\$ 16,222.96	\$ 13,553.21	\$ 15,064.69	\$ 15,490.64	\$ 15,047.04	\$ 12,631.46	\$ 13,946.07	\$ 13,222.87	\$ 19,764.65	\$ 175,897.51
2	AMBATO	\$ 53,187.22	\$ 61,638.50	\$ 61,513.25	\$ 72,779.23	\$ 76,048.49	\$ 74,121.40	\$ 82,525.10	\$ 89,459.94	\$ 85,177.86	\$ 66,457.60	\$ 59,453.02	\$ 187,100.18	\$ 969,461.79
3	BODEGA DE REMATES	\$ 1,138.66	\$ 1,613.67	\$ 3,575.11	\$ 1,967.22	\$ 2,691.78	\$ 3,266.47	\$ 2,473.26	\$ 2,148.69	\$ 2,372.00	\$ 1,464.66	\$ 1,917.97	\$ 1,356.02	\$ 27,985.51
4	CCI	\$ 37,738.93	\$ 39,043.86	\$ 42,151.60	\$ 52,469.07	\$ 54,175.18	\$ 57,159.93	\$ 33,532.00	\$ 66,078.77	\$ 49,195.99	\$ 45,805.48	\$ 37,488.05	\$ 131,921.63	\$ 646,760.49
5	CCI KIDS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,807.46	\$ 13,649.29	\$ 11,940.41	\$ 8,007.10	\$ 5,157.09	\$ 27,624.73	\$ 70,186.08
6	EL BOSQUE	\$ 40,557.07	\$ 37,376.47	\$ 47,717.41	\$ 45,437.48	\$ 52,927.72	\$ 55,162.68	\$ 50,933.00	\$ 52,688.09	\$ 49,594.15	\$ 44,686.14	\$ 36,047.71	\$ 125,111.05	\$ 638,236.97
7	EL CONDADO	\$ 62,515.18	\$ 61,084.39	\$ 74,739.52	\$ 78,216.00	\$ 83,631.63	\$ 82,652.93	\$ 81,338.48	\$ 91,327.34	\$ 95,333.78	\$ 81,925.26	\$ 60,843.26	\$ 228,505.92	\$ 1,082,013.69
8	EL JARDIN	\$ 98,188.62	\$ 96,293.95	\$ 107,949.58	\$ 108,722.45	\$ 114,743.10	\$ 132,603.37	\$ 129,125.51	\$ 127,732.14	\$ 114,141.44	\$ 106,722.46	\$ 90,789.76	\$ 265,404.77	\$ 1,492,317.14
9	JARDIN KIDS	\$ 22,732.78	\$ 21,878.05	\$ 28,189.94	\$ 28,477.43	\$ 29,163.58	\$ 31,152.43	\$ 34,863.45	\$ 31,151.74	\$ 24,126.91	\$ 16,416.30	\$ 14,378.93	\$ 57,608.07	\$ 340,039.61
10	M.DEL SOL KIDS	\$ 16,499.83	\$ 18,549.36	\$ 29,319.72	\$ 27,177.79	\$ 22,366.67	\$ 20,447.53	\$ 22,993.71	\$ 20,117.09	\$ 27,681.23	\$ 27,813.55	\$ 18,599.51	\$ 75,899.11	\$ 327,405.15
11	MACHALA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 43,470.36	\$ 43,470.36
12	MALL DEL SOL	\$ 80,301.09	\$ 83,026.38	\$ 106,352.17	\$ 105,637.61	\$ 99,272.75	\$ 99,304.46	\$ 93,635.64	\$ 86,592.98	\$ 101,206.55	\$ 103,502.35	\$ 70,005.96	\$ 202,913.45	\$ 1,232,131.38
13	POLICENTRO	\$ 51,678.29	\$ 49,716.71	\$ 57,470.40	\$ 58,032.43	\$ 58,879.56	\$ 70,485.10	\$ 56,684.91	\$ 55,495.85	\$ 61,615.33	\$ 56,451.92	\$ 42,410.87	\$ 136,396.27	\$ 755,707.64
14	QUICENTRO	\$ 102,543.39	\$ 100,441.05	\$ 116,197.00	\$ 115,149.30	\$ 127,926.96	\$ 147,998.30	\$ 147,998.29	\$ 150,546.99	\$ 130,428.27	\$ 129,451.96	\$ 97,878.04	\$ 332,273.92	\$ 1,698,835.48
15	QUICENTRO KIDS	\$ 17,634.01	\$ 19,536.55	\$ 25,130.18	\$ 28,635.94	\$ 29,749.05	\$ 27,584.62	\$ 35,844.83	\$ 32,711.06	\$ 35,250.21	\$ 25,800.54	\$ 17,259.37	\$ 80,573.65	\$ 375,710.01
16	QUICENTRO SUR	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 47,785.43	\$ 33,940.59	\$ 24,956.13	\$ 22,227.47	\$ 74,115.63	\$ 203,025.66
17	QUICENTRO SUR KIDS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10,623.96	\$ 8,026.62	\$ 3,789.82	\$ 3,049.18	\$ 22,395.33	\$ 47,884.91
18	RECRO	\$ 44,400.35	\$ 44,508.43	\$ 47,117.00	\$ 57,278.97	\$ 64,408.99	\$ 59,663.09	\$ 60,144.13	\$ 61,591.00	\$ 47,473.50	\$ 47,252.19	\$ 35,573.44	\$ 138,704.32	\$ 708,085.41
19	RIOCENTRO NORTE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 77.54	\$ 54,599.89	\$ 54,677.43
20	SAN LUIS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 40,581.67	\$ 61,008.31	\$ 59,384.39	\$ 60,463.28	\$ 65,554.88	\$ 65,957.59	\$ 55,115.63	\$ 48,105.42	\$ 154,732.33	\$ 610,903.50
21	SAN MARINO	\$ 94,415.04	\$ 93,047.35	\$ 120,556.54	\$ 120,268.40	\$ 126,041.32	\$ 111,340.75	\$ 105,881.87	\$ 97,182.75	\$ 128,413.96	\$ 120,305.19	\$ 81,359.60	\$ 277,147.58	\$ 1,459,975.36
		\$ 734,052.75	\$ 740,629.19	\$ 885,031.62	\$ 957,403.96	\$ 996,568.30	\$ 1,047,392.14	\$ 1,021,635.58	\$ 1,137,485.03	\$ 1,084,528.23	\$ 980,660.34	\$ 755,845.06	\$ 2,639,478.87	\$ 12,960,711.08

3.1.2 Ventas a Franquicias

Las ventas a franquicias en el 2010 fue de \$6033639.69

Las ventas al detalle provienen de la venta a seis empresas que tienen firmado contrato de Franquicia con Empresas Pinto SA, que les autoriza el modelo de negocio, uso de marca y comercialización de los productos de marca Pinto. Se inició el año con 15 franquicias, pero Machala y San Luis pasaron a ser puntos de venta de Empresas Pinto SA, y la tienda de Village se añadió al grupo de franquicias, terminando el año con 14 franquicias.

3.1.3 Ventas a Puntos Pinto

Las ventas a Puntos Pinto en el 2010 fue de \$435,994.12

Las ventas al detalle provienen de la venta a cuatro empresas que tienen la autorización de la comercialización de los productos bajo marca Pinto bajo ciertos parámetros de imagen. Se inició el año con 4 Puntos Pinto, y en diciembre de 2010 se incorporó el Punto Pinto Chone.

3.1.4 Ventas al por Mayor

Las ventas al por mayor en el 2010 fue de \$ 203,257.71

Las ventas al por mayor son una mínima parte del mix de ventas nacionales, a clientes de provincia principalmente que comercializan los productos Pinto en boutiques.

3.2 EXPORTACIONES

3.2.1 Exportaciones bajo la marca Pinto

Las exportaciones bajo la marca Pinto corresponden a las ventas a Colombia y Perú para las tiendas Pinto que hay en los dos países.

En Colombia hay 3 tiendas, dos en Medellín y una en Pasto, en Perú hay 4 tiendas, todas en Lima

Las exportaciones de marca Pinto en el 2010 ascendieron a \$346533.64

3.2.2 Exportaciones de Marca Privada (Private Label)

Continuando con la tradición de exportación de 25 años a la Empresa Ragtex a la cual le hacemos prendas 100% algodón para diferentes marcas

Las exportaciones a Ragtex en el 2010 ascendieron a \$1540153.12, 71% más que el año anterior

3.3 BIENES NO PRODUCIDOS

Un porcentaje mínimo de ventas corresponde a bienes no producidos correspondientes a telas de segunda, desperdicios e insumos comprados en exceso que son vendidos a terceros. El valor en el 2010 ascendió a \$138158

4.- DISEÑO

En lo que se refiere a innovación el departamento de diseño ha tenido un crecimiento importante en el desarrollo de prendas nuevas en el 2010 con respecto al 2009. Involucra prendas desarrolladas en fábrica como maquiladas en Ecuador, Perú y Colombia.

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

En el 2010 se desarrollaron para Pinto tradicional 12 colecciones con un total de 591 modelos nuevos entre todas las familias.

Para Pinto Kids se desarrollaron 11 colecciones para un total de 391 modelos nuevos, entre todas las familias.

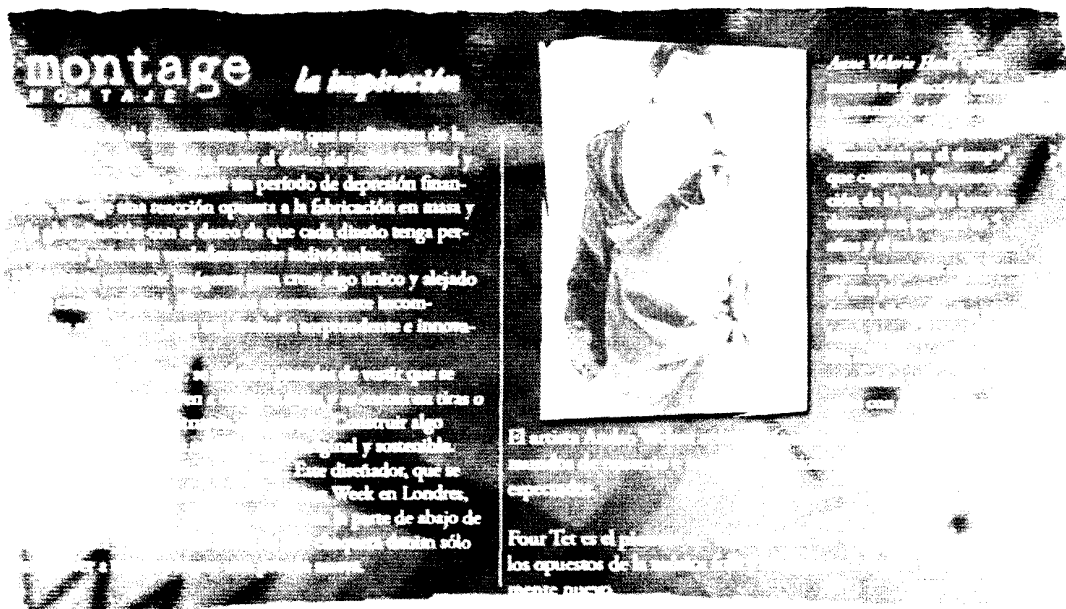
	Exportación	Pinto Kids	Pinto Tradicional
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			
16.			
17.			
18.			
19.			
20.			
21.			
22.			
23.			
24.			
25.			
26.			
27.			
28.			
29.			
30.			
31.			
32.			
33.			
34.			
35.			
36.			
37.			
38.			
39.			
40.			
41.			
42.			
43.			
44.			
45.			
46.			
47.			
48.			
49.			
50.			
51.			
52.			
53.			
54.			
55.			
56.			
57.			
58.			
59.			
60.			
61.			
62.			
63.			
64.			
65.			
66.			
67.			
68.			
69.			
70.			
71.			
72.			
73.			
74.			
75.			
76.			
77.			
78.			
79.			
80.			
81.			
82.			
83.			
84.			
85.			
86.			
87.			
88.			
89.			
90.			
91.			
92.			
93.			
94.			
95.			
96.			
97.			
98.			
99.			
100.			

TEMA PARA EL DESARROLLO DE LAS PRENDAS.

TENDENCIA ESCOGIDA

MONTAJE

INSPIRACIÓN:

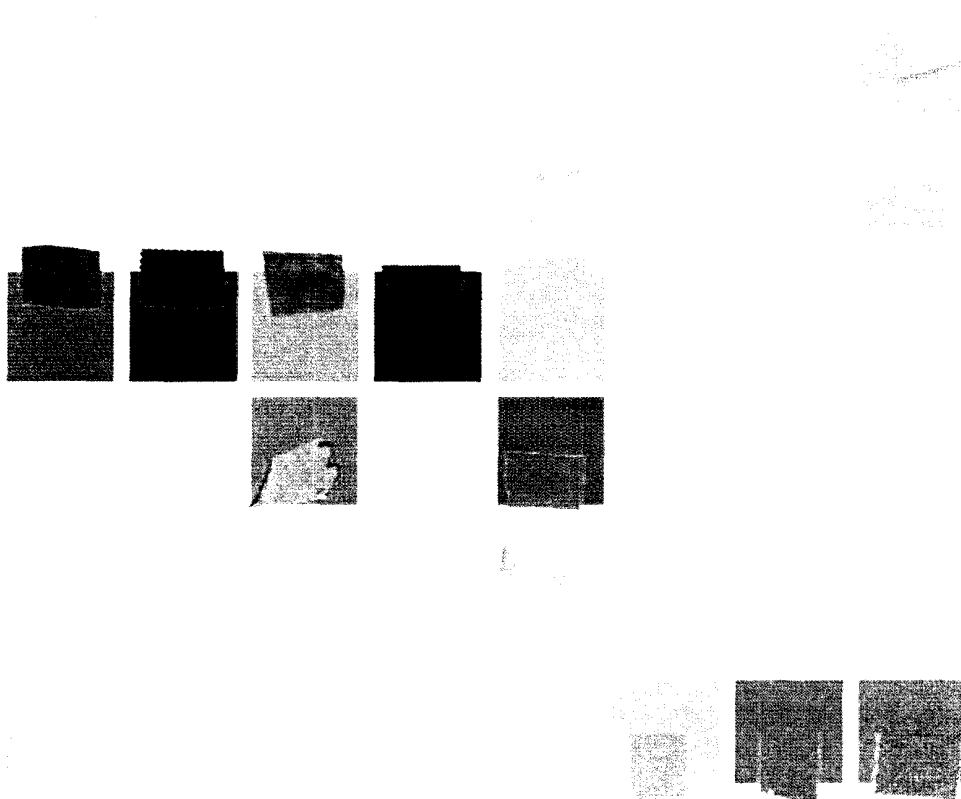


DESARROLLO DE COLOR:

Colores clave:

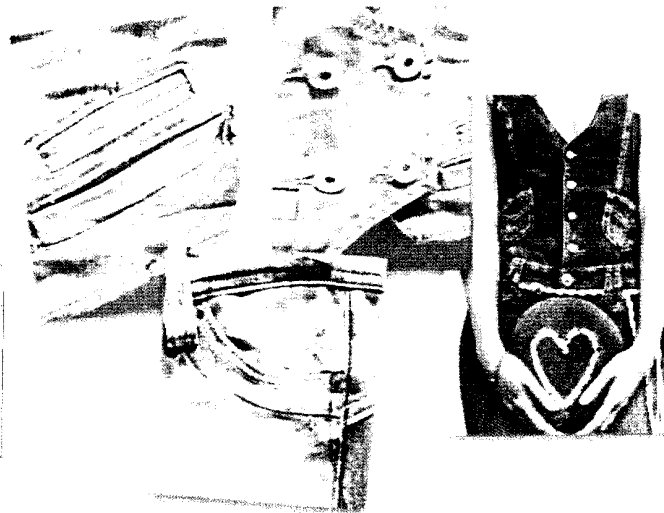


Carta de color y desarrollo de colores:



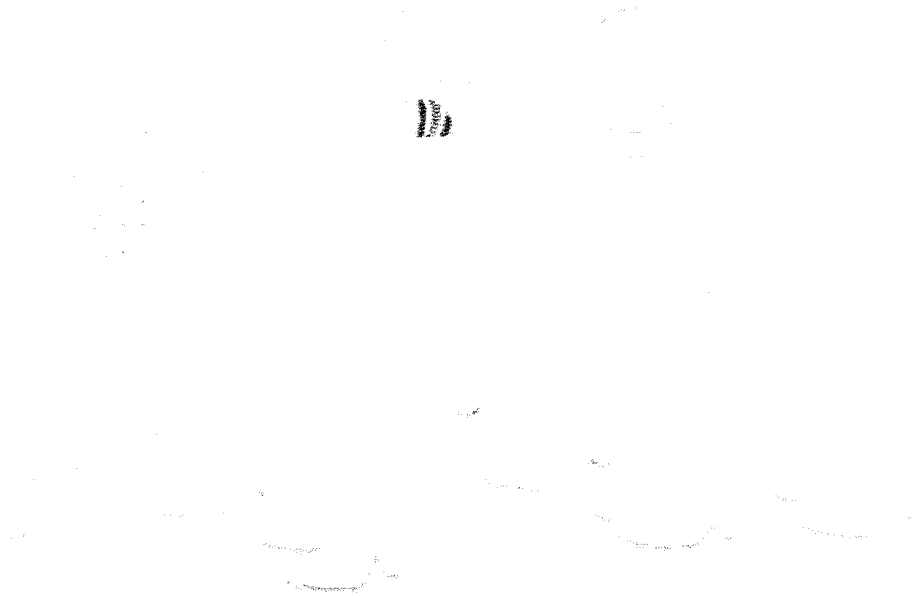
Siluetas:

Detalles:



montage

Accesorios:



En cuanto a los accesorios se aumento en un 50% la cantidad de desarrollos para colecciones ya que se amplio el mix de prendas.

Se empezó a hacer “NUEVOS DESARROLLOS” de modelos de zapatos, bolsos, collares para empezar con una línea de accesorios para el 2011.

Bajo los parámetros de estas tendencias se desarrollaron las siguientes colecciones:

Primer semestre 2010:

Se desarrollan 6 colecciones una por mes. En cada colección se involucra cada una de las familias mas representativas. Se utilizan detalles de valor agregado como: costuras, rouges, flecos, encarrujados, accesorios diferenciados (botones metálicos, broches, reatas diferenciadas). En esta colección tenemos la temporada de madres y padres, donde las prendas están diseñadas para atraer éste mercado.









Segundo semestre 2010:

Tenemos una colección versátil, donde pueden encontrar prendas para diferentes ocasiones de uso: almuerzo familiar, cena más formal, deportes, playa etc.

La variedad de SKUs se incrementaron sustancialmente para cubrir los diferentes grupos y mercados a los que queremos apuntar

En el último semestre se cambio el acercamiento de la campaña de Navidad hacia el estilo de vida Pinto y no tanto hacia la ropa. Se trabajó conjunto con el grupo de imagen para poder llegar a este nuevo acercamiento al cliente.

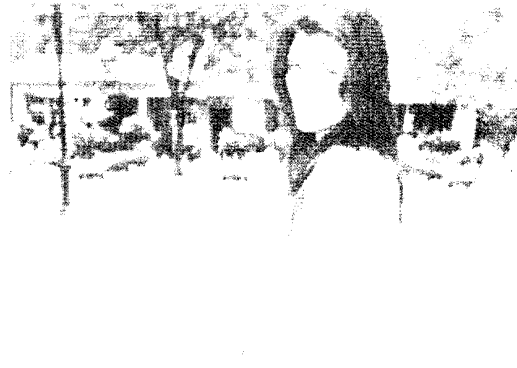




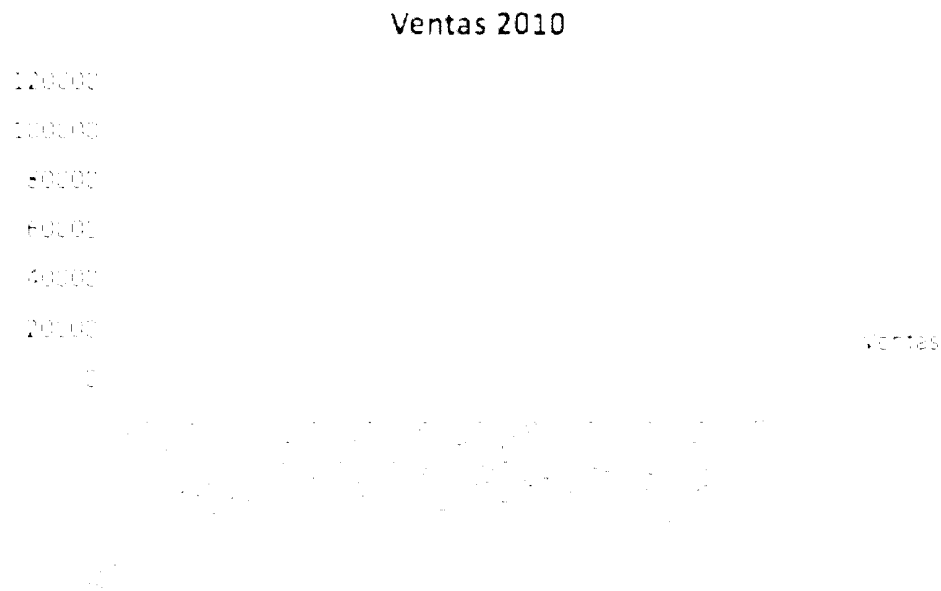








Cuadro de ventas de las familias mas representativas en prendas de innovación:



En este año vemos que el orden de las familias más vendidas han cambiado. La familia de T-shirts siguen siendo nuestro fuerte y las camisetas con cuello aunque sean más de las línea de hombre aportan en 3er lugar en ventas. La familia de pantalones ha venido creciendo y como grupo diseño seguiremos tratando de hacer crecer esta línea ya que creemos que aporta a la variedad de prendas en almacenes.

Vemos que una de las familias más importantes como lo era sport ha perdido su importancia dentro de nuestros almacenes ya que existe mayor competencia en prendas deportivas y más que nada en prendas deportivas con telas inteligentes (tecnológicas).

DESARROLLO DE PRENDAS PARA EXPORTACIÓN (RAGMAN)

En el 2010 se desarrollaron 6 modelos nuevos para el cliente.

En este año el desarrollo más importante fue un nuevo modelo de T-shirt en un tejido de punto más liviano en algodón Pima. El desarrollo fue aprobado satisfactoriamente por el cliente y empezamos la exportación de el nuevo desarrollo el mismo año.

El nuevo modelo fue tan bien acogido por los clientes que se hizo el mismo desarrollo en manga larga y se lo empezará a exportar desde el 2011.

DESARROLLO DE MUESTRAS:

En el 2010 se desarrollaron alrededor de 1338 muestras entre propuestas de colecciones, prendas para fotos y prendas rechazadas.

DESARROLLO DE PATRONES:

Se desarrolló alrededor de 4980 patrones entre propuesta de nuevos modelos, escalados de tallas y modelos rechazados.

COLORES

Con respecto a los colores se desarrollaron 2 gamas para primavera verano y otoño invierno 2010 con un total de 54 colores del pantone Textil por semestre. Se utiliza la misma gama de color para las 4 líneas de Pinto (mujeres, hombres, niños y niñas).

COLORES DE INNOVACION MAS REPRESENTATIVOS EN VENTAS

FUCS 4 6076

FRESA 6077

TURQUESA 7104

TURQUESA 7145



MORADO 6359

GR S 5106