

**INFORME QUE EL GERENTE GENERAL DE EMPRESAS PINTO S.A.
PRESENTA A SUS ACCIONISTAS Y QUE CORRESPONDE AL
EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2011.**

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 2011.

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 y Exportaciones.



**MAURICIO PINTO MANCHENO
GERENTE GENERAL**



1.- PRODUCCION

1.1.-HILATURA

Los resultados para esta sección durante el año 2011 registraron un decrecimiento del 0.82% en relación al año 2010. El proceso de hilado utilizó 475 toneladas de algodón norteamericano, con las que se produjeron 352.6 toneladas de hilo. El porcentaje de desperdicio de fibra llegó al 25.4%.

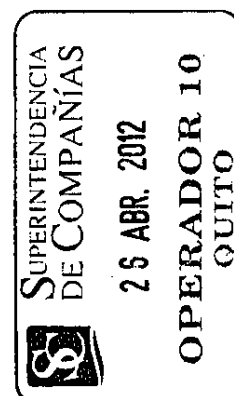
Se determina una eficiencia de producción en la sección de hilatura en un 76.37% para el 2011.

De manera distinta al ejercicio anterior y por la variedad en la demanda de distintos títulos (grosor) de hilos producidos, esta sección no fue requerida en el total de su capacidad en este período. Por la demanda que ha mantenido la Empresas en variedad de materias primas y tipos de hilados, se vio en la obligación de mantener la adquisición de 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 2011 la empresa consumió hilados de algodón Pima de los siguientes proveedores peruanos: Algodonera Peruana y Creditex fueron las empresas encargadas de proveer dichos materiales. El total de consumo en este período fue de 149 toneladas, habiendo adquirido 158 toneladas

La producción de hilo clasificada por títulos en el año 2010 fue de la siguiente manera:

TITULOS	%	Kg.
28/1	87.20%	307449.43 Kg.
24/1	6.50%	22917.85 Kg.
32/1	5.83%	20548.83 Kg.
16/1	0.32	1142.60 Kg.
30/1	0.15%	521.04 Kg.
	100%	352579.75 Kg.



Durante el 2011 el flujo de caja para adquisición de repuestos se mantuvo en niveles normales.

Cabe recalcar que el costo de la materia prima algodón, experimentó un alza a nivel mundial en el precio, como nunca antes vista en la historia moderna de la empresa, alcanzando cifras que triplicaron el costo promedio del 2.010.

1.2-TEJEDURIA

Esta sección decreció en el 2011 comparado al período anterior en un 5.21%. Durante el ejercicio se tejieron 422.78 toneladas de tela cruda con un desperdicio del 1,97%.

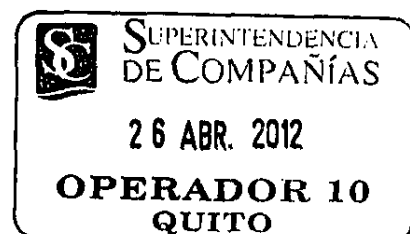
La creciente demanda en prendas con mayor valor agregado y menor consumo de tela mantiene los niveles de producción de esta sección por debajo de su capacidad instalada, es decir al 44.04%. Es importante puntualizar que para lograr abastecer con agilidad las exigencias de un mercado en constante cambio 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 769.624 unidades durante este año con un decrecimiento del 0.86% en relación al 2010. El porcentaje de medias de segunda fue del 5.97%.



1.4- TINTORERIA

Durante este período se pudo percibir un decremento de producción en relación al año pasado de un 7.84% habiendo tinturado 391.6 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 47.31% de su capacidad máquina instalada. El desperdicio de la sección fue del 0,44% y la variación de peso (merma) por el proceso Santex fue del 5.44% alcanzando una variación de peso total de 5.88%

La tela calificada de segunda representa el 3.21% y expresa un crecimiento al año anterior de un punto.

Se despacharon 386.44 toneladas de tela terminada a talleres Quito y Otavalo. El decremento de tela despachada respecto al período anterior fue del -10.03%, este porcentaje está sujeto a los pedidos de tela terminada.

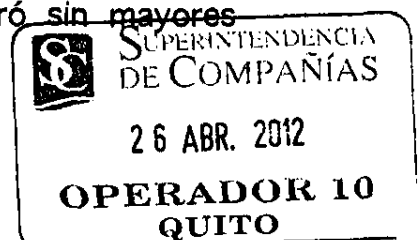
Se siguen establecido nuevos procesos que nos permitan seguir reduciendo estos índices en el futuro inmediato.

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

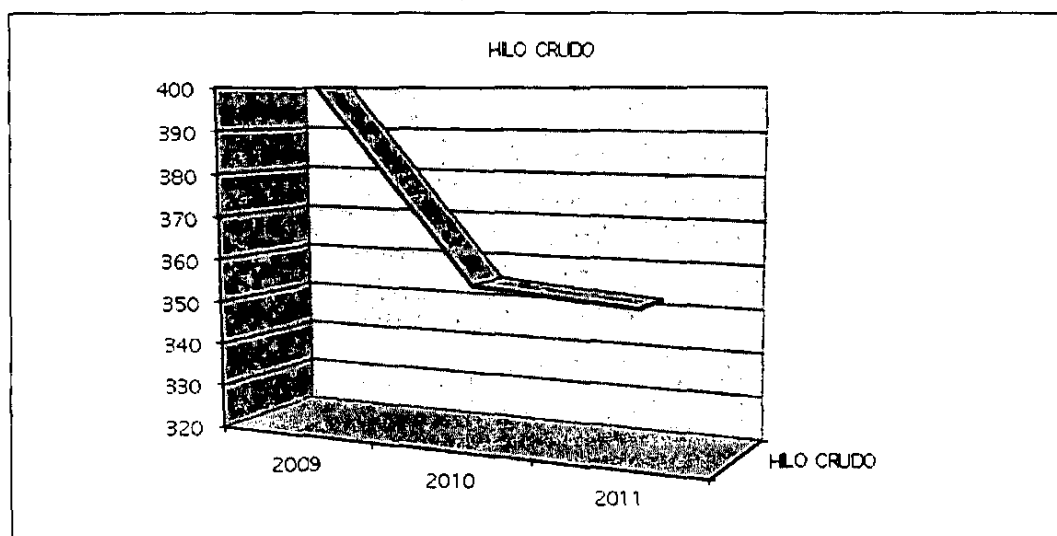
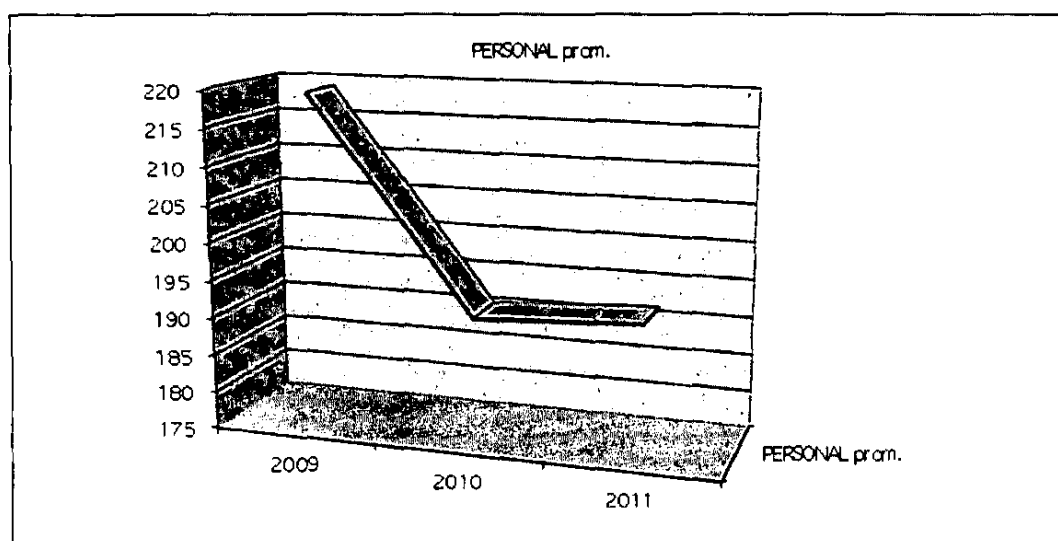
Como un dato general en nuestra planta cabe recalcar que gracias a los constante inversión en mantenimientos preventivos y correctivos realizados tanto a nuestra maquinaria así como a nuestros equipos de generación de aire, de vapor, de generación emergente, bombas de agua, cisternas, montacargas, edificios 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 189 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 año 2011 nuestra Empresa filiales en Perú y Colombia se desarrollaron con normalidad bajo la supervisión de nuestro personal de control y su actividad será descrita en los siguientes puntos.

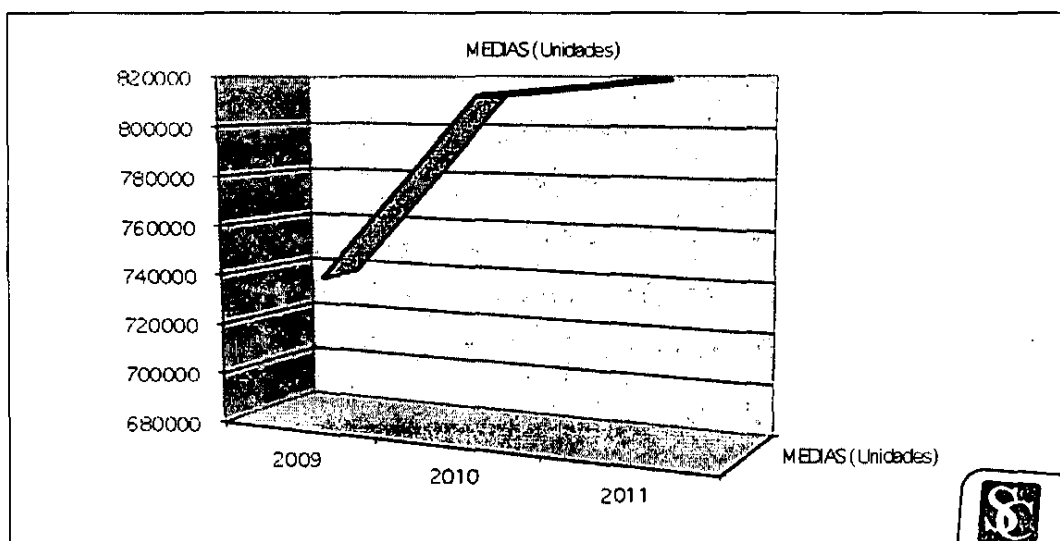
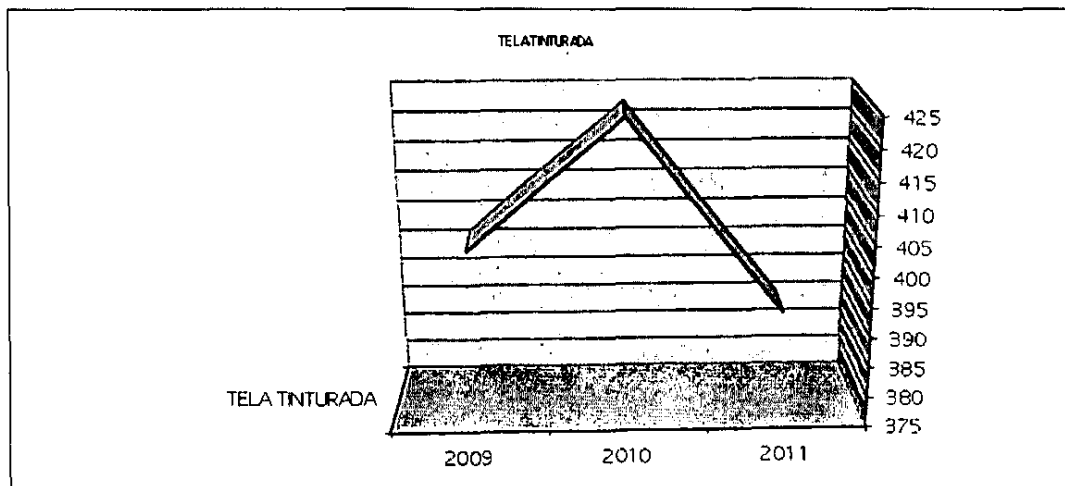
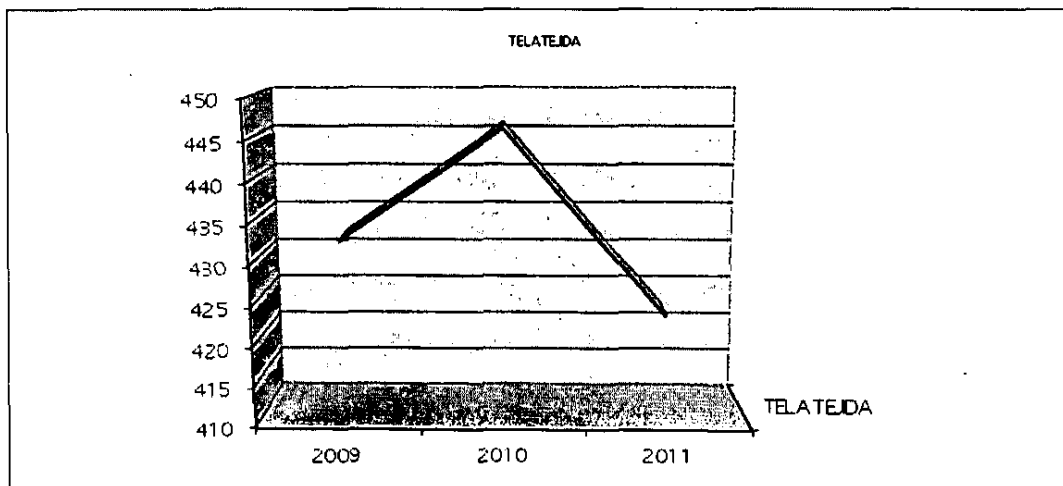
1.6- ANEXOS FABRICA



SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS

26 ABR. 2012

OPERADOR 10
QUITO



SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS

26 ABR. 2012

OPERADOR 10

QUITO

2.- CONFECCION

Durante el año 2011 la producción de los talleres se enfocó en cumplir con las prioridades de ventas y para ello se incrementó producción a través de talleres satélites tanto en Ecuador como en Pinto Perú (Lima).

En el taller de Quito, un módulo de confección se especializó en producción de prendas tipo polo, básicas y moda.

En el taller de Otavalo, de los 14 módulos se distribuyeron 3 para producción de prendas básicas (calzoncillos, pants, bvds, boxers), 8 en producción moda (colecciones mensuales blusas, tops, sweats, shorts, pijamas, etc.) y 3 en producción de Exportación (Ragman) hasta el mes de octubre, mes en el que se inició con la producción de prendas moda por la reducción en pedidos de exportación. Para estas fechas se redujo la producción con talleres satélites externos.

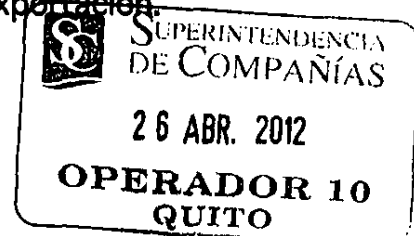
Los talleres satélites, se trabajó en promedio con 10 proveedores externos con producción de prendas nuevas y básicos. Hasta el mes de noviembre y diciembre se redujeron los satélites a 6.

La planta de corte en taller Quito se mantuvo con producción para los 14 módulos de taller de Otavalo, 1 de taller Quito y 10 talleres satélites. Adicional se corto en taller Otavalo prendas pequeñas de recuperación de tiras o piezas con fallas.

Durante el 2011 se produjeron en Ecuador 339 modelos nuevos para colecciones de Pinto tradicional y 209 modelos nuevos para colecciones de Pinto Kids y en Perú 112 modelos nuevos colección tradicional, con un total de 660 nuevas referencias.

2.1 TALLER OTAVALO

El taller Otavalo produjo 1'272.113 prendas lo cual representa un decrecimiento del 1.3 % en relación al 2010, año en el que se produjeron 1'288.881 prendas. Esto se debe a que durante los meses de noviembre y diciembre no se produjo prendas de exportación.



Durante los meses de noviembre y diciembre los módulos 11 y 13 que confeccionan exportación estuvieron confeccionando prendas de moda. De esta forma se consiguió cumplir con el requerimiento de ventas para la época pico de Navidad.

En lo que a mano de obra directa (MOD) se refiere, tuvimos en promedio 166 personas MOD. Fueron 9 personas menos que en el 2010.

El taller trabajó con una eficiencia promedio de 69.58%

MES	PRODUCCIÓN 2010	PRODUCCIÓN 2011
ENERO	70,566	81,847
FEBRERO	113,162	114,674
MARZO	118,001	122,489
ABRIL	104,034	115,932
MAYO	89,888	119,414
JUNIO	98,174	125,459
JULIO	140,987	108,186
AGOSTO	125,454	120,418
SEPTIEMBRE	121,248	109,269
OCTUBRE	102,978	106,445
NOVIEMBRE	91,718	72,393
DICIEMBRE	112,671	75,587
	1,288,881	1,272,113

2.2 TALLER QUITO

El taller Quito produjo 90.842 prendas (polos y prendas moda). En relación al 2010 (82.762 prendas) fueron 8.080 prendas más que representó un incremento del 9,1%.

En lo que se refiere a MOD en promedio trabajamos con 30 personas lo que nos da una producción de 2.986 prendas año / hombre

El taller trabajo a una eficiencia promedio del 67,3%.



SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS

26 ABR. 2012

OPERADOR 10
QUITO

	2010	2011		
MES	PRODUC. Confeccion MES	PRODUC. Confeccion MES	# DE PERSONAS 2011	PRODUCCION MES POR PERSONA 2011
ENERO	7.522	4.626	31	149
FEBRERO	10.611	6.833	34	201
MARZO	11.517	6.657	34	196
ABRIL	9.998	9.150	31	295
MAYO	3.884	8.143	29	281
JUNIO	6.639	10.681	30	356
JULIO	4.917	8.053	30	268
AGOSTO	4.980	9.669	30	322
SEPTIEMBRE	4.039	9.318	28	333
OCTUBRE	5.611	4.412	29	152
NOVIEMBRE	6.860	7.092	29	245
DICIEMBRE	6.184	6.208	30	207
	82.762	90.842	30,42	2986,59

2.3 TALLERES SATÉLITES

La producción total del 2011 fue de 614,651 que en relación al 2010 (623,209) fue un 1% menos. Se trabajo con un promedio anual de 132 personas (16 talleres satélites) lo que nos da una producción de 4,662 prendas año-hombre.

Todos los talleres produjeron prendas de moda y prendas básicas.

	2010	2011		
MES	PRODUCCIO N mes	PRODUCCION CONFECCION MES	# DE PERSONAS 2011	PRODUCCIO N MES POR PERSONA 2011
ENERO	25.198,0	45.982,0	132	348,3
FEBRERO	30.870,0	59.787,0	132	452,9
MARZO	56.999,0	62.093,0	132	470,4
ABRIL	56.858,0	58.537,0	132	443,5
MAYO	64.680,0	43.631,0	134	325,6
JUNIO	44.313,0	45.864,0	134	342,3
JULIO	42.585,0	54.010,0	136	397,1
AGOSTO	47.560,0	62.622,0	130	481,7
SEPTIEMBR E	69.940,0	47.082,0	130	362,2
OCTUBRE	62.518,0	47.884,0	130	368,3
NOVIEMBRE	55.465,0	43.649,0	130	335,8
DICIEMBRE	66.223,0	43.510,0	130	334,7
TOTAL	623.209,0	614.651,0	131,8	4.662,3



SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS

26 ABR. 2012

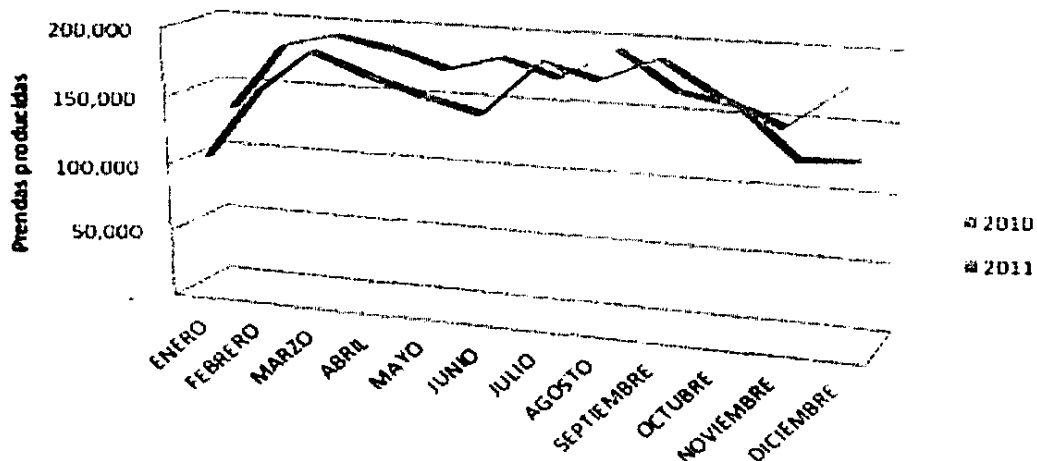
OPERADOR 10

En resumen, entre todos los talleres en Ecuador se produjeron 1'977.606 prendas, que representa el 0.87% menos que el 2010. Como se menciona anteriormente esta reducción se debe a la disminución de pedidos de exportación Ragman.

En los talleres propios se trabajó con 242 personas en MOD dándonos una producción promedio persona/año de 5632 prendas.

MES	AÑO 2010				AÑO 2011			
	TOTAL PRODUCCIÓN TALLERES PROPIOS NACIONAL MES	PRODUC. Confección MES EXPORTACIÓN	Producción talleres satélites	TOTAL CONFECCIÓN 2010	TOTAL PRODUCCIÓN TALLERES PROPIOS NACIONAL MES	PRODUC. Confección MES EXPORTACIÓN	Producción talleres satélites	TOTAL CONFECCIÓN 2010
ENERO	49,265	28,823	25,198	103,286	56,460	30,013	45,982	132,455
FEBRERO	71,758	52,015	30,870	154,643	72,891	48,616	59,787	181,294
MARZO	71,463	58,055	56,999	186,517	67,717	61,429	62,093	191,239
ABRIL	68,582	45,450	56,858	170,890	69,217	55,865	58,537	183,619
MAYO	74,501	19,271	64,680	158,452	64,368	63,189	43,631	171,188
JUNIO	80,635	24,178	44,313	149,126	78,551	57,589	45,864	182,004
JULIO	98,391	47,513	42,585	188,489	78,212	38,027	54,010	170,249
AGOSTO	88,156	42,278	47,560	177,994	88,444	41,643	62,622	192,709
SEPTIEMBRE	68,747	56,540	69,940	195,227	78,392	40,195	47,082	165,669
OCTUBRE	64,622	43,967	62,518	171,107	72,593	38,264	47,884	158,741
NOVIEMBRE	69,293	29,285	55,465	154,043	66,090	13,395	43,649	123,134
DICIEMBRE	69,551	49,304	66,223	185,078	78,666	3,129	43,510	125,305
	874,964.0	496,679.0	623,209.0	1,994,852.0	871,601.0	491,354.0	614,651.0	1,977,606.0

Comparativo producción 2010 - 2011

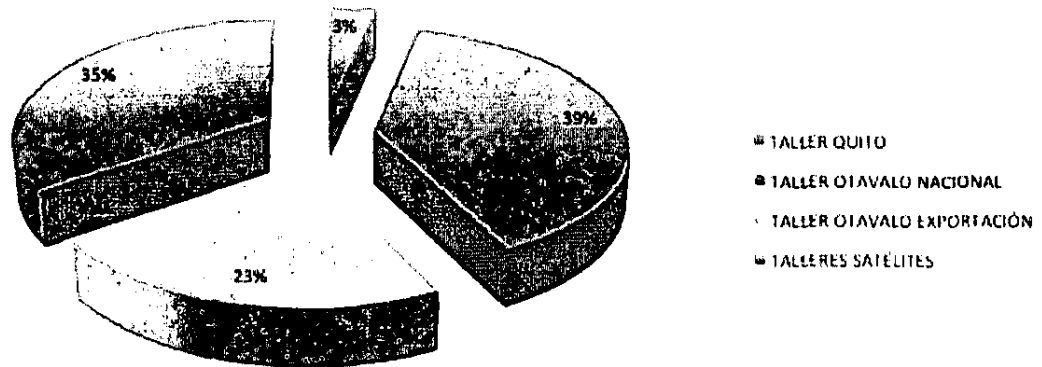


SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS

26 ABR. 2012

OPERADOR 10
QUITO

Producción talleres 2010 porcentaje de participación



2.4 AREA CORTE

Durante el 2011 la planta de corte Quito trabajo para abastecer a todos nuestros talleres. La producción total fue de 2'005.733 prendas cortadas con un consumo total de tela de 396.101,5kg. El desperdicio de corte y tiras fue de 108.169,2kg que representa el 27,31%. Esto nos da un peso promedio de 0.198kg por prenda.

El 24% de tela usada es tela plana comprada y tejido de punto listado que no lo fabricamos en nuestra planta.

La producción promedio por persona en corte fue de 7896 prendas mes/hombre. En consumo de tela se consiguió disminuir el desperdicio respecto al 2010 en 1.13%



SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS

26 ABR. 2012

OPERADOR 10
QUITO

MES	AÑO 2010				AÑO 2011			
	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	109,955	22,650	6,349	28.03%	145,615	30,495	8,401	27.55%
FEBRERO	176,652	36,284	10,278	28.33%	185,902	37,228	10,126	27.20%
MARZO	173,832	39,338	11,592	29.47%	202,447	41,305	11,308	27.38%
ABRIL	158,032	32,724	9,673	29.56%	179,460	39,222	10,859	27.69%
MAYO	159,344	31,725	8,948	28.21%	167,768	35,818	9,970	27.84%
JUNIO	161,997	27,818	7,861	28.26%	171,611	34,167	9,206	26.94%
JULIO	203,262	36,908	10,263	27.81%	186,984	37,776	10,388	27.50%
AGOSTO	196,316	38,446	11,108	28.89%	175,311	33,209	9,276	27.93%
SEPTIEMBRE	190,699	37,007	10,801	29.19%	175,176	35,127	8,872	25.26%
OCTUBRE	179,835	37,702	10,795	28.63%	184,767	31,234	8,078	25.86%
NOVIEMBRE	153,061	31,633	8,751	27.66%	110,199	20,171	5,970	29.60%
DICIEMBRE	163,703	33,403	8,928	26.73%	121,093	20,351	5,714	28.08%
	2,026,688.0	405,639.4	115,347.2	28.44%	2,005,733.0	396,101.5	108,169.2	27.31%

2.5 TRAZOS (Gerber)

De esta producción de corte el 89% corresponde a cortes que se han realizado con trazos plateados, el 11% 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.

2.6 CONTROL DE CALIDAD

Durante el 2011 nos enfocamos en reducir los porcentajes de no-calidad en calidad volante e inspección final.

Revisión sobre el producto empacado de acuerdo a las tablas AQL que nos da la cantidad de prendas a revisar y cuanto se acepta o se rechaza. Se clasifican los problemas graves y leves, se revisa imagen, ensamble costuras, defectuosidad en materia prima e insumos, terminación y acabados.

El porcentaje de no-calidad en calidad volante fue de 4.98%. En inspección final el porcentaje de no-calidad fue de 2.8%, muy cerca del 2% que es el máximo permisible de acuerdo a nuestros estándares.

2.7 TALLER LIMA

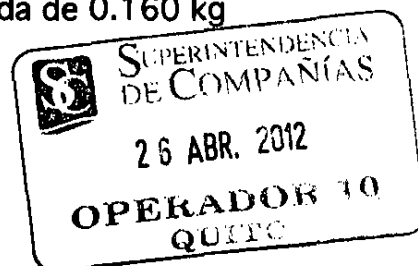
Coordinación de producción con taller Lima.

Durante el 2011 taller Lima fabricó prendas propias Pinto (moda y básicas) y prendas de Exportación Ragman. Se confeccionaron 279.275 prendas Pinto y 161.834 prendas RAGMAN total 441.109 prendas.

MES	2010		2011		
	TOTAL EXP.	TOTAL NAC.	TOTAL EXP.	Total taller	Total satélites
ENERO	0	17,356	21,544	3,596	3,185
FEBRERO	9,166	8,443	40,254	2,543	6,086
MARZO	12,757	14,972	18,805	16,091	6,364
ABRIL	21,710	11,749	21,285	10,127	4,029
MAYO	3,722	15,363	19,931	16,852	5,858
JUNIO	29,076	7,022	12,403	9,137	4,960
JULIO	20,948	6,417	3,716	14,111	7,426
AGOSTO	28,372	6,491	0	23,143	11,323
SEPTIEMBRE	11,950	11,818	0	23,474	6,886
OCTUBRE	35,627	5,119	4,346	19,537	22,617
NOVIEMBRE	26,146	10,028	375	17,043	20,698
DICIEMBRE	10,498	8,232	19,175	8,793	15,396
TOTAL POR TIPO	209,972	123,010	161,834	164,447	114,828
PARTICIPACIÓN %	63.1%	36.9%	36.7%	37.3%	26.0%
TOTAL	332,982		441,109		

Comparando con el 2010 hemos producido 32.5% mas en el 2011. Esto se debió a que trabajamos con un promedio de 6 talleres satélites en confección de prendas de moda y básicas cuya producción representó el 26% de la producción total. La producción de exportación representó el 36.7% de la producción total y la producción del taller con prendas Pinto representó el 37.3%.

Durante el 2011 se compró hilo 40 Supima a la Empresa Bulher Quality Yarns (EEUU) y con esto se sub-contrato el proceso de tejido y tintura. Se consumió un total de 73.100 kg de tela (Tejido de punto H/40 Supima) con un desperdicio total de 19.163 kg que nos da un 26.21% de desperdicio y un consumo promedio por prenda de 0.160 kg



MES	TOTAL prendas CORTE MES	CONSUMO TOTAL TELA KGS	DESPERDICIO TOTAL TELA	PORCENTAJE DE DESPERDICIO	PESO PROMEDIO PRENDA
ENERO	38,328	6,953	1,716	25%	0.181
FEBRERO	42,872	6,178	1,359	22%	0.144
MARZO	47,001	7,523	1,747	23%	0.160
ABRIL	26,718	3,951	1,035	26%	0.148
MAYO	43,676	6,705	1,487	22%	0.154
JUNIO	27,318	4,768	1,276	27%	0.175
JULIO	38,992	6,382	1,863	29%	0.164
AGOSTO	60,206	8,016	2,356	29%	0.133
SEPTIEMBRE	33,624	5,440	1,635	30%	0.162
OCTUBRE	22,733	3,785	1,174	31%	0.166
NOVIEMBRE	31,015	5,291	1,499	28%	0.171
DICIEMBRE	47,224	8,108	2,016	25%	0.172
TOTAL POR TIPO	459,707	73,100	19,163	26.21%	

2.8 TALLER MEDELLÍN

Coordinación de producción con taller Medellín.

En Diciembre del 2010 se montó este taller con maquinaria nueva para la confección de camisas. En inicio se subcontrato el proceso de corte así como también el troquelado y fusionado de la entreteila para cuellos, pie de cuello y puños.

En Enero del 2011 se dio inició a la producción de camisas de hombre (básicas y Moda). El proceso fue lento porque no se encontró el personal con experiencia en confección y la eficiencia durante todo el año se mantuvo alrededor del 40%. Toda la producción de este taller es para exportación a Ecuador y un pequeño porcentaje para Lima y almacenes Medellín.

A partir del mes de Mayo se monta el corte en este taller, con el fin de controlar el proceso y obtener un producto de calidad. Durante el año no se pudo optimizar este proceso por la falta de experiencia del personal contratado ya que las exigencias de calidad son altas para este producto, especialmente en diseño de cuadros.

La tela (Tejido plano) para esta producción se compro en un 90% a Brasil (Cataguases). El 10% restante ha sido compra local o importación de Perú y Portugal.



SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS

26 ABR. 2012

OPERADOR 10
QUITO

TOTAL CAMISAS DE PINTO COLOMBIA		
FECHA	PRODUCCION	TOTAL INGRESOS A ECUADOR
ENERO	174	-
FEBRERO	693	-
MARZO	2,193	-
ABRIL	2,036	1,141
MAYO	2,895	1,806
JUNIO	3,254	2,379
JULIO	3,769	1,552
AGOSTO	5,256	3,493
SEPTIEMBRE	5,692	3,278
OCTUBRE	4,838	3,856
NOVIEMBRE	3,021	2,117
DICIEMBRE	2,437	8,187
LLEGA EN ENERO 2012 DESPACHO DICIEM		2,212
TOTAL 2011	36,258	30,021

2.9 EXPORTACIÓN RAGMAN

En cuanto a exportación cliente RAGMAN, durante el 2011 se produjeron 679.783 prendas para exportación entre taller Otavalo Ecuador, taller Lima y taller Medellín. Esto representa un decrecimiento del 3.82% en relación al 2010.

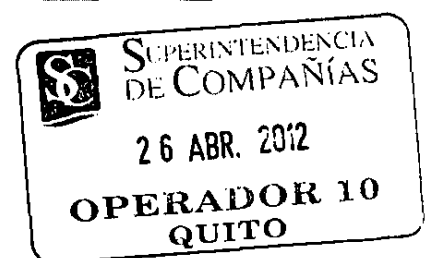
De este total exportado el 86,14% fue blanco, el 32.5% negro, 1.65% melange y el 7.42% varios colores.

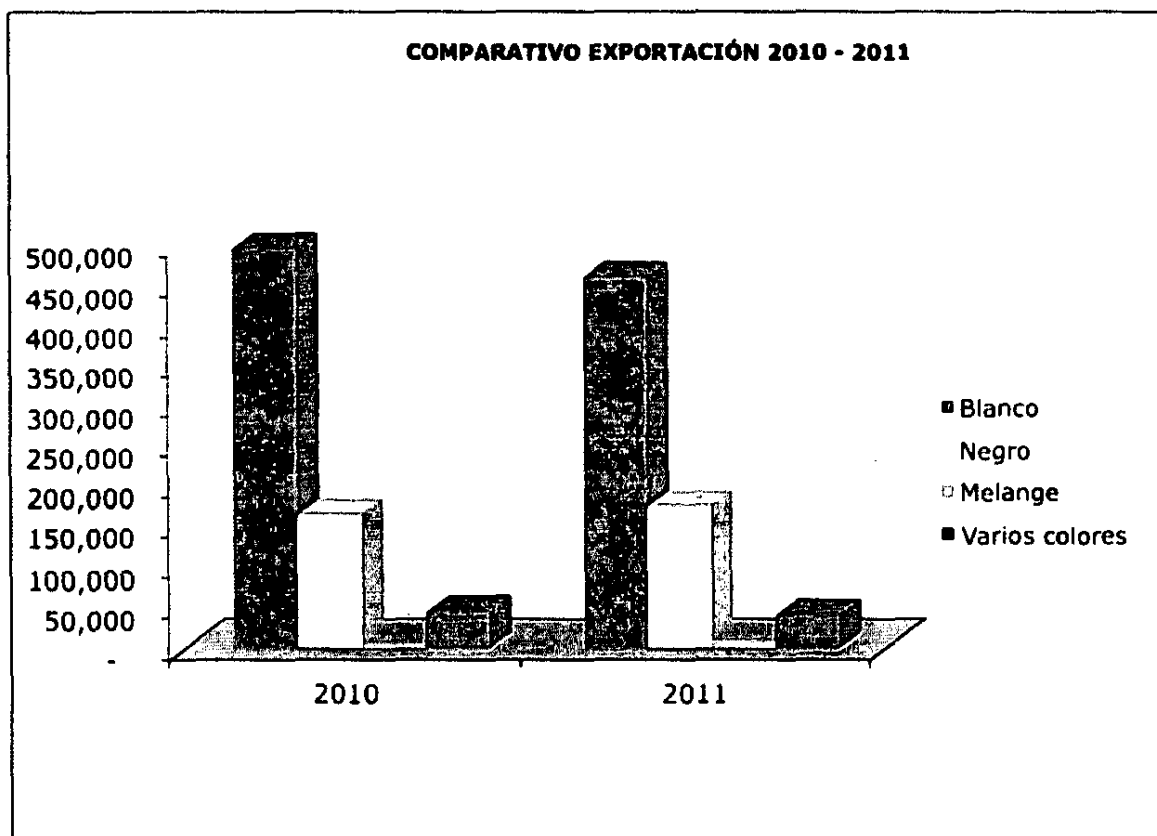
Se enviaron desde Ecuador 13 exportaciones marítimas y 13 aéreas, total 532.298 piezas.

Desde Lima se enviaron 6 exportaciones marítimas y 4 exportaciones aéreas, total 146.655 prendas.

Se envió una primera exportación de camisas desde taller Medellín con 830 prendas.

	BLANCO	NEGRO	MELANGE Y GRAFITO	COLOR	TOTAL	Incremento	Porcentaje
2010	493,854	162,662	5,020	43,217	704,753	50,804	7.77%
2011	458,510	172,979	8,775	39,519	679,783	(24,970)	-3.82%
	368,049	117,271	8,775	38,203	532,298	Ecuador 2011	
	90,461	55,708	-	486	146,655	Lima 2011	
				830	830	Medellin 2011	





3. INFORME SEGURIDAD INDUSTRIAL Y MANTENIMIENTO

3.1 Mantenimiento Industrial

La labor del departamento de mantenimiento, está relacionada muy estrechamente en la prevención de accidentes y lesiones en el trabajador ya que tiene la responsabilidad de mantener en buenas condiciones, la maquinaria y herramienta, equipo de trabajo, lo cual permite un mejor desenvolvimiento y seguridad evitando en parte riesgos en cada una de la áreas de trabajo.

Para esto durante el 2011 se ha realizado las siguientes actividades.

1. Orden y limpieza área de mantenimiento.
2. Evaluar el equipo y comprender la situación actual.- En objetivo fue que el personal de mantenimiento sepa sus roles y responsabilidades específicas en cada una de las áreas.
3. Registro de los equipos.- Era necesario hacer un registro de los equipos que se va administrar para lo cual se tomo como base el



inventario de equipos y maquinas que realiza cada año la Aseguradora.

Con esta información se realizo un formato que permite planear la estrategia adecuada para el mantenimiento de las máquinas.

4. Evaluación de la criticidad de los equipos.- Luego de tener el inventario o registro de los equipos de la planta (UIO) envía a evaluar su criticidad desde varios aspectos tale como seguridad, criticidad, producción, calidad y mantenimiento. Con esta evaluación se implementa la metodología **TPM** (Mantenimiento Productivo Total)
5. Aplicación T.P.M.- Los objetivos con la aplicación de la metodología de T.P.M son:
 - Reducir el número de fallos.
 - Reducir costos de mantenimiento
 - Cero accidentes. (registro legal. S.A.R.T)
6. Creación de un sistema de gestión de la información.- el objetivo es tener un sistema de la información que facilita a los técnicos y operarios en la localización de la información para esto fue necesario tener un orden al momento de archivar.
7. Mantenimiento Preventivo.- Una vez que se realizó la implementación de los anteriores pasos. Se trabajo en el (**Plan de mantenimiento preventivo**) que asegura la revisión completa de las máquinas, se definió el responsable, frecuencia del mantenimiento.

3.2 Seguridad y Salud

Se trabajo en conjunto con la Unidad de Seguridad y Salud de la empresa para dar cumplimiento a las disposiciones reglamentarias del Seguro General de Riesgos de Trabajo en cuanto a la Auditoria de riesgos del trabajo a la Empresa PINTO S. A.

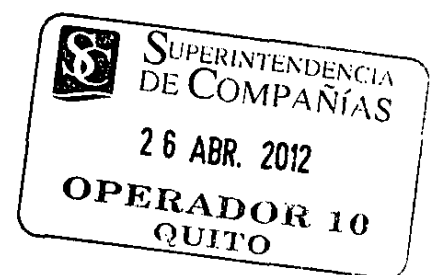
Para esto se ha realizo las siguientes actividades:

Gestión Administrativa

1. Cronograma de actividades
2. Organigrama estructural

Gestión Talento Humano

1. Matriz de actividades esenciales
2. Desarrollo de profesiogramas (análisis del puesto de trabajo)



3. Evaluación por competencias
4. Flujo de procesos y procedimientos

Gestión Técnica

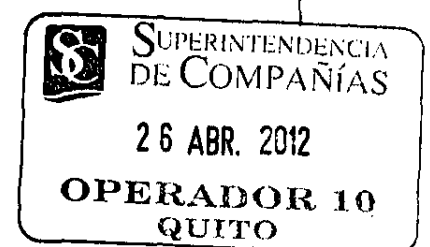
1. Identificación de riesgos por puesto de trabajo
2. Medición o cuantificación de los factores de riesgos
3. Evaluación psicológica (método ISTAS 21)

3.3 Procedimientos y programas operativos básicos

1. Investigación de accidentes y enfermedades profesionales-ocupacionales
2. Planes de emergencia en respuesta a factores de riesgo de accidentes graves
3. Diseño de formato para realizar Auditorías internas
4. Inspecciones de seguridad y salud
5. Equipos de protección individual y ropa de trabajo

A continuación se detalla el avance Taller Quito con los requisitos en cuanto a la Auditoria de Riesgos de Trabajo.

MATRIZ DE CONFORMIDAD LEGAL APLICABLES EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO (Sistema de Auditorías de Riesgos de Trabajo SART-SGRT)								
ART.	Ítem	REQUISITOS TÉCNICO LEGAL (NORMATIVA LEGAL)	CUMPLIMIENTO					
			CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA			
1		GESTIÓN ADMINISTRATIVA	9.00%	18.58%	0.44%			
2		GESTIÓN TÉCNICA	5.29%	14.71%	0.00%			
3		GESTIÓN TALENTO HUMANO	15.00%	5.00%	0.00%			
4		PROCEDIMIENTOS Y PROGRAMAS OPERATIVOS BÁSICOS	8.00%	24.00%	0.00%			
TOTAL RESULTADOS DE VERIFICACION			63	77	1			
			37%	62%	0%			
			CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA			
INDICE GENERAL DE EFICACIA = (cumplidos + no aplicables) / Aplicables - No aplicables			48.85%	10 EFICACIA				
NOMBRE Y FIRMA DEL RESPONSABLE DE SST								
NOMBRE Y FIRMA DEL EVALUADOR								



4. - SISTEMAS

4.1 Proyectos realizados

Se inició ya con la creación y utilización del programa CATEX (Control y automatización Textil) el cual es un programa para llevar los datos de producción, hojas de pedidos, control de telas y avances en los talleres. Este programa ya se encuentra funcionando en los talleres de Quito y Otavalo, los usuarios lo usan con éxito facilitando los reportes y control de las telas y pedidos. El programa continua en desarrollo agregándole nuevas funcionalidades y reportes para a futuro poder implementarlo en los talleres de Colombia y Perú.

En cuanto servidores, se cambiaron 2 servidores los cuales presentaron fallas en las tarjetas principales y se adquirió un equipo de mayores características con las cuales se implementó nuevamente con VMWARE ya que nos ha funcionado muy bien y no tenemos costo de licencia, en este equipo se migró en la nube a Great Plains (ERP) servidores de nomina, web, bases de datos y Cognos adicionales virtuales.

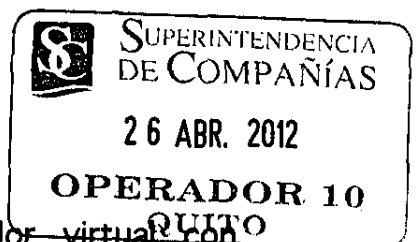
Gracias a la implementación en la nube de este servidor el programa de Great Plains ha podido continuar con su funcionamiento sin mayor problema y hemos ganado en nivel de procesamiento para los usuarios, ya que a esta fecha cuentan con una base de datos de 160 GB y con mas de 7 años de información de la empresa.

4.2 Capacitaciones

Durante el 2011 se realizaron capacitaciones internas y de ciertos proveedores a los cuales se asistió en presentaciones presentadas por ellos, acerca de nubes de procesamiento y bases de datos Informix 11G.

4.3 Equipos de Computo

- Computadores
 - Servidores
 - Se continuó implementó el servidor ~~virtual con~~ VMWARE para la ejecución de la nube y la computación virtual en la empresa.
 - Se continuó con el servidor de correos Zimbra con el cual soporta actualmente cerca de 350 usuarios de



los 3 países. Se presentaron en varias ocasiones encolamientos los cuales hemos podido solucionar en el menor tiempo posible.

- Se realizaron los mantenimientos preventivos de todos los equipos de computó.
- Se agregó un equipo NAS para servidores y respaldos automatizados de los mismos.
- Estaciones de Trabajo
 - Se realizó mantenimiento de todas las computadoras tanto de oficinas, taller, planta, locales comerciales y franquicias, tanto en hardware como en software.
 - Se instalaron nuevos equipos en reemplazo de equipos viejos y nuevos 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 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. Continuando con el Clear Channel 1 - 1

#	User en OG	Descripción	BW
1	pint-prens-d (pintosa)	Condado	484
2	pint-ccbos-d	Bosque	484
3	pint-cumbb-d	Cumbayá	484
4	pint-jardi-d	Jardín	484
5	pint-recre-d	Recreo	484
6	pint-sangg-d	Valle	484
7	pint-jardin kids	Jardín Kids	484
8	pint-cciii-d	CCI	612
9	pint-pkids-d	Quicentro	612
10	pinto-tradicional sur	Quicentro Sur	312
11	pinto-kids quicentro sur	Quicentro Sur Kids	312
12	pint-ambaa-d	Ambato	484
13	pint-ibarr-d	Ibarra	484



**SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS**

26 ABR. 2012

**OPERADOR 10
QUITO**

14	pint-rioba-d	Riobamba	484
15	pint-stodd-d	Sto Domingo	484
16	pint-babah-d	Babahoyo	484
17	pint-cuenn-d	Cuenca	484
18	pint-entri-d	Entre Ríos	484
19	pint-lojaa-d	Loja	484
20	pint-malsu-d	Mall del Sur	484
21	pint-polic-d	Policentro	484
22	pint-porto-d	Portoviejo	484
23	pint-queve-d	Quevedo	484
24	pint-rioce-d	Rio Centro Ceibos	484
25	pint-salin-d	Salinas	484
26	pint-samar-d	San Marino	484
27	pint-shoma-d	Manta	484
28	pint-tagsa-d	Aeropuerto Guayaquil	484
29	pinto-village-d	Village	484
30	pinto-riocentronorte	Riocentro Norte	484
31	pint-machalapaseoshopp-d	Machala	484
32	pint-choneroca	Chone	484
33	pint-fpota-d	Otavalo Fabrica	2048
34	pint-malso-d	Mall del Sol	612
35	pint-otava-d	Otavalo Taller	2048
36	pint-matri-i	Internet Matriz	- 8192



4.4 POS (Punto de Venta)

En el punto de venta se han incrementado los requerimientos presentados por el SRI en el tiempo establecido por ellos, en el sistema adicionalmente se ha implementado también los de Perú y Colombia.

Se continúan implementando requerimientos presentados por el SRI para poder mantener la categoría de autoimpresores de facturas.

Se han adicionado nuevos requerimientos internos para soportar las nuevas promociones presentadas por la empresa.

Dominios y Cuentas mail

Se adquirieron y apuntaron los dominios adquiridos a la pagina web:

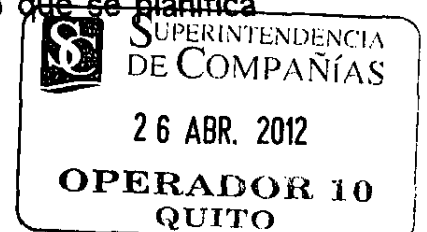
Dominios

- pinto.cc
- pintobaby.com
- pintoespima.com
- pintokids.com
- pinntooline.com
- pintonline.com
- pintoshop.com
- pintostore.com
- empresaspinto.com
- pinto.com.ec
- pintobaby.com.ec
- pintoboys.com.ec
- pintoespima.com.ec
- pintogirls.com.ec
- pintokids.com.ec
- empresaspinto.com.ec
- pintohome.com.ec
- pinto.ec
- pintokids.ec
- pinto.com.co
- pinto.com.pe
- mauriciopinto.com.ec
- pinto.pe
- PINTOPARAEMPRESAS.COM
- pinto100
- REGALOSPINTO.COM

Se cambio el servidor de la pagina web alojada en Estados Unidos de uno compartido a uno dedicado para aumentar la velocidad de respuesta de la pagina web ya que cuenta con más de 30 GB en información.

4.5 ERP

En cuanto al ERP, continuamos usando el Great Plains 8 con la base de datos SQL Server 2000, con este año 2011 se completan 9 años de información en la base, con la versión anterior de Great Plains 6, su limite llegó en los 3 años de uso e información; el manejar más información en la base hace que esta se demore más en su procesamiento y cuenta con 160 GB de datos por lo que se planifica un upgrade en el próximo período.



2.- BODEGA PRODUCTO TERMINADO / MAQUILA

2.1.- BODEGA

En cuanto a Ecuador, se realizan despachos iniciales de mercadería para la apertura de almacenes nuevos así: en abril franquicia Quevedo Tradicional y Pinto Kids; en octubre City Mall Tradicional; en noviembre Riobamba Tradicional.

En cuanto a traslados de administración de franquicias a propios, en octubre Village pasa a ser controlado directamente por Pinto, dejando de ser franquicia.

En el exterior procedemos al despacho de pedidos iniciales para apertura de los siguientes almacenes: en octubre Pasto con Pinto Kids. Se procedió, además, al cierre del almacén Centro Cívico PK en Lima en el mes de noviembre.

Igualmente, en el mes de agosto, la Bodega de Producto Terminado colaboró con el retiro de toda la mercadería del almacén Jardín Tradicional en Quito para mantenerla en custodia por remodelación.

Durante el 2011, la mecánica de promociones a gran escala denominada Descuentos Locos se maneja durante los meses de abril, agosto y octubre.

Durante el 2011, exceptuando diciembre, y tomando en cuenta 29 almacenes tradicionales, 19 almacenes de niños y 4 Puntos Pinto, se atendieron en promedio 126 pedidos semanales, con un incremento del 5% en la frecuencia de despachos con relación al 2010. Adicionalmente los despachos de reposición a los almacenes en el exterior continúan realizándose 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, dividido por familias en Tradicional, Kids y B&W, y las



SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS

26 ABR. 2012

OPERADOR 10
QUITO

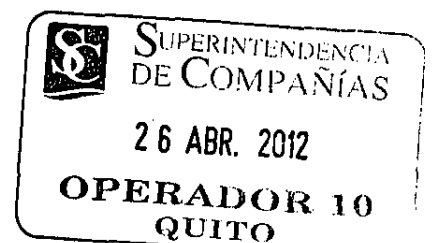
principales cifras en relación a ingresos y egresos de prendas al inventario durante el 2011.

INVENTARIO TRADICIONAL UNIDADES			
DESCRIPCIÓN	12/31/10	12/31/11	PORCENTAJE
T SHIRTS	36.187	95.326	163%
CAMISETAS CON CUELLO	22.032	14.911	-32%
CAMISAS	3.158	7.100	125%
CAMISETAS SIN MANGA	6.720	15.427	130%
PANTYS/BOXERS	33.550	36.351	8%
TOPS INTERIORES	874	3.045	248%
TOPS EXTERIORES	20.130	48.382	140%
PIJAMAS PARA MUJER	1.440	1.285	-11%
BLUSAS	2.219	5.487	147%
VESTIDOS	1.062	2.675	152%
CALZONCILLOS	23.497	26.746	14%
PIJAMAS PARA HOMBRE	2.766	1.636	-41%
SPORTS	10.111	14.783	46%
BERMUDAS	2.457	7.526	206%
PANTALONES	4.917	9.873	101%
MEDIAS	99.759	165.032	65%
SWEATERS	2.603	6.131	136%
CHOMPAS Y CHAQUETAS	550	2.570	367%
ARTÍCULOS BAÑO	72	147	104%
ACCESORIOS	20.951	41.664	99%
PERFUMES	492	6.543	1230%
TOTAL	295.547	512.640	73%

El inventario al 31 de diciembre, en general, en la línea Tradicional en unidades muestra un crecimiento del 73%.

El stock en unidades de Pinto Kids al cierre del ejercicio económico se refleja en el cuadro a continuación, con un decrecimiento del 1% en relación al año anterior.

INVENTARIO KIDS UNIDADES			
DESCRIPCIÓN	12/31/10	12/31/11	PORCENTAJE

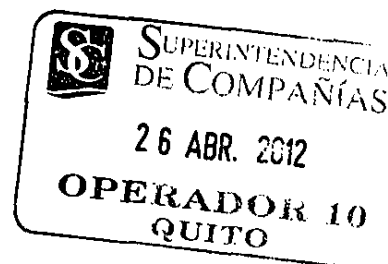


T SHIRTS KIDS	16.147	12.118	-25%
CAMISetas C/CUELLO KIDS	4.308	6.426	49%
CAMISAS KIDS	382	1.115	192%
CAMISeta SIN MANGA KIDS	-		
PANTIES NIÑA	5.023	8.299	65%
TOP INTERIORES KIDS	2.372	2.699	14%
TOP EXTERIORES KIDS	6.656	7.433	12%
PIJAMAS NIÑA	1.515	646	-57%
BLUSAS NIÑA	927	375	-60%
VESTIDOS NIÑAS	1.859	2.030	9%
CALZONCILLOS KIDS	2.219	2.867	29%
PIJAMAS NIÑOS	1.398	728	-48%
SPORTS KIDS	14.438	7.091	-51%
BERMUDAS KIDS	1.922	2.967	54%
PANTALONES KIDS	5.124	2.200	-57%
MEDIAS KIDS	918	539	-41%
SWEATERS KIDS	181	686	279%
CHOMPAS KIDS	521	190	-64%
ARTÍCULOS DE BAÑO KIDS	8	146	1725%
ACCESORIOS KIDS	14.306	17.795	24%
PERFUMES PK	1.324	4.339	228%
TOTAL	81.548	80.689	-1%

La línea de Black & White se liquidó en el año 2010, y de ahí un inventario prácticamente estático entre un período y otro.

INVENTARIO B&W UNIDADES			
DESCRIPCIÓN	12/31/10	12/31/11	PORCENTAJE
T SHIRT B&W	129	128	-1%
TOP EXTERIORES B&W	540	540	0%
BLUSAS B&W	177	177	0%
VESTIDOS B & W	83	84	1%
PANTALONES B & W	98	98	0%
SWEATERS B&W	19	19	0%
CHOMPAS B&W	30	30	0%
ACCESORIOS B&W	2	3	50%
TOTAL	1.078	1.079	0%

El inventario comparativo en la línea Tradicional, valorado al costo, arroja las cifras que se detallan a continuación, mostrando un crecimiento del 125%.



INVENTARIO TRADICIONAL DOLARES			
DESCRIPCIÓN	12/31/10	12/31/11	PORCENTAJE
T SHIRTS	222.036,47	779.270,37	251%
CAMISETAS CON CUELLO	213.425,10	149.663,71	-30%
CAMISAS	38.035,42	116.375,73	206%
CAMISETA SIN MANGA	22.510,13	74.266,46	230%
PANTYS/BOXER	82.688,03	104.619,17	27%
TOPS INTERIORES	8.791,19	16.835,13	92%
TOPS EXTERIORES	106.993,31	325.725,70	204%
PIJAMAS PARA MUJER	19.328,16	13.610,65	-30%
BLUSAS	27.766,06	74.119,46	167%
VESTIDOS	9.786,38	29.812,05	205%
CALZONCILLOS	73.096,45	115.518,52	58%
PIJAMAS PARA HOMBRE	37.168,19	20.805,58	-44%
SPORTS	68.728,85	123.417,72	80%
BERMUDAS	13.876,85	43.538,22	214%
PANTALONES	69.074,81	149.525,22	116%
MEDIAS	78.252,77	158.212,49	102%
SWEATER	42.106,55	96.859,30	130%
CHOMPAS Y CHAQUETAS	9.704,10	43.447,42	348%
ARTICULOS BAÑO	620,17	1.746,42	182%
ACCESORIOS	29.874,38	79.992,60	168%
PERFUMES	2.553,94	133.179,94	5115%
TOTAL	1.176.417	2.650.542	125%

A continuación el desglose de las líneas de Pinto Kids y Black & White valorados al costo, la primera con un decrecimiento del 8% con relación al período anterior.

INVENTARIO KIDS DOLARES			
DESCRIPCIÓN	12/31/10	12/31/11	PORCENTAJE
T SHIRTS KIDS	100.231,36	81.408,14	-19%



CAMISetas C/CUELLO KIDS	36.472,67	54.474,58	49%
CAMISAS KIDS	4.528,93	14.538,08	221%
CAMISeta SIN MANGA KIDS			
PANTIES NIÑA	11.610,85	22.671,82	95%
TOP INTERIORES KIDS	6.221,52	7.845,25	26%
TOP EXTERIORES KIDS	34.805,19	39.798,17	14%
PIJAMAS NIÑA	15.526,97	7.145,68	-54%
BLUSAS NIÑA	7.781,84	4.305,39	-45%
VESTIDOS NIÑAS	11.775,88	17.334,95	47%
CALZONCILLOS KIDS	7.008,24	9.089,82	30%
PIJAMAS NIÑOS	16.555,58	8.845,52	-47%
SPORTS KIDS	122.003,78	69.941,35	-43%
BERMUDAS KIDS	12.442,40	28.321,79	128%
PANTALONES KIDS	69.889,17	28.754,06	-59%
MEDIAS KIDS	1.104,19	1.399,74	27%
SWEATERS KIDS	1.924,76	7.891,00	310%
CHOMPAS KIDS	7.099,24	2.788,95	-61%
ARTÍCULOS DE BAÑO KIDS	73,84	1.740,54	2257%
ACCESORIOS KIDS	8.309,81	11.131,39	34%
PERFUMES PK	5.746,16	21.781,78	279%
TOTAL	481.112	441.208	-8%

INVENTARIO B&W DOLARES			
DESCRIPCIÓN	12/31/10	12/31/11	PORCENTAJE
T SHIRTS B&W	1.213,06	1.199,89	-1%
TOP EXTERIORES B&W	3.732,85	3.738,09	0%
BLUSAS B&W	1.943,32	1.943,32	0%
VESTIDOS B & W	951,29	963,11	1%
PANTALONES B & W	1.810,08	1.814,28	0%
SWEATERS B&W	324,65	324,65	0%
CHOMPAS B&W	626,71	626,71	0%
ACCESORIOS B&W	24,33	37,25	53%
TOTAL	10.626	10.647	0%

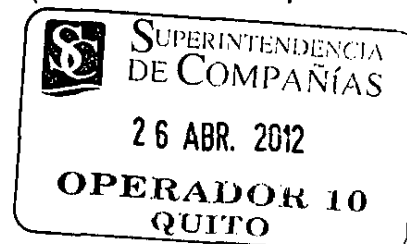
En lo que hace relación a los ingresos y egresos de prendas a y desde la Bodega de Producto Terminado durante el 2011, las cifras son las siguientes:



MOVIMIENTO INVENTARIO TRADICIONAL UNIDADES 2011			
DESCRIPCIÓN	INGRESOS	EGRESOS	PORCENTAJE
T SHIRTS	968.622	935.323	-3%
CAMISETAS CON CUELLO	142.431	169.853	19%
CAMISAS	54.190	56.221	4%
CAMISETA SIN MANGA	82.415	74.985	-9%
PANTYS/BOXER	98.659	97.960	-1%
TOPS INTERIORES	12.160	10.446	-14%
TOPS EXTERIORES	208.721	213.627	2%
PIJAMAS PARA MUJER	7.942	9.910	25%
BLUSAS	28.045	31.250	11%
VESTIDOS	20.720	22.921	11%
CALZONCILLOS	163.442	162.508	-1%
PIJAMAS PARA HOMBRE	10.928	14.440	32%
SPORTS	74.742	81.456	9%
BERMUDAS	26.061	24.814	-5%
PANTALONES	60.973	70.104	15%
MEDIAS	389.498	360.296	-7%
SWEATER	57.296	65.896	15%
CHOMPAS Y CHAQUETAS	9.638	9.841	2%
ARTICULOS BAÑO	781	1.261	61%
ACCESORIOS	153.765	144.082	-6%
PERFUMES	7.876	2.062	-74%
TOTAL	2.578.905	2.559.256	-1%

En el total general de la línea Tradicional, los egresos de inventario en unidades superan en 1% a los ingresos.

MOVIMIENTO INVENTARIO KIDS UNIDADES 2011			
DESCRIPCIÓN	INGRESOS	EGRESOS	PORCENTAJE
T SHIRTS KIDS	73147	94179	29%



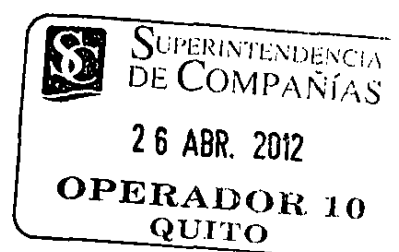
CAMISetas C/CUELLO KIDS	32423	36521	13%
CAMISAS KIDS	4336	4115	-5%
CAMISeta SIN MANGA KIDS			
PANTIES NIÑA	17434	14541	-17%
TOP INTERIORES KIDS	12221	12105	-1%
TOP EXTERIORES KIDS	34302	39418	15%
PIJAMAS NIÑA	3077	5990	95%
BLUSAS NIÑA	5560	7163	29%
VESTIDOS NIÑAS	12762	15324	20%
CALZONCILLOS KIDS	11282	10906	-3%
PIJAMAS NIÑOS	3411	5227	53%
SPORTS KIDS	44780	61406	37%
BERMUDAS KIDS	11143	12886	16%
PANTALONES KIDS	23234	31409	35%
MEDIAS KIDS	4328	5293	22%
SWEATERS KIDS	9298	10319	11%
CHOMPAS KIDS	1462	2218	52%
ARTÍCULOS DE BAÑO KIDS	1428	1760	23%
ACCESORIOS KIDS	26274	23926	-9%
PERFUMES PK	5379	2415	-55%
TOTAL	337.281	397.121	18%

En el total general de la familia Kids, los egresos superaron en 18% a los ingresos.

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

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 9%, y esta compuesto por la familia de pantalones, sweaters, chaquetas, camisas, bermudas, accesorios, artículos de baño y perfumes.



Los principales proveedores de prendas maquiladas son: en Colombia CI Full Package, CI Pietri y nuestra empresa relacionada Pinto Colombia S.A.S.; en Perú, Cotton Project, Corcelli y nuestra empresa relacionada Empresas Pinto Perú S.A.; y en China South Enterprises.

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

Empresas Pinto SA vende ropa de estilo casual y accesorios que complementan dicho estilo de vida. La mayor parte de las ventas las realiza bajo las marcas Pinto, Pinto Kids, Pinto Girls y Pinto Boys tanto en canales propios de venta al detalle como en franquicias. También se exporta los bienes producidos bajo esas marcas para las tiendas Pinto en Perú y Colombia. No obstante aun es importante el negocio de Marca Privada o "Private Label" de exportación. Un rubro más pequeño es el de mercadería no producida que son ventas de parte del proceso de producción que son rechazados, sin ser terminados, para terceros, y servicios relacionados con el giro de Empresas Pinto SA.

3.1 RESULTADOS GENERALES

VENTAS	2010	2011	CREC EN VENTAS	%
MERCADERÍA NO PRODUCIDA	\$ 138,158.70	\$ 196,705.04	\$ 58,546.34	42%
MERCADERÍA PRODUCIDA	\$ 19,035,219.89	\$ 23,862,348.63	\$ 4,827,128.74	25%
EXPORTACIÓN	\$ 1,886,517.30	\$ 2,132,434.53	\$ 245,917.23	13%
TOTAL VENTAS	\$ 21,059,895.89	\$ 26,191,488.20	\$ 5,131,592.31	24%

En el 2011 se creció \$5,131,592.31 en ventas, representando un 24% con respecto al 2010, siendo la parte más significativa en mercadería producida. No deja de ser importante el incremento en exportaciones de \$245,917.23 y los \$58,546.34 en mercadería no producida.

3.2 MERCADERÍA PRODUCIDA

Dentro de los que es mercadería producida hay tres canales de ventas, en orden de importancia

1. Canales propios
2. Franquicias de marca Pinto
3. Ventas al por mayor



3.2.1 Ventas en canales propios

3.2.1.1 Análisis global del ventas en canales propios

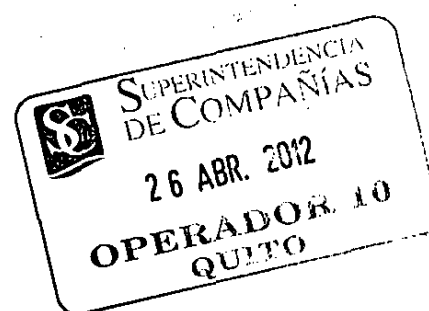
Cuando nos referimos a canales propios se habla de tiendas, bajo el manejo y administración de Empresas Pinto SA. En 2011 este número ascendió a 25 puntos de facturación: 24 tiendas y 1 punto de servicio de facturación. En ventas brutas se ascendió a \$20,657,997.86, y

después de descuentos, devoluciones y promociones, hoy en día parte esencial de la estrategia de ventas se llega a \$17,043,682.92.

Los puntos de venta de administración de Empresas Pinto SA se encuentran en Quito, Ambato, Guayaquil y Machala. Todos se encuentran dentro de Centros Comerciales, sujetos a las obligaciones de administración de los mismos, con excepción del Outlet que vende únicamente mercadería en liquidación, el servicio de bordado y las ventas en línea que únicamente fueron por \$19.02 pero son parte de un proyecto importante en 2012. Es importante el crecimiento que ha tenido el crecimiento de la mercadería comercializada bajo la marca Pinto Kids.

En orden de importancia el ranking de las ventas de locales propios es el siguiente:

TIENDAS		
1	Quicentro	1,943,344.65
2	San Marino	1,736,164.17
3	Jardín	1,625,935.84
4	Mall El Sol	1,455,632.87
5	Condado	1,405,493.80
6	Ambato	1,246,037.16
7	San Luis	1,026,475.53
8	CCI	904,177.31
9	Policentro	872,365.60
10	Recreo	831,058.14
11	Bosque	817,962.27
12	Quicentro pk	474,028.11
13	Mall El Sol pk	423,090.45
14	Machala	402,636.51
15	Quicentro sur	395,336.71
16	Riocentro norte	375,570.07
17	Jardín pk	339,614.83
18	Aeropuerto	199,559.42
19	CCI pk	174,923.73
20	Village	143,320.42
21	City mall	139,418.80
22	Quicentro sur pk	93,164.25
23	Outlet	22,268.16
24	Servicio bordado	2,088.12
25	Venta en línea	16.06



Como podemos ver en el ranking las ventas dependen mucho del posicionamiento y tiempo de vida del centro comercial, que a medida que esta más posicionado, mejores ventas genera. Como locales nuevos dentro de esta lista tenemos en Guayaquil Village que pasó de ser un local franquiciado a local propio, y CityMall que abrió las puertas al público en el último trimestre de 2011. Las tiendas, y la marca, esta posicionada dentro de diferentes estratos socioeconómicos, lo que permite abrir puntos de venta en diferentes centros comerciales con diferentes públicos objetivos. El servicio de venta en línea se encuentra en proceso de prueba pero proyectamos que en un mediano plazo se puede convertir en un punto importante donde cada cliente pueda realizar compras desde la comodidad de su hogar por medio del internet.

La estrategia de ventas de la empresa esta basada en un concepto de pronta moda en la cual se introducen colecciones nuevas semanalmente en los puntos de venta de ropa de adulto, y mensualmente en los puntos de ventas de ropa de niños. Estas colecciones están basadas en las tendencias mundiales de siluetas y colores, y las necesidades de ventas de las diferentes temporadas.

3.2.1.2 Temporadas de ventas

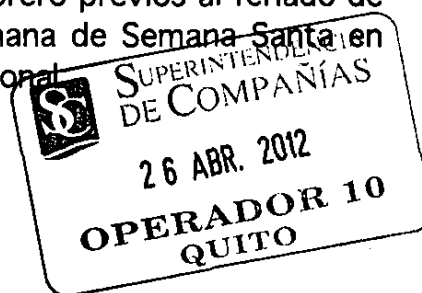
Las ventas son estacionales con 6 picos en el año: Día de la Madre, Día del Padre, Período de Liquidación (Abril, Julio/Agosto, y Octubre/Noviembre) y Navidad.

Las ventas mensuales son impulsadas por diferentes necesidades estacionales naturales y provocadas que serán discutidas a continuación, en el orden cronológico del año 2011.

3.2.1.2.1 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.

3.2.1.2.2 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, 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. 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. Se organiza una promoción de medias para incrementar el volumen de rotación de este producto y convertirnos en una opción competitiva para quienes buscan ropa blanca en esta época del año.

3.2.1.2.3 Día de la Madre

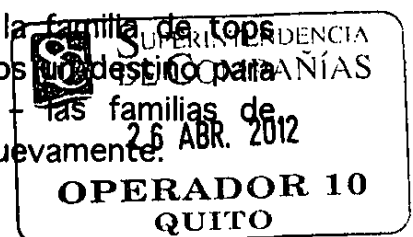
La demanda de consumo del mes de mayo está enfocada hacia regalos para el día de la madre. Por esta razón los artículos más vendidos en esta época son blusas, pantalones, pijamas y prendas interiores de mujer. La semana del día de la madre representa el 30% de las ventas del mes. Cada año se trabaja más para ofrecer productos enfocados a madres de diferentes edades, que usen ropa casual ya sea en el día a día o en fines de semana.

3.2.1.2.4 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 y las camisas como opción de regalo. La promoción superó las expectativas de la venta de camisas, posicionando a estas como un producto existente en Pinto de buen precio y calidad.

3.2.1.2.5 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.



3.2.1.2.6 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. Se repite la promoción de medias pero esta vez en la región sierra.

3.2.1.2.7 Liquidaciones

El posicionamiento de la marca como una marca de pronta moda nos obliga cada vez a realizar liquidaciones más seguidas para liquidar colecciones anteriores y dar espacio a las nuevas colecciones. Este año se organizaron 3 temporadas de "Descuentos Locos" poniendo mercadería seleccionada con el 30%, 40% y 50% de descuento durante 15 a 21 días, en los meses de abril, julio/agosto y octubre/noviembre.

3.2.1.2.8 Navidad

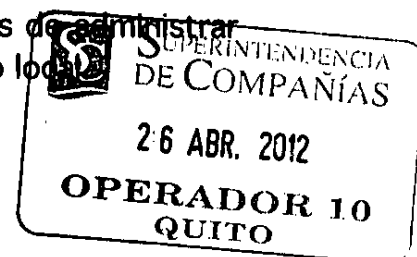
Navidad es la época más importante del año para las ventas ya que la rotación diaria de prendas de moda sube 4 veces la de un mes promedio, y las ventas 2.2 veces la de un mes promedio. En la línea de niños la rotación sube a 3 veces la de un mes promedio ya que los regalos de la época son enfocados en los niños y la ropa es una opción sobretodo para abuelos y tíos.

3.2.2 Franquicias de Marca Pinto

3.2.2.1 Análisis global del negocio de franquicias

Desde 2002 el negocio de franquicias se ha convertido una parte esencial del negocio. A cambio de un margen sobre el PVP, y con un contrato estricto de deberes y derechos, las franquicias compran mercadería a Empresas Pinto SA y la comercializan bajo la marca Pinto y sus parámetros y procesos. En el 2011 se inició el año con 13 franquicias y se cerró con 14. El local de Village Plaza en Guayaquil pasó a ser parte de la administración directa de Empresas Pinto SA y se abrieron 2 plazas: Paseo Shopping Quevedo y Paseo Shopping Riobamba. El total de ventas a franquicias ascendió a \$6,033,693.69, \$27,209.14 adicionales al 2010. En el 2012 se prevé continuar con este negocio, sobretodo en plazas que son más difíciles de administrar por su situación geográfica y conocimiento del mercado local.

3.2.2.2 Ranking de ventas a franquicias.



Si bien algunas empresas tienen la administración de diversos locales, estas se dividen por local, ya que la firma del contrato de franquicia es por cada uno de los puntos de venta. Las ventas brutas a franquicias ascienden a \$12,462,522.72 pero después de promoción descuentos y devoluciones las ventas totales del año son de \$6,033,693.69. La importancia de las ventas en provincias va creciendo a lo largo de los años.

FRANQUICIAS	Local	Ciudad	Ventas
1 Com Tadeve	Paseo Shopping Sto Domingo	Sto Domingo	\$ 601,547.99
2 Vectormi Manta	Paseo Shopping Manta	Manta	\$ 599,867.68
3 Aliaxa Ceibas	Riocentro Ceibas	Guayaquil	\$ 586,588.40
4 Bodyfactory	Plaza Cumbayá	Quito	\$ 564,359.66
5 Vectormi Portoviejo	Paseo Shopping Portoviejo	Portoviejo	\$ 563,192.83
6 Aliaxa Entre Rios	Riocentro Entrenos	Samborondón	\$ 543,169.28
7 Carvallo Gomez	La Plaza Ibarra	Ibarra	\$ 428,115.33
8 Dayito	Paseo Shopping Quevedo	Quevedo	\$ 424,693.98
9 Aliaxa Salinas	Paseo Shopping La Península	La Libertad	\$ 392,207.56
10 Aliaxa Mall del Sur	Mall del Sur	Guayaquil	\$ 387,848.92
11 Ediatex	Plaza de las Americas	Cuenca	\$ 365,434.36
12 Com Tadeve PK	Paseo Shopping Sto Domingo	Sto Domingo	\$ 183,770.73
13 Vectormi Manta PK	Paseo Shopping Manta	Manta	\$ 156,593.25
14 Aliaxa Village Plaza	Village Plaza	Samborondón	\$ 135,051.57
15 Harnisth Andino cia Ltda	Paseo Shopping Riobamba	Riobamba	\$ 128,407.29

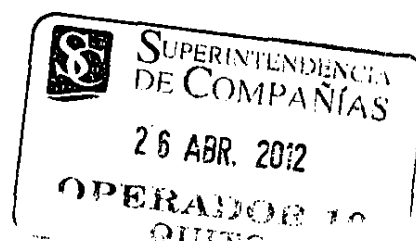
3.2.3 Ventas al por Mayor

De las ventas al por mayor más significativas son a los puntos Pinto, funcionan bajo contratos de comercialización de productos Pinto, en tiendas a la calle, que solo se dedican al comercio de las mismas. Al ser tiendas más chicas en locales en el centro de las ciudades donde se comercializan no tienen los mismos términos de una franquicia. No obstante, por el continuo posicionamiento de la marca a nivel nacional, cada vez están más posicionados y se exige un mejor manejo de inventarios e imagen, sin llegar al control de lo que corresponde el manejo de franquicias. La venta a Puntos Pinto ascendió a \$499,411.25, 15% más con respecto al 2010

También se realizan otras ventas a distribuidores en boutiques más pequeñas en poblaciones más chicas del Ecuador y ventas a empresas que requieren de nuestros productos.

3.3 EXPORTACIONES

3.3.1 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 4 tiendas, dos en Medellín y dos en Pasto, facturadas a Empresas Pinto Colombia SAS. En Perú hay 4 tiendas, todas en Lima, mercadería que se factura a Empresas Pinto Perú SA.

Las exportaciones de marca Pinto en el 2011 ascendieron a \$222,622.10, -36% que el año pasado ya que únicamente se despacho la mercadería inicial para Pasto PK.

3.2.3 Exportaciones Marca Privada

Continuando con la tradición de exportación a la Empresa Ragman y Ragtex a las cuales le hacemos prendas 100% algodón para diferentes marcas, principalmente Ragman. En el 2011 les vendimos 24% más que en el 2010 ascendiendo a \$1,909,812.43.

3.4 INDICADORES FINANCIEROS RELACIONADOS A VENTAS

Hay dos factores que contribuyeron a la disminución primero del margen de ventas, y segundo del margen operativo. Primero el costo de ventas se incremento del 55% al 60% principalmente por el incremento abismal de la materia prima, que no fue recuperada por un incremento equivalente al PVP de consumidor. El segundo es un incremento del gasto de ventas que se da por cuatro factores importantes: 1. Incremento de mts² de ventas, 2. Remodelación de los puntos de venta, 3. Incremento en los valores de arrendamiento comercial, y 4. Incremento del valor de la nómina de ventas.



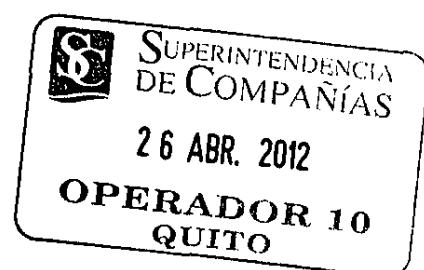
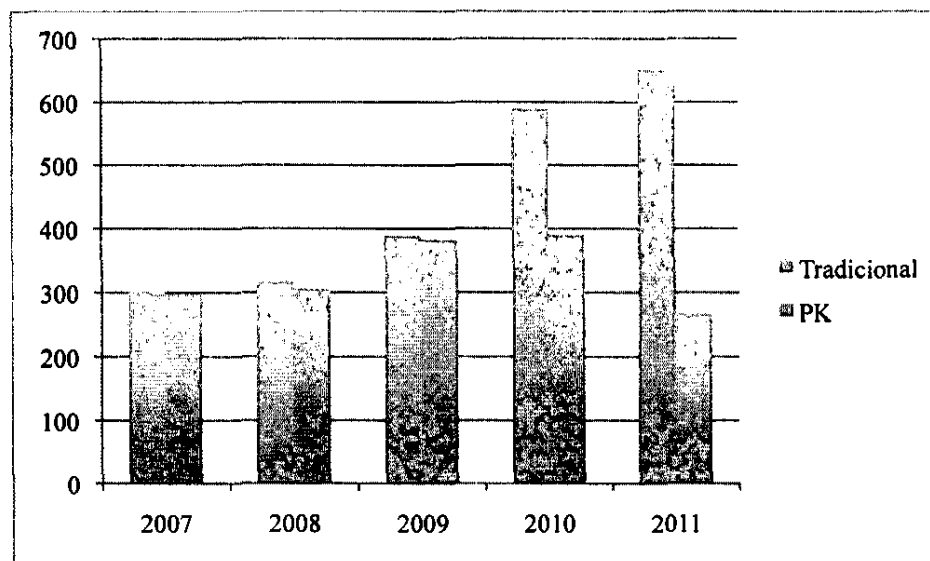
4.- DISEÑO

En lo que se refiere a innovación el departamento de diseño ha tenido un crecimiento importante en el desarrollo de prendas nuevas en el 2011 con respecto al 2010. Involucra prendas desarrolladas en fábrica como maquiladas.

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

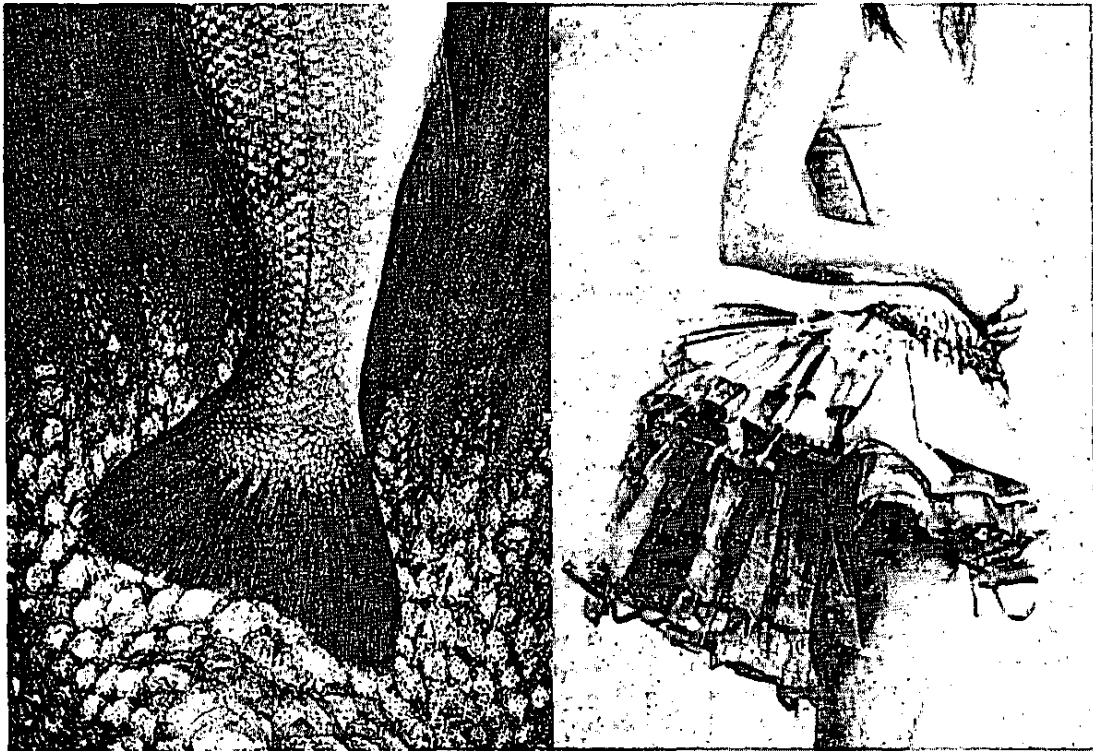
En el 2010 se desarrollaron para Pinto tradicional 12 colecciones para un total de 652 modelos nuevos entre todas las familias.

Para Pinto Kids se desarrollaron 11 colecciones para un total de 267 modelos nuevos, entre todas las familias. En Pinto Kids se unifico la colección para todas las tallas.



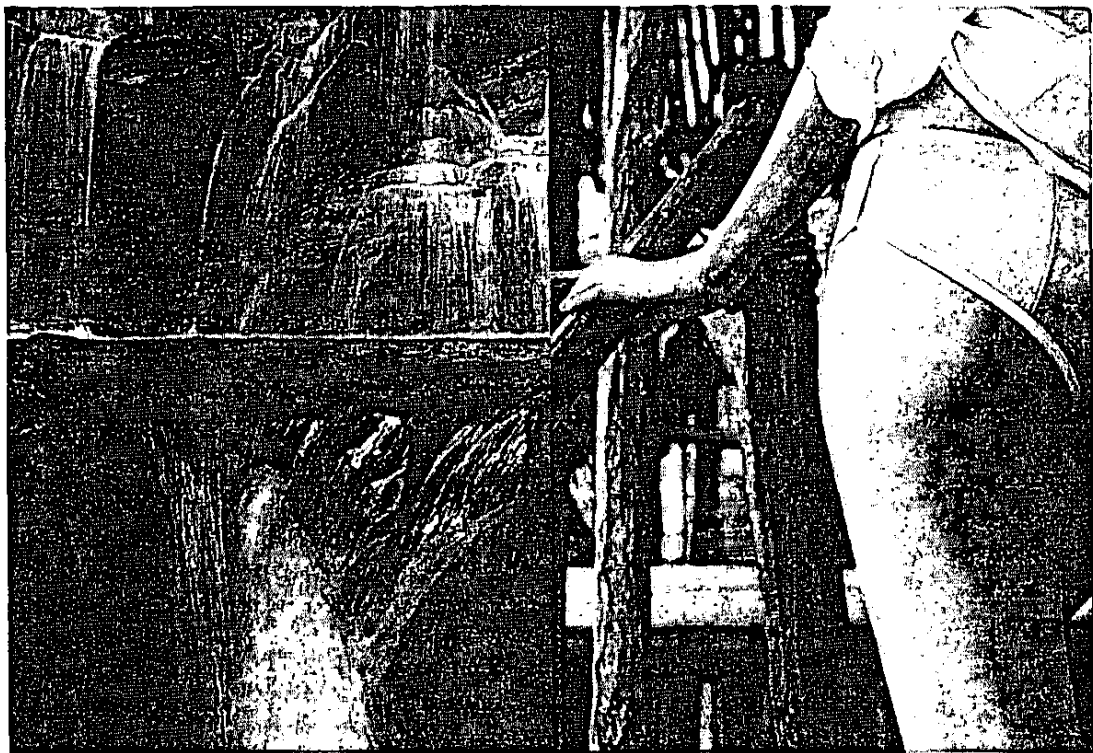
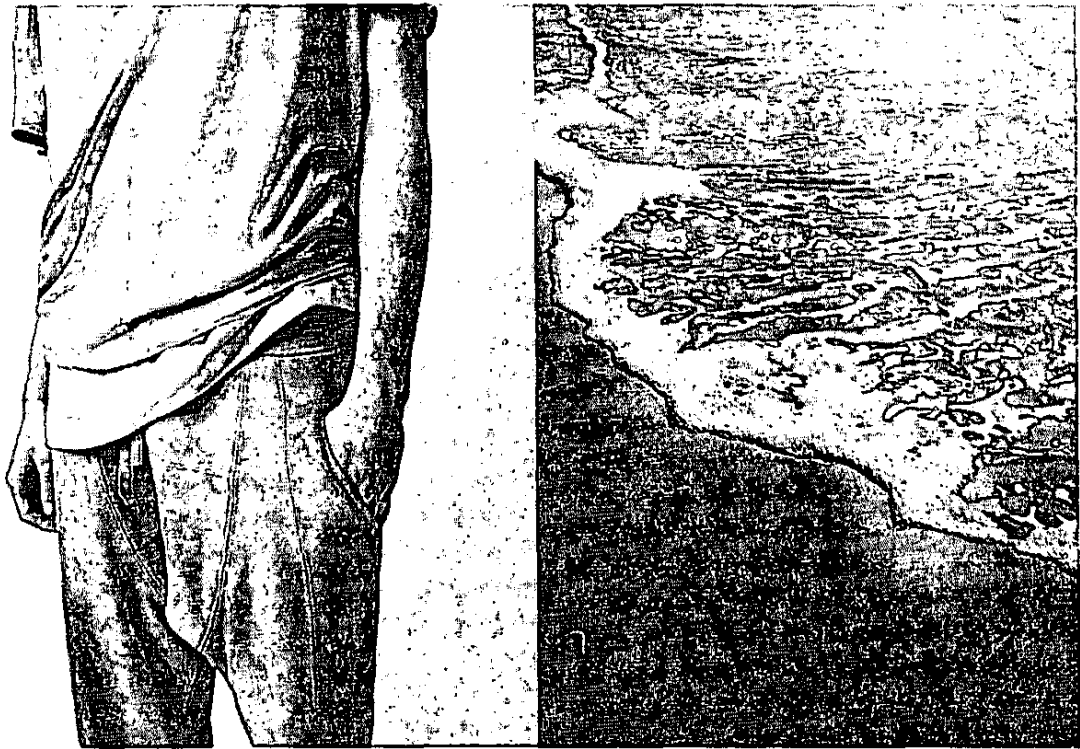
OPERADOR 10
QUITO

INSPIRACIÓN:



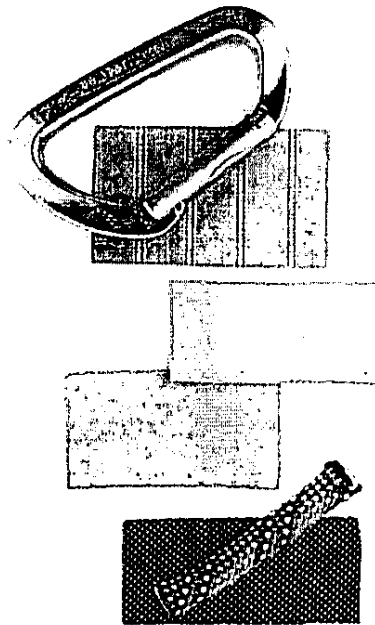
AGUA



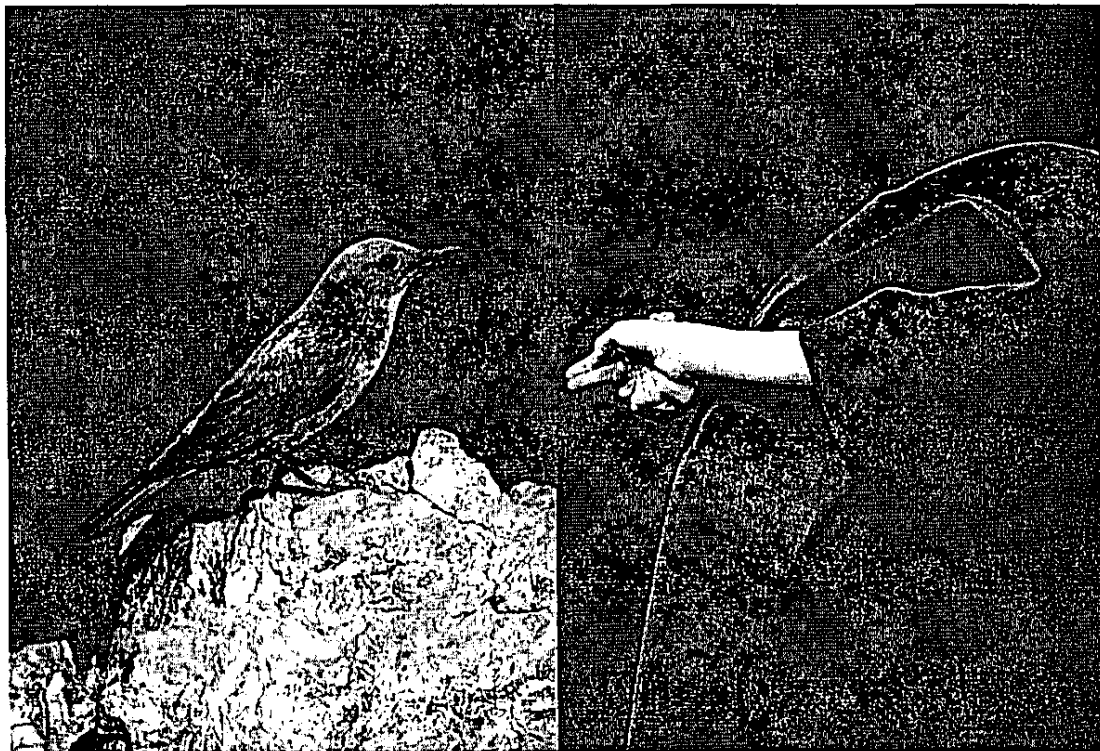


MONTAÑA

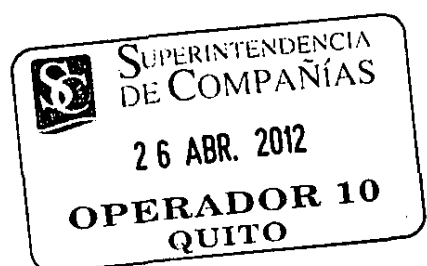




PAJAROS



DESARROLLO DE COLOR:



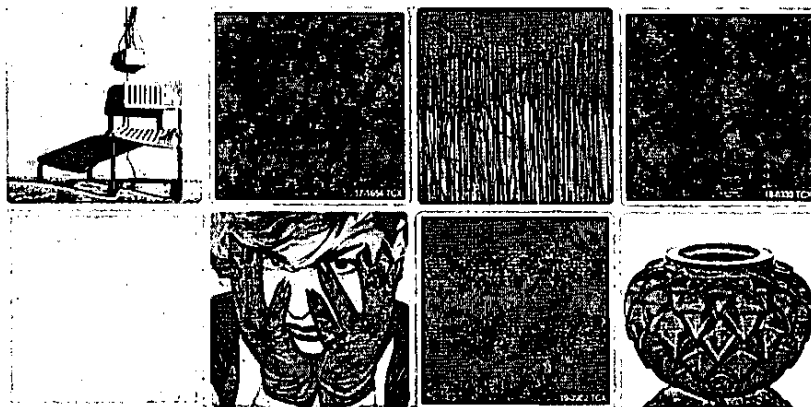
Para el 2011 tuvimos dos cartas de color con alrededor de 60 colores por cada carta.

INSPIRACION

NEUTROS

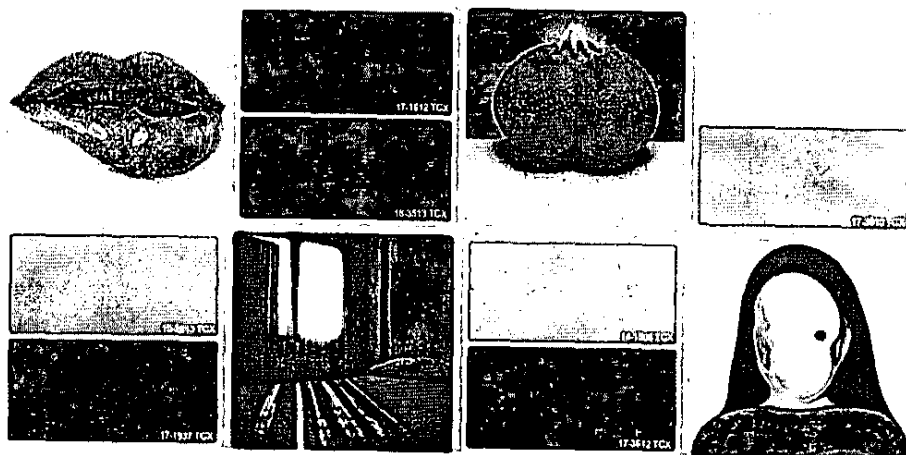


ACENTOS

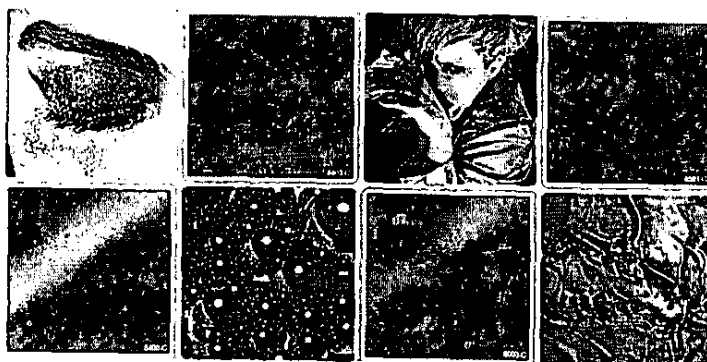


INSTINTO FEMENINO





METALICOS

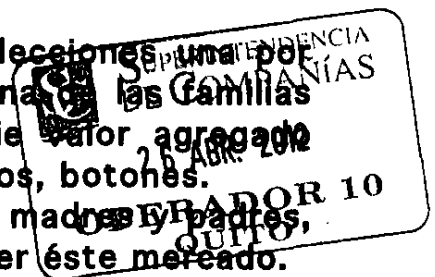


CARTA DE COLOR



Bajo los parámetros de ésta tendencia se desarrollaron las siguientes colecciones:

Primer semestre 2011: 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, alforzas, encarrujados, botones. En esta colección tenemos la temporada de madres y padres, donde las prendas están diseñadas para atraer éste mercado.







 SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS
26 ABR. 2012
OPERADOR 10
QUITO



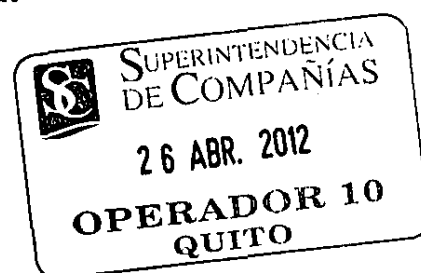


 SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS
26 ABR. 2012
OPERADOR 10
QUITO



Segundo semestre 2011: Tenemos una colección versátil, donde pueden encontrar prendas para diferentes ocasiones de uso: Almuerzo familiar, cena, hacer deporte, ir a la playa etc.

Hay tal cantidad de referencias que es posible encontrar en Pinto prendas para diferentes targets de edad.



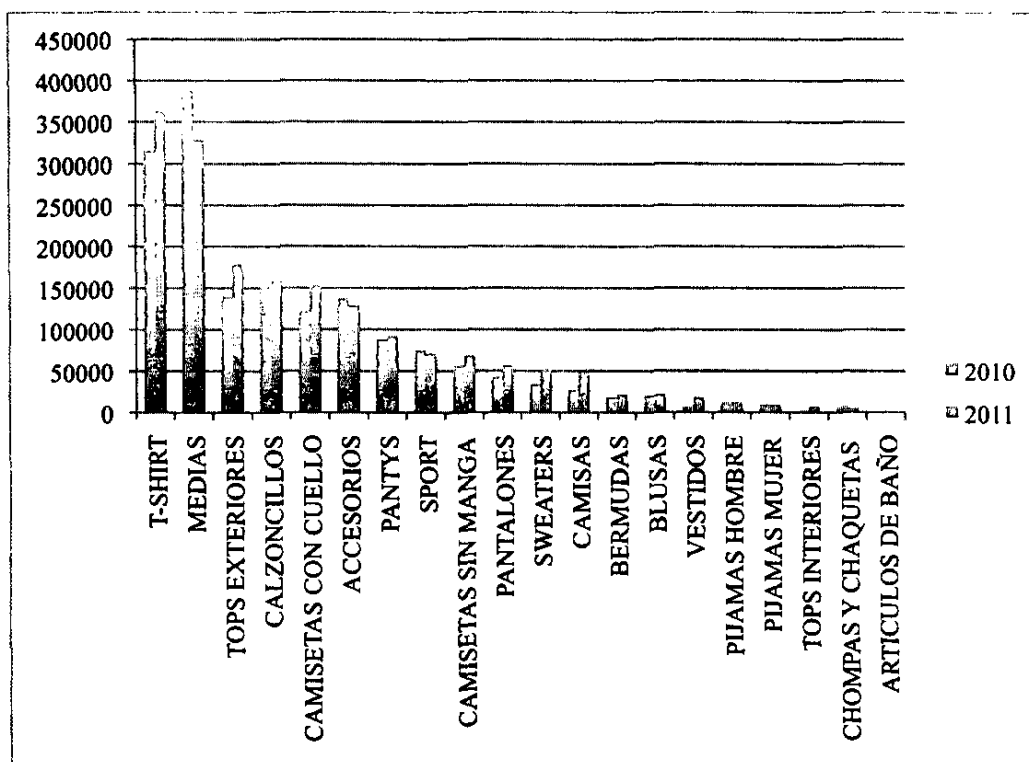






Cuadro de ventas de las familias mas representativas en prendas de innovación:





DESARROLLO DE PRENDAS PARA EXPORTACIÓN (RAGMAN)

En el 2011 se desarrollaron 6 modelos nuevos para el cliente.

DESARROLLO DE MUESTRAS:

En el 2011 se desarrollaron alrededor de 1538 muestras entre propuestas de colecciones, prendas para fotos y prendas rechazadas.

DESARROLLO DE PATRONES:

Se desarrolló alrededor de 4630 patrones entre propuesta de nuevos modelos, escalados de tallas y modelos rechazados.

