

**INFORME DE GERENCIA GENERAL DE EMPRESAS PINTO S.A.
CORRESPONDIENTE AL AÑO 2015**

Señores accionistas,

Tal como lo disponen los estatutos y normas legales vigentes, en mi calidad de Gerente General de Empresas Pinto S.A., me permito presentar a consideración de ustedes el informe correspondiente al ejercicio económico del año 2015.

Es importante aclarar que debido a un error involuntario, se subieron al sistema de la superintendencia de Compañías de Quito estados financieros que no corresponden al ejercicio económico 2015; en consecuencia, se procede a presentar el presente informe para aprobación de los accionistas de Empresas Pinto S.A.

Con el propósito de realizar un análisis amplio de la empresa, se ha agrupado al informe en 5 capítulos.

- 1.- Producción (Incluye talleres de Empresas Pinto en Colombia y Perú).
- 2.- Ventas.
- 3.- Marketing.
- 4.- Diseño.
- 5.- Recursos Humanos.
- 6.- Sistema.



Mauricio Pinto Mancheno
Gerente General
Empresas Pinto S.A.

ANTECEDENTES COMPORTAMIENTO AÑO 2015

El año 2015 el Ecuador en sí, entró en una recesión económica que afectó la economía interna del país de manera realmente alarmante y dramática, la empresa mantuvo un decrecimiento en sus ventas, a pesar de todas las acciones que se tomaron para enfrentar esta crisis, que de manera sucinta detallo a continuación:

- Enero 2015 Imposición de Salvaguardias directas a Colombia y Perú.
- Febrero – Marzo 2015 Cambio de Salvaguardias contra Colombia y Perú y ampliación para todos los países, incrementando desde un 7% hasta un 45% los aranceles por importación.
Durante esos meses se viene a la baja total el precio del petróleo afectando directamente a nuestras ventas por el nerviosismo generalizado
Recortes en presupuesto nacional debido a la baja del petróleo, afectando directamente los bolsillos ecuatorianos que dejaron de gastar ·
Lanzamiento de las dos nuevas leyes por parte del gobierno; Ley de Herencias y Plusvalía, que se degeneró en protestas diarias que mermaron las visitas a los centros comerciales, por seguridad, por nerviosismo situación país o porque preferían ir a las marchas
- Julio 2015.- Venida del Papa, paralización del país por la visita.
- Agosto 2015.- Erupción del volcán Cotopaxi y alerta naranja. Recordar que nuestro gremio es extremadamente susceptible a cualquier noticia negativa.
Dejan de comprar ropa para abastecerse de alimentos.
Cierre de empresas que generó desempleo y nerviosismo en el consumidor por situación económica ·

Esto es lo que en términos generales lo que no ha permitido el despunte de la economía y por ende la normalidad en el comportamiento de las personas.

1.- PRODUCCION

1.1 DATOS GENERALES. -

Entre los eventos más significativos ocurridos durante el 2015 se resaltan los siguientes:

- Firma del séptimo Contrato Colectivo con el Comité de Empresa
- Contratación de un vendedor, abriendo así la línea venta de tela y servicios textiles
- Contratación de una persona para auditoria interna en el Taller de Confecciones Otavalo
- Salida de personal: 26 personas (9 de fábrica, 17 de taller Otavalo)
- Se repotencia la sección de Tejeduría con la adquisición de la circular 8
- Se instala la nueva Bodega de Producto Terminado en Otavalo
- Se suspenden las exportaciones de tela al taller de confecciones Lima-Perú
- Aumento de la estructura de construcción en la sección de Tintorería para albergar la extensión de la máquina Rama
- Instalación de dos campos adicionales en la Rama
- Mejoras en el sistema de corte de orillos en Rama

- Inicio del sistema de facturación electrónica para venta de tela y prestación de servicios textiles
- Se reciben visitas a la planta San Miguel por parte del Alcalde de Otavalo y el Director Regional del Trabajo

1.2 TEJEDURIA. -

Esta sección produjo 292.12 toneladas de tela cruda más piezas tejidas como complementos, el incremento respecto al año anterior fue del +0.56%. La producción fue muy similar a la del año 2014.

Los horarios de trabajo durante el 2015 fueron regulares para adaptarnos a las necesidades de producción, así mismo se dieron días de vacación a toda la sección como se muestra en la siguiente tabla:

Tejeduría

FECHAS	ÁREA	TURNOS	OPERADORES POR TURNO
Enero a Diciembre	Circulares	3	1
Enero a Diciembre	Revisor	2	1
Enero a Diciembre	Piezas Tejidas	2	1

16 DÍAS DE VACACIONES EN EL MES DE DICIEMBRE

Adicional se prestó el servicio de tejido por 11.19 toneladas, así, la capacidad instalada de producción muestra un aprovechamiento del 45.74%, sobre una base de 53 toneladas de capacidad mensual instalada operando al horario descrito.

La variación de peso entre la materia prima utilizada y el producto terminado de la sección ascendió al 2.03%. De los cuales el 0.38% corresponde al desperdicio físico; 0.02% es la merma del hilo comprado y 1.63% la merma como resultado del proceso de tejido.

El área de tejeduría recibió 281.28 toneladas de materias primas entre hilo y licras para operar en el 2015, las mismas se detallan en la siguiente tabla:

DESCRIPCION	TITULOS	KILOS	%
HILO ALG. CRUDO	20/1	26010.16	9.25%
HILO ALG. CRUDO	30/1	223026.21	79,28%
HILO ALG. CRUDO	40/1	1859.49	0.66%
HILO PES/CO	24/1	21790.49	7.75%
HILO MELANGE	20/1-30/1	4005.67	1.42%
HILO TINTURADO	20/1-28/1	356.54	0,13%
HILO PRUEBAS	Varios	1287.97	0,46%
LICRAS DENIER	20-40-70	2776.08	0,99%
NYLON POLIESTER	-	166.06	0,06%
TOTAL		281278.67	100%

1.3 TINTORERÍA. -

La sección produjo 255.81 toneladas de tela terminada incluido la tintura de piezas tejidas como complementos. La tintura de tela registra un decremento del 1.14% respecto al año anterior.

Adicional se prestó servicio de tintura y terminados por 5.21 toneladas lo que finalmente muestra un aprovechamiento de la capacidad instalada de producción del 34%, sobre una base de 64 toneladas mes de capacidad instalada en horarios de trabajo de lunes a viernes con los siguientes turnos de trabajo:

Tintorería

FECHAS	ÁREA	TURNOS	OPERADORES POR TURNO
Enero a Diciembre	THIES	3	2
Enero a Diciembre	RAMA	1	3
Enero a Diciembre	COMPACTADORA	1	2
Enero a Diciembre	CALDEROS	2	1

11 DÍAS DE VACACIONES EN EL MES DE DICIEMBRE

La sección está en la capacidad de responder a un considerable aumento de su producción si el mercado lo requiere, sobre todo para la producción de tinturas de telas en colores básicos. El desperdicio de tintorería fue del 4.17 % reflejado en los desperdicios de unidora (0.28%), rama (3.01%), calandra (0.02%), compactadora (0.52%) y pruebas de laboratorio (0.34%). La variación de peso por proceso de tintura o merma fue del 2.62%, dando así un total en la variación de peso del proceso en un 6.79%.

Con la finalidad de mejorar la calidad de nuestras telas se repotenció la máquina Rama, aumentando dos quemadores adicionales que permitan obtener acabados optimizados y de mejor rendimiento en los subsiguientes procesos textiles.

La variación de peso promedio en el proceso de tintura de tela en colores fuertes fue de 7.40%; en colores bajos y medios de 8.32%; y en colores claros en un 7.95%.

Del total de su producción, la sección tinturó el 52.87% en colores fuertes; en colores bajos y medios el 12.10%, y por blanqueo el 35.03%.

Durante el año fábrica recibió 1.02 toneladas de tela de devolución por parte de talleres de confección, es decir 5.42 toneladas menos que el año anterior, esta cifra frente a la totalidad de tela enviada representa un 0.42%. La tela devuelta sometida a un proceso de recuperación permitió compensarla en un 98.35%

Se despacharon 244.71 toneladas de tela terminada a talleres de confección y adicional se facturó por venta de tela 9.79 toneladas. Esta cifra muestra un decremento de tela despachada

respecto al período anterior del -16.54%, este porcentaje está sujeto a los pedidos de tela terminada y la necesidad actual del mercado, la cual exigió en promedio 20 toneladas mensuales de telas de producción propia.

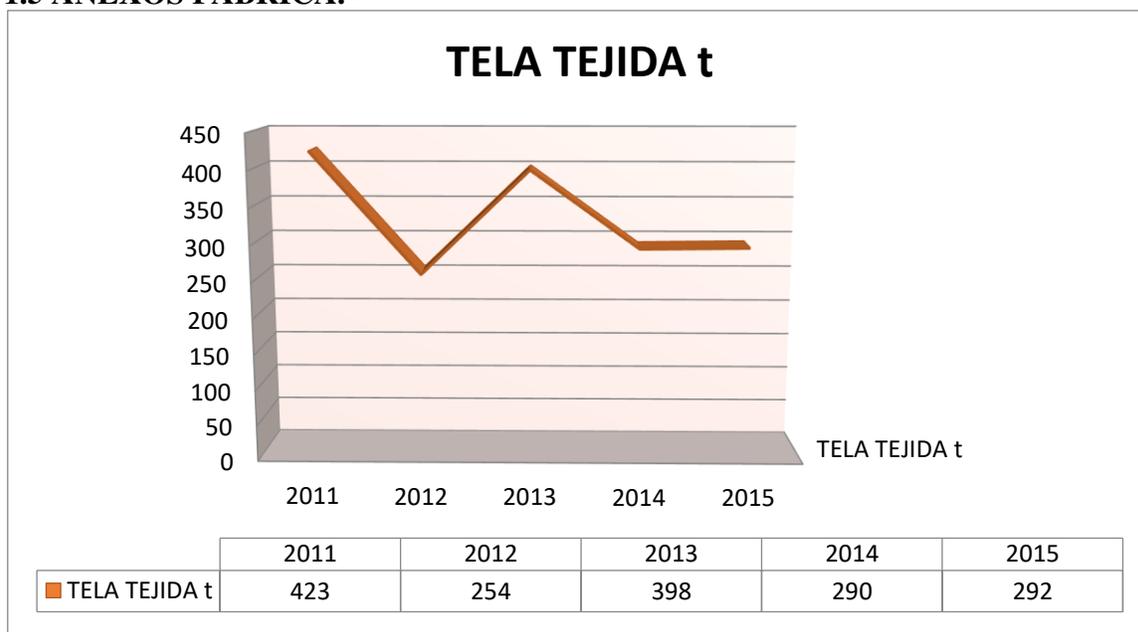
Se reprocesaron 3.36 toneladas de tela terminada, que representan un 1.31% del total de la producción. Los reprocesos disminuyeron en un 75.89%, respecto al período anterior. La sección también demandó el servicio de estampado para tela terminada en 16.7 toneladas.

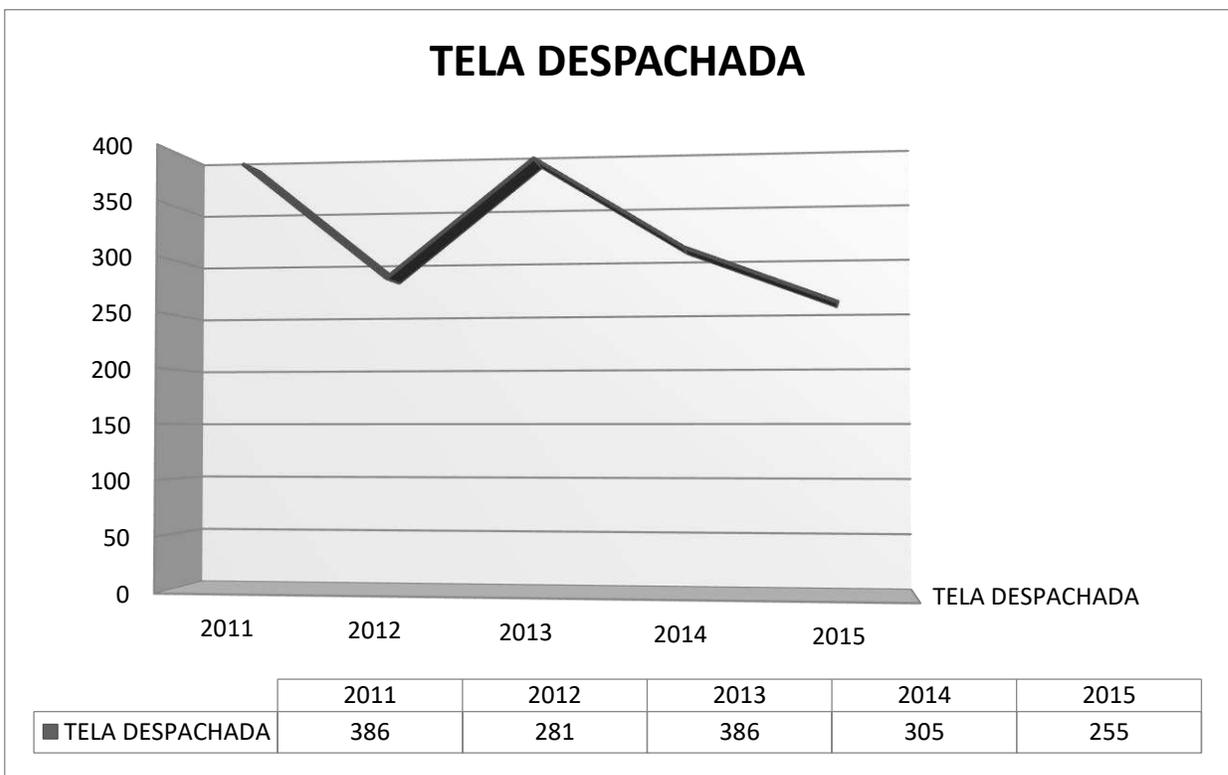
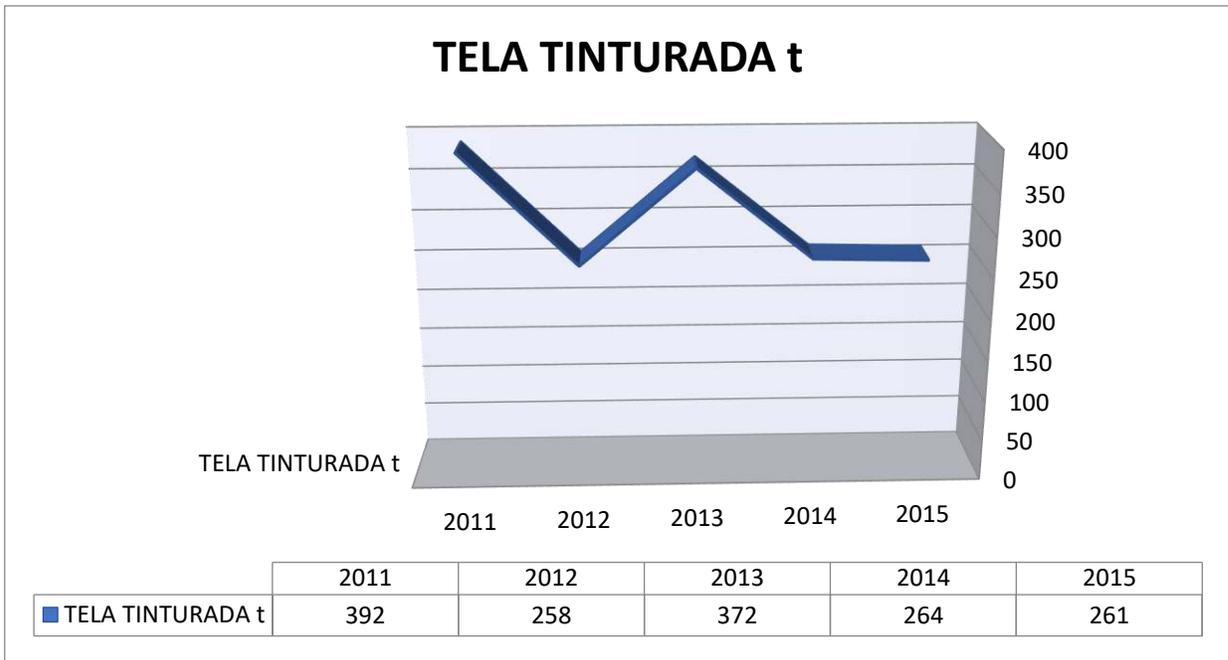
Las principales causas de los reprocesos responden en un 54.81% (0.72% del total de tela terminada) a telas que requerían mejorar sus anchos y encogimientos aprovechando la repotenciación de la máquina Rama; 24.17% (0.32% del total de tela terminada) por telas con exceso de quiebres; 9.98% (0.13% del total de tela terminada) por telas con dureza al tacto; 5.16% (0.07% del total de tela terminada) por fallas varias en la tela relacionadas con doble tonalidad y manchas de colorante.

El porcentaje de tela de segunda fue de 0.53% lo que representa un decremento del 54.72% respecto al período anterior. Este decremento cumple la meta de mantener el porcentaje de segundas menor al 1%.

Las principales causas de la tela que pasó a ser de segunda fueron: 90.34% (0.22% del total de tela terminada) por telas manchadas y tigrillosas; 4.34% (0.01% del total de tela terminada) por tela con huecos y fallas de aguja; 5.32% (0.01% del total de tela terminada) por telas con exceso de quiebres.

1.5 ANEXOS FÁBRICA. -





1. CONFECCION

Durante el año 2015 la producción de los talleres se desarrollo para cumplir con los pedidos de ventas prendas moda, básicas, pedidos de el cliente de exportación a Europa y algunos pedidos de nuevos cliente locales (Sincox, La Favorita, El Rosado).

La exportación Ragman-Alemania, ya venía en reducción desde el 2014 básicamente por el tema del Sistema de Preferencias Arancelarias con Europa (SGP PLUS). Y ya durante el 2015 la producción para este cliente bajo en más de un 50%. Esto redujo la producción global del taller Otavalo.

Durante el año se retiraron de la empresa por motivos personales 10 personas de planta corte y confección por motivos personales.

Taller Otavalo (Fabrica San-Miguel) trabajó con 11 módulos de confección: 4 módulos en la producción prendas básicas (calzoncillos, pants, bvd's, boxers), 6 módulos en la producción de prendas de moda (colecciones mensuales blusas, tops, sweats, shorts, pijamas, etc.) y 1 para producción de camisetas básicas y camisetas Exportación (Ragman).

Taller Quito trabajó con un módulo de confección dedicado a la producción de prendas básicas.

Se trabajó además con un taller satélite en la producción de prendas tipo Polo.

TALLER OTAVALO. -

Se confeccionaron un total de 988.412 prendas lo que representa una reducción del 15,79% en relación al 2014, año en el que se confeccionaron 1'173.864 prendas. Esta reducción básicamente se debe a la disminución de producción de prendas para exportación.

El 40,81 % de la producción de este taller fue prendas básicas, el 35,82% prendas moda, el 21,21% prendas de exportación y el 2,16% restante prendas varias como chunchis, cintillos y muestras.

El taller de confección se desempeñó a una eficiencia promedio del 73,44%. La mayor eficiencia se logra en la producción de prendas básicas y de exportación mientras que en prendas de moda el cambio de referencia constante y los lotes pequeños de producción hacen que no se pueda llegar a una eficiencia mayor.

Mano de Obra: este taller trabajo en promedio mes con 25 personas en área corte, bodega de tela y 176 prendas en confección y bodega de insumos. Total 201 personas promedio mes en el taller.

Para la organización del taller de confecciones, contamos con la participación del departamento de Tiempos y métodos, donde se realiza el estudio del tiempo estimado de producción por prenda, operación, maquinaria y distribución modular con el fin de lograr mayor productividad, disminuyendo los tiempos no operativos y mejorando los métodos de trabajo. Este departamento también apoya a la producción de taller Quito.

TALLER QUITO. -

Se confeccionaron un total 96.463 prendas que representa un incremento del 6,86% en relación con la producción del año 2014, año en el que se produjeron 90.259 prendas. El 95,91% de esta producción fue prendas básicas, y el 4,09% prendas moda. Se trabajó con un módulo en confección, total 18 personas promedio mes en el taller.

TALLERES SATELITES. -

Se trabajó con un taller satélite para la producción de prendas tipo polo. Se confeccionaron 59.368 prendas Dado el requerimiento de ventas no fue necesario contratar más talleres satélites.

PRODUCCIÓN CONFECCIÓN POR TALLER 2015															TOTAL TALLER	PROMEDIO MES TALLER
TALLER	PRENDA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO		
OTAVALO	EXP	-	490	1.620	15.573	32.831	35.693	38.324	49.005	27.579	8.555	-	-	209.670	988.412	82.368
	BASICOS	46.521	57.886	55.456	40.946	20.153	22.143	25.969	25.336	41.748	31.409	19.225	16.592	403.384		
	MODA	19.012	16.670	18.059	23.551	28.133	34.903	23.763	40.416	29.601	35.474	34.657	49.764	354.003		
	chunchis y cintillos	888	569	4.623	3.019	1.453	450	-	360	653	430	733	-	13.178		
	MINIproducción	244	5.470	449	220	224	192	206	154	158	557	81	222	8.177		
	TOTAL PROD CONFECC MES TALLER	66.665	81.085	80.207	83.309	82.794	93.381	88.262	115.271	99.739	76.425	54.696	66.578	988.412		
	Días laborables	20	18	20	22	20	22	21	22	22	21	17	20	245		
	Promedio producción día	3.333	4.505	4.010	3.787	4.140	4.245	4.203	5.240	4.534	3.639	3.217	3.329			
	Personal promedio Confección	64,68	69,64	71,55	73,49	74,12	74,31	75,12	75,81	79,62	78,89	81,99	77,26			
	Personal total Taller	207	207	206	205	204	203	203	201	199	199	191	191			
	TIEMPO PROMEDIO CONFECCION POR PRENDA	9,31	7,42	8,56	9,32	8,59	8,40	8,58	6,94	8,43	10,41	12,23	11,14			
	Producción por persona Confección	51,53	64,69	56,05	51,53	55,85	57,12	55,95	69,11	56,94	46,13	39,24	43,09			
	EFICIENCIA MES TALLER	75,89%	75,66%	71,69%	71,43%	73,45%	73,74%	73,87%	76,01%	74,91%	70,47%	72,04%	72,06%			
QUITO	BASICOS	8.116	7.214	7.371	6.364	7.463	5.195	8.593	9.418	10.031	8.362	8.107	6.280	92.514	96.463	8.039
	MODA				1.965	651	1.333							3.949		
SATELITES	BASICOS	4.833	6.560	6.290	5.391	5.727	2.819	5.479	4.404	4.666	5.343	3.843	3.007	58.362	59.368	4.947
	MODA						1.006							1.006		
	SERVICIO CONFECC. MARATHON															
TOTAL		79.614	94.859	93.868	97.029	96.635	103.734	102.334	129.093	114.436	90.130	66.646	75.865	1.144.243		

En resumen, entre todos los talleres en Ecuador se confeccionaron 1'144.243 prendas, que representa aproximadamente un 15,74%% menos que en el año 2014. De esta producción el 40,81% fueron prendas Básicas, el 35,82% prendas moda, el 21,21% prendas exportación y el 2,16% chunchis, cintillos y mini-producciones.

AREA CORTE. -

La producción total del año fue de 1'165.171 prendas con un consumo de tela de 230.094,02 kg. El desperdicio promedio se mantuvo alrededor del 20%

PRODUCCION CORTE AÑO 2015														
PRENDAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL	PROMEDIO MES
EXP	32	1.372	4.773	20.002	31.755	34.834	46.485	43.308	27.295	1.080	-	-	210.936	17.578
BASICOS	68.490	80.290	44.070	52.100	28.014	40.189	50.188	54.974	58.791	45.538	23.221	26.687	572.552	47.713
MODA	24.847	11.884	18.248	27.509	23.556	33.712	32.288	47.626	36.040	41.377	34.032	33.532	364.651	30.388
MINIS	496	575	497	454	372	336	1.404	1.065	280	-	-	310	5.789	482
CHUNCHIS CINTILLOS - MUESTRAS	1.692	3.135	3.468	1.701	764	671	-	-	-	357	55	-	11.843	987
TOTAL	95.557	97.256	71.056	101.766	84.461	109.742	130.365	146.973	122.406	88.352	57.308	60.529	1.165.771	97.148
Días laborables	20	18	20	22	20	22	21	22	22	21	17	11		
Promedio producción día	4.778	5.403	3.553	4.626	4.223	4.988	6.208	6.681	5.564	4.207	3.371	5.503		
													Diciembre corte trabaja hasta el 15 de dic	
CONSUMO TELA MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO	PROMEDIO MES
TELA PROPIA	16.282,02	15.270,01	10.241,78	18.576,43	18.104,10	21.708,13	24.091,43	28.223,05	21.493,78	16.310,11	12.146,63	11.511,96	213.959,43	17.829,95
TELA COMPRADA	677,20	1.323,36	1.589,84	900,85	917,55	860,48	2.759,34	1.138,12	2.917,00	1.342,49	948,71	759,65	16.134,59	1.344,55
Desperdicio	3.953,42	3.568,03	2.696,26	3.891,32	3.450,23	4.230,18	5.267,83	5.849,12	4.881,24	3.387,66	2.383,72	2.422,00	45.981,01	3.831,75
Porcentaje de desperdicio	23,31%	21,50%	22,79%	19,98%	18,14%	18,74%	19,62%	19,92%	20,00%	19,19%	18,20%	19,74%	19,98%	19,98%
TOTAL CONSUMO	16.959,22	16.593,37	11.831,62	19.477,28	19.021,65	22.568,61	26.850,77	29.361,17	24.410,78	17.652,60	13.095,34	12.271,61	230.094,02	19.174,50
CONSUMO PROMEDIO POR PRENDA	0,177	0,171	0,167	0,191	0,225	0,206	0,206	0,200	0,199	0,200	0,229	0,203	0,197	

CONTROL DE CALIDAD. -

Durante el 2015 se establecieron puntos de control en todos los procesos.

Los controles implementados fueron:

- Calidad Volante – a pie de máquina
- Inspección final – revisión del 100% de las prendas confeccionadas, previo al proceso de plancha.
- Auditoria de calidad, 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 materia prima e insumos, terminación y

CONTROL DE CALIDAD 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 materia prima e insumos, terminación y acabados. En acabados se separan prendas de 1era, prendas de 2da y prendas para descuentos locos.

TALLER LIMA. -

Durante el 2015 taller Lima fabricó prendas propias Pinto (moda y básicas) y prendas de Exportación Ragman y otros clientes, pero en menor cuantía, tanto en taller propio como en satélites, dándonos un total de 409,539 prendas confeccionadas.

En taller Propio se confeccionaron 274,983 prendas de EXPORTACIÓN RAGMAN y 24,193 PRENDAS PINTO y de OTROS CLIENTES que nos da un total de 299,176 prendas en taller Lima lo que corresponde a un 5.24% más que el 2014, en talleres satélites

se confeccionaron 106,323 prendas durante el 2015. En total la producción del 2015 fue de 409,531 prendas que corresponde a un 7.39% menos que en el 2014.

MES	TIPO	MODELO				TOTAL
		CUYANA	OTROS	PINTO	RAGMAN	
ENERO	PROPIO	631	0	1,769	28,266	30,666
ENERO	TALLER	0	0	0	920	920
FEBRERO	PROPIO	0	0	5,420	29,421	34,841
FEBRERO	TALLER	0	0	0	448	448
MARZO	PROPIO	0	0	658	26,059	26,717
MARZO	TALLER	0	0	0	10,571	10,571
ABRIL	PROPIO	0	4,453	0	12,916	17,369
ABRIL	TALLER	0	0	354	19,116	19,470
MAYO	PROPIO	0	4,494	0	25,167	29,661
MAYO	TALLER	0	4,516	6,089	24,239	34,844
JUNIO	PROPIO	0	0	0	29,878	29,878
JUNIO	TALLER	0	0	0	3,998	3,998
JULIO	PROPIO	0	0	0	17,032	17,032
JULIO	TALLER	0	0	0	19,515	19,515
AGOSTO	PROPIO	0	0	0	56,852	56,852
OCTUBRE	PROPIO	5,036	172	1,560	32,687	39,455
OCTUBRE	TALLER	0	0	0	1,430	1,430
SETIEMBRE	PROPIO	0	0	0	15,211	15,211
SETIEMBRE	TALLER	0	0	2,084	13,043	15,127
DICIEMBRE	PROPIO	0	0	0	1,494	1,494
DICIEMBRE	TALLER	0	0	0	4,032	4,032
Total general		5,667	13,635	17,934	372,295	409,531

MES	PROPIO	TALLER	TOTAL
ENERO	30,666	920	31,586
FEBRERO	34,841	448	35,289
MARZO	26,717	10,571	37,288
ABRIL	17,369	19,470	36,839
MAYO	29,661	34,844	64,505
JUNIO	29,878	3,998	33,876
JULIO	17,032	19,515	36,547
AGOSTO	56,852		56,852
OCTUBRE	39,455	1,430	40,885
DICIEMBRE	1,494	4,032	5,526
SETIEMBRE	15,211	15,127	30,338
Total general	299,176	110,355	409,531

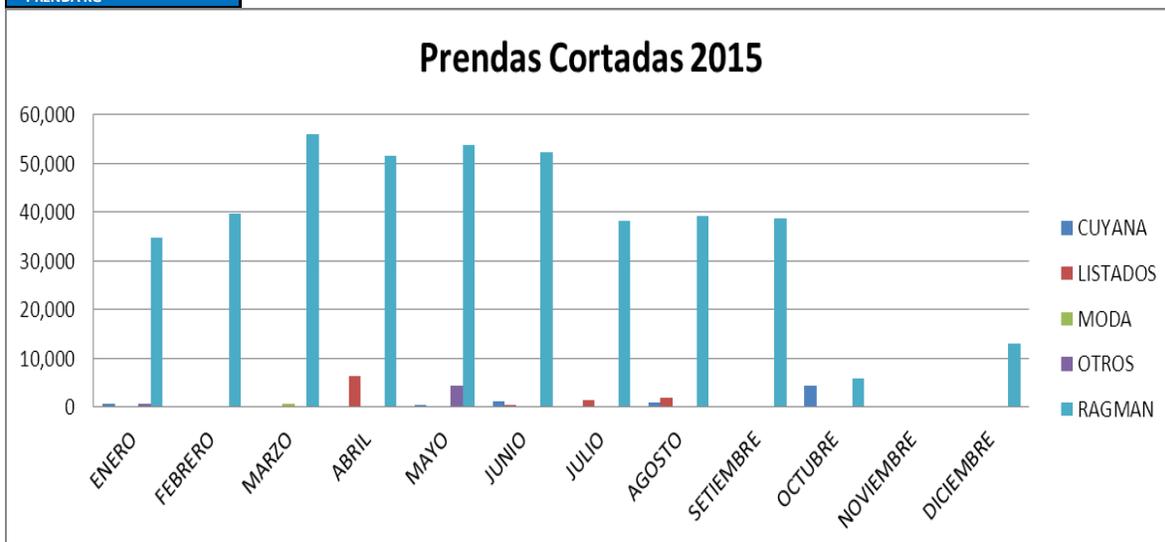
Durante el 2015 se compró la tela a proveedores como Recytex, Romosa, Filasur y Algolimsa, se trabajaron con algunas telas locales para la producción de prendas Ragman, básicas y moda (telas listadas para polos y jersey llano tanguis 40/1 en colores blanco y negro).

Se consumió un total de 84,423.26 kg de tela (Tejido de punto H/40 Tanguí Supima) con un desperdicio total de 21,205.57 kg que nos da un 25,12% de desperdicio y un consumo promedio por prenda de 0.189 kg. Con esta cantidad de tela se cortaron 447,741 prendas durante enero a diciembre. El 100% de este corte corresponde a prendas para Exportación, el

94.50 % son prendas Ragman, el 2.33% corresponde a prendas listadas y la diferencia se distribuyen entre prendas moda y clientes pequeños (3.17%)

MES	PRODUCCION CORTE	CUYANA	LISTADOS	MODA	OTROS	RAGMAN	CONSUMO TOTAL TELA KG	DESPERDICIO KG	MERMA %
ENERO	36,168	688	0	0	695	34,785	5,778.60	1,510.27	26%
FEBRERO	39,762	0	0	0	16	39,746	6,561.70	1,713.82	26%
MARZO	56,726	0	0	658	220	55,848	10,258.54	2,583.92	25%
ABRIL	58,158	0	6,443	0	77	51,638	12,495.32	2,869.83	23%
MAYO	58,710	361	0	0	4,516	53,833	13,171.78	3,630.11	28%
JUNIO	53,877	1,181	498	0	0	52,198	10,043.37	2,684.17	27%
JULIO	39,602	0	1,405	0	0	38,197	7,512.82	1,707.72	23%
AGOSTO	42,129	883	2,046	0	0	39,200	7,600.83	1,713.82	23%
SEPTIEMBRE	38,873	0	50	0	0	38,823	6,708.52	1,678.73	25%
OCTUBRE	10,441	4,367	0	0	172	5,902	1,674.83	453.92	27%
NOVIEMBRE	0	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0%
DICIEMBRE	13,295	0	0	0	330	12,965	2,616.95	659.25	25%
TOTAL	447,741	7,480	10,442	658	6,026	423,135	84,423.26	21,205.57	25.12%

TOTAL PRENDAS CORTE	447,741	1.67%	2.33%	0.15%	1.35%	94.50%
CONSUMO PROM PRENDA KG	0.189					



TALLER COLOMBIA

Para Empresas Pinto Colombia el año 2015 ha sido un año complicado en producción, debido a que las exportaciones a Empresas Pinto Ecuador disminuyeron el 15% respecto al año anterior por consecuencia del estado económico de Empresas Pinto Ecuador como tal, por lo tanto se optó por acudir al mercado nacional, se logró obtener vínculos comerciales tanto clientes de maquila como de venta de la camisa en paquete completo.

Durante el 2015 el Taller de Colombia tuvo una operación irregular, a principios de año en el primer trimestre fueron meses muy buenos en producción pues se tenían pedidos ya establecidos por parte de empresas Pinto Ecuador y la planta de producción estaba alcanzando un 83% de eficiencia, ya a partir del segundo trimestre la eficiencia empezó a bajar, empezamos a producir productos con diferencias al que se realizaba frecuentemente de clientes nuevos con nuevas exigencias, en estos meses la producción no era consecutiva, en el tercer y cuarto trimestre del año los pedidos de Pinto Ecuador disminuyeron y hubieron meses que únicamente producimos a clientes nacionales.

La producción del año fue de 54.035 unidades, que representó un 6.6% menos que el año pasado. El promedio mensual fue de 4,502 unidades. Existieron muchos problemas de abastecimiento de las materias primas y de fusionado en el 2015 sobre todo en el último semestre.

A continuación, me permito presentar un cuadro explicativo de la producción del 2015:

MES	# OPERARIOS	DIAS LABORALES	PPTO ECUADOR		PRODUCCION ECUADOR		PRODUCCION TERCEROS		Producción / Presupuesto
			MES	DIA	MES	DIA	MES	DIA	
ENERO	36	20	6861	343	5760	288			0.84
FEBRERO	34	20	7510	376	6015	301			0.80
MARZO	38	21	7187	342	6095	290			0.85
ABRIL	34	20	7000	350	4042	202			0.58
MAYO	29	19	7351	387	3926	207	1080	57	0.68
JUNIO	32	19	7150	376	4029	212	1607	85	0.79
JULIO	33	22	7700	350	3769	171	804	37	0.59
AGOSTO	29	19	7350	387	4223	222		0	0.57
SEPTIEMBRE	29	22	6600	300	2611	119	1727	79	0.66
OCTUBRE	29	21	6600	314	3326	158		0	0.50
NOVIEMBRE	29	19	6600	347	0	0	2886	152	0.44
DICIEMBRE	29	13	2860	220	0	0	2147	165	0.75
TOTAL	32	235	80769	344	43796	186	10251	44	0.67

2. VENTAS

Pinto vende ropa casual y deportiva, principalmente de algodón, tanto bajo la marca propia como de fabricación de marca privada para otras marcas para exportación. La venta 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
5. Ventas a Cadenas

EXPORTACIONES

Dentro de las Exportaciones existen 4 tipos de exportación

1. Exportaciones bajo marca Pinto
2. Exportaciones de marca Privada
3. Exportación de tela
4. Otras exportaciones

SERVICIOS-TELA

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

Se registra la venta de telas, que son también comercializadas a terceros.

PRODUCTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
MERCADERIA	939.761	1.030.639	1.231.726	1.443.420	1.214.437	1.437.412	1.064.857	1.272.667	1.090.895	962.243	1.258.960	2.967.989	15.915.007
EXPORTACION	884	14.110	12.262	61.147	32.914	177.941	232.375	153.760				83.548	768.940
SERVICIOS	10.221	10.601	19.439	12.347	21.995	48.216	20.037	20.375	24.548	19.774	6.855	37.935	252.342
TELA			45	252	435	347	2.386	9.584	17.504	31.419	26.401	19.430	107.803
TOTAL	950.866	1.055.350	1.263.471	1.517.166	1.269.781	1.663.916	1.319.655	1.456.385	1.132.947	1.013.436	1.292.216	3.108.902	17.044.091

2.1 BIENES PRODUCIDOS/VENTAS NACIONALES. -

2.1.1 VENTAS AL DETALLE

Las ventas al detalle provienen de las registradas en puntos de venta de marca Pinto de propiedad de Empresas Pinto SA.

Se detalla a continuación los 26 puntos de venta que en el 2015 generaron ventas:

		2014	2015	%
VENTAS TOTALES		\$ 16.820.728,72	\$ 12.940.189,42	-23%
SAME STORE SALES		\$ 16.816.114,15	\$ 12.940.189,42	-23%
ALMACENES		VENTA EN \$		
		2014	2015	%
1	QUICENTRO	\$ 1.613.289,09	\$ 1.155.382,22	-28%
2	EL JARDIN	\$ 1.227.425,65	\$ 927.026,61	-24%
3	SAN MARINO	\$ 1.221.883,38	\$ 907.547,37	-26%
4	MALL DEL SOL	\$ 1.107.423,29	\$ 890.929,68	-20%
5	MANTA TRAD	\$ 1.063.703,33	\$ 780.504,17	-27%
6	EL CONDADO	\$ 959.738,10	\$ 769.383,74	-20%
7	AMBATO	\$ 1.012.787,88	\$ 709.850,99	-30%
8	PORTOVIEJO	\$ 818.572,64	\$ 695.028,59	-15%
9	SCALA	\$ 748.085,60	\$ 685.533,88	-8%
10	SAN LUIS	\$ 802.234,59	\$ 624.447,23	-22%
11	CCI	\$ 713.054,13	\$ 488.395,36	-32%
12	RECRO	\$ 613.178,70	\$ 479.401,33	-22%
13	EL BOSQUE	\$ 596.385,49	\$ 471.390,93	-21%
14	POLICENTRO	\$ 604.694,05	\$ 465.356,47	-23%
15	CEIBOS	\$ 533.139,44	\$ 425.330,80	-20%
16	ENTRE RIOS	\$ 527.266,42	\$ 411.283,45	-22%
17	QUICENTRO KIDS	\$ 429.689,40	\$ 326.540,42	-24%
18	MACHALA	\$ 389.999,43	\$ 313.930,33	-20%
19	M.DEL SOL KIDS	\$ 344.579,84	\$ 280.396,30	-19%
20	RIOCENTRO NORTE	\$ 369.292,17	\$ 274.677,68	-26%
21	QUICENTRO SUR	\$ 308.944,67	\$ 233.450,89	-24%
22	CUENCA	\$ 252.618,92	\$ 208.490,67	-17%
23	AEROPUERTO	\$ 185.763,74	\$ 125.075,28	-33%
24	OUTLET OTAVALO	\$ 162.130,54	\$ 113.401,57	-30%
25	MARIANAS	\$ 51.635,23	\$ 104.062,48	102%
26	OUTLET	\$ 158.598,43	\$ 73.370,98	-54%
27	LATACUNGA	\$ 4.614,57	\$ -	-100%

De los 27 puntos de venta para diciembre 31 de 2014 se cerró uno de ellos debido a que no generaba la utilidad requerida. Si comparamos los mismos locales, no hay una repercusión significativa en el resultado, debido a que se cerró en enero del 2014 y sólo representó, el 0,03% de la venta total.

Resultados de Facturas, Unidades

A inicios de año se puso en vigencia la implementación de salvaguardias a las importaciones, que produjo que Colombia, se convirtiera en destino de compras; adicional a las compras en el extranjero. Esto causó un cambio en el comportamiento del consumidor ecuatoriano, que dejó de comprar en el país, optando por priorizar precios, sobre marca o calidad.

A mediados de año, se empezó a agravar la situación del país por la reducción del precio del petróleo, que produjo un impacto en la demanda del mercado. El comercio empezó con descuentos y liquidaciones, para atraer el consumo. Por nuestra parte las promociones fueron más agresivas en comparación con las de años anteriores. El detonante de esta situación se sintió en la temporada de Navidad, donde se ofrecieron promociones hasta la última semana de diciembre, facilidades de crédito con tarjetas, meses de gracia donde el mercado incluyó a los alimentos (que antes no se consideraban en estos planes).

Todo lo anterior afectó nuestras facturas y cantidad de artículos vendidos. A continuación, se presentan los resultados.

Facturas: En total se decreció en un 18%. Refleja el cambio de comportamiento del cliente.

Unidades: Decreció en un 21%. Refleja una disminución en la cantidad de clientes, y a su vez dichos clientes consumiendo menos.

Factura Promedio: Decreció en un 6%. Los clientes que nos compraron bajaron su monto de factura de \$43,24 a \$40,77

Precio Promedio por Unidad: Decreció en un 3%. El precio promedio bajó de \$15,04 a \$14,63.

A continuación, se presenta el detalle, que ordena los locales de acuerdo a su aporte de venta:

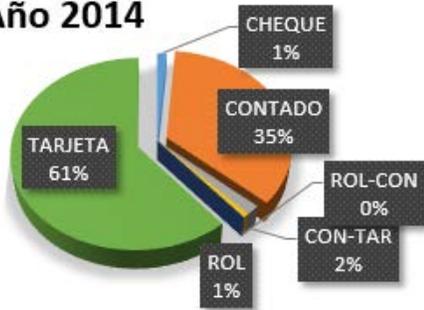
		2014	2015	%	2014	2015	%	2014	2015	%	2014	2015	%
VENTAS TOTALES		389.025	317.396	-18%	1.118.071	884.421	-21%	\$ 43,24	\$ 40,77	-6%	\$ 15,04	\$ 14,63	-3%
ALMACENES	# FACTURAS			UNIDADES			FACTURA PROMEDIO \$			PRECIO POR UNIDAD			
	2014	2015	%	2014	2015	%	2014	2015	%	2014	2015	%	
1	QUICENTRO	35.199	26.637	-24%	103.497	72.742	-30%	\$ 45,83	\$ 43,38	-5%	\$ 15,59	\$ 15,88	2%
2	EL JARDIN	26.019	21.256	-18%	79.729	61.363	-23%	\$ 47,17	\$ 43,61	-8%	\$ 15,39	\$ 15,11	-2%
3	SAN MARINO	28.317	22.130	-22%	83.935	64.519	-23%	\$ 43,15	\$ 41,01	-5%	\$ 14,56	\$ 14,07	-3%
4	MALL DEL SOL	26.641	21.985	-17%	73.069	60.148	-18%	\$ 41,57	\$ 40,52	-3%	\$ 15,16	\$ 14,81	-2%
5	MANTA TRAD	25.896	21.270	-18%	66.326	52.751	-20%	\$ 41,08	\$ 36,70	-11%	\$ 16,04	\$ 14,80	-8%
6	EL CONDADO	22.214	18.467	-17%	64.052	51.073	-20%	\$ 43,20	\$ 41,66	-4%	\$ 14,98	\$ 15,06	1%
7	AMBATO	18.354	13.724	-25%	64.225	46.780	-27%	\$ 55,18	\$ 51,72	-6%	\$ 15,77	\$ 15,17	-4%
8	PORTOVIEJO	19.123	17.469	-9%	47.005	42.476	-10%	\$ 42,81	\$ 39,79	-7%	\$ 17,41	\$ 16,36	-6%
9	SCALA	17.286	15.848	-8%	50.845	45.852	-10%	\$ 43,28	\$ 43,26	0%	\$ 14,71	\$ 14,95	2%
10	SAN LUIS	18.400	15.094	-18%	49.672	38.789	-22%	\$ 43,60	\$ 41,37	-5%	\$ 16,15	\$ 16,10	0%
11	CCI	16.543	11.651	-30%	46.811	32.961	-30%	\$ 43,10	\$ 41,92	-3%	\$ 15,23	\$ 14,82	-3%
12	RECREO	13.673	10.766	-21%	38.811	32.548	-16%	\$ 44,85	\$ 44,53	-1%	\$ 15,80	\$ 14,73	-7%
13	EL BOSQUE	13.262	10.829	-18%	39.286	31.523	-20%	\$ 44,97	\$ 43,53	-3%	\$ 15,18	\$ 14,95	-1%
14	POLICENTRO	15.001	12.457	-17%	40.452	32.557	-20%	\$ 40,31	\$ 37,36	-7%	\$ 14,95	\$ 14,29	-4%
15	CEIBOS	13.345	11.629	-13%	36.627	30.956	-15%	\$ 39,95	\$ 36,58	-8%	\$ 14,56	\$ 13,74	-6%
16	ENTRE RIOS	13.114	10.300	-21%	36.163	28.888	-20%	\$ 40,21	\$ 39,93	-1%	\$ 14,58	\$ 14,24	-2%
17	QUICENTRO KIDS	10.183	8.556	-16%	31.748	27.035	-15%	\$ 42,20	\$ 38,17	-10%	\$ 13,53	\$ 12,08	-11%
18	MACHALA	8.554	7.307	-15%	24.096	20.210	-16%	\$ 45,59	\$ 42,96	-6%	\$ 16,19	\$ 15,53	-4%
19	M.DEL SOL KIDS	9.373	8.628	-8%	27.570	25.644	-7%	\$ 36,76	\$ 32,50	-12%	\$ 12,50	\$ 10,93	-13%
20	RIOCENTRO NORTE	9.823	7.581	-23%	25.183	19.089	-24%	\$ 37,59	\$ 36,23	-4%	\$ 14,66	\$ 14,39	-2%
21	QUICENTRO SUR	8.101	6.464	-20%	24.740	18.868	-24%	\$ 38,14	\$ 36,12	-5%	\$ 12,49	\$ 12,37	-1%
22	CUENCA	5.565	4.695	-16%	16.256	12.785	-21%	\$ 45,39	\$ 44,41	-2%	\$ 15,54	\$ 16,31	5%
23	AEROPUERTO	4.460	3.191	-28%	12.108	8.244	-32%	\$ 41,65	\$ 39,20	-6%	\$ 15,34	\$ 15,17	-1%
24	OUTLET OTAVALO	4.471	3.453	-23%	12.747	8.950	-30%	\$ 36,26	\$ 32,84	-9%	\$ 12,72	\$ 12,67	0%
25	MARIANAS	1.819	3.874	113%	5.948	10.956	84%	\$ 28,39	\$ 26,86	-5%	\$ 8,68	\$ 9,50	9%
26	OUTLET	4.174	2.135	-49%	16.931	6.714	-60%	\$ 38,00	\$ 34,37	-10%	\$ 9,37	\$ 10,93	17%
27	LATACUNGA	115	0	-100%	239	0	-100%	\$ 40,13	\$ -	-100%	\$ 19,31	\$ -	-100%

Formas de Pago

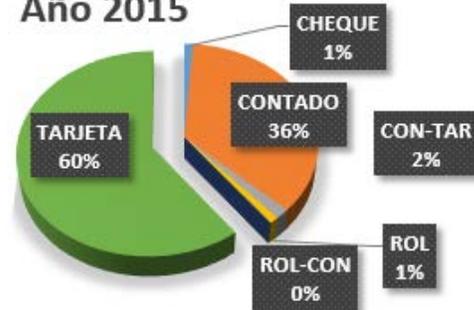
De acuerdo al tipo de pago, el 60% fue por tarjeta (vs 61% en 2014), el 36% en efectivo (vs 35% en 2014), 1% en cheque (vs 1% en 2014), y el restante en combinación de los anteriores. Hay una tendencia de reemplazo del pago en cheque por efectivo o tarjeta. Las tarjetas, han reducido en 1% su participación, la cual va al efectivo.

Formas de Pago	\$	\$	var %
Locales PROPIOS	Año 2014	Año 2015	
CHEQUE	\$ 217.650	\$ 144.283	-34%
CONTADO	\$ 5.899.237	\$ 4.640.120	-21%
CON-TAR	\$ 287.840	\$ 206.862	-28%
ROL	\$ 107.633	\$ 131.807	22%
ROL-CON	\$ 14.203	\$ 9.013	-37%
TARJETA	\$ 10.281.218	\$ 7.800.654	-24%
Venta	\$ 16.821.784	\$ 12.940.347	-23%

Año 2014



Año 2015



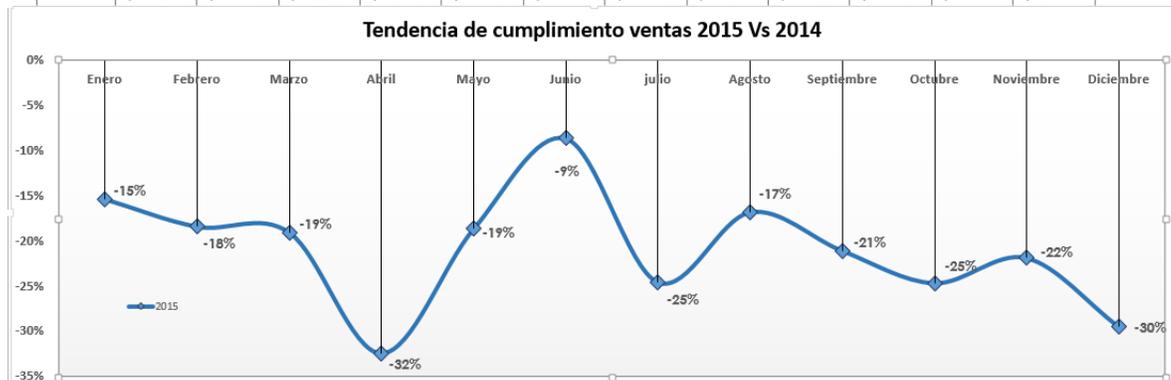
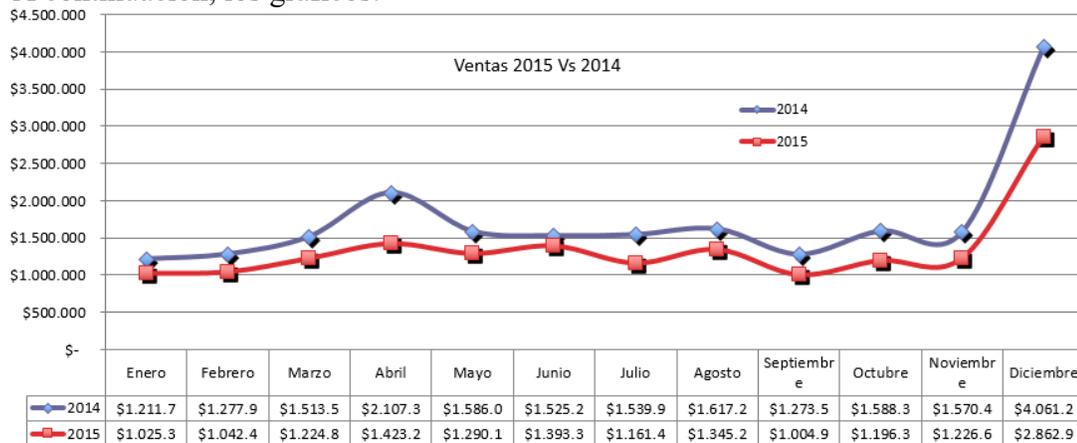
Ventas por mes:

Las ventas son estacionales como indica el siguiente cuadro de ventas brutas con 5 picos en el año: Día de la Madre, Día del Padre, Período de Liquidación en abril y octubre; y Navidad.

Las ventas en el 2015 presentaron cambios en sus temporadas pico de liquidación de abril y octubre, siendo abril el que más reducción presentó.

El pico de Navidad afectó al resultado del año, al presentar el mayor decrecimiento en dólares.

A continuación, los gráficos:



Las ventas mensuales son impulsadas por diferentes necesidades estacionales naturales y provocadas, que serán discutidas a continuación, en el orden cronológico del año 2015.

2.1.1 TEMPORADA PLAYA COSTA

En los meses de 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.

2.1.2 DESCUENTOS LOCOS ABRIL

En abril, aprovechando la entrega de utilidades, se realizó nuestra temporada de liquidaciones donde tuvimos vigentes descuentos del 30%, 40% y 50% en prendas seleccionadas.

Debido a la coyuntura económica, varios competidores implementaron liquidaciones similares, lo que restó impacto a la nuestra y no se obtuvieron los resultados esperados. Además, la población del norte del país aprovechó los feriados, para realizar viajes a la frontera y realizar sus compras.

2.1.3 ENTRADA A CLASES COSTA

Por segundo año consecutivo, de acuerdo al cronograma del Ministerio de Educación, el ingreso a clases sufre un cambio de abril a mayo. Esto ocasiona que se unan 3 temporadas que se manejaban en diferentes meses: Marzo con Regreso a Clases; Abril con Liquidación, y mayo- Día de la Madre. Con este cambio, se concentra en abril tanto la liquidación de prendas como el regreso a clases. Además, se inicia tardíamente la temporada de Madres.

Las salvaguardias afectaron la importación de las medias desde nuestra planta en Perú, lo que nos desabasteció en la temporada, y no permitió tener un pack promocional que siempre nos ha dado mucho éxito en la misma y ha atraído bastante cliente al local.

A pesar de haber tenido desabastecimiento en medias, otros productos tales como prendas interiores incrementan su demanda. El cliente aprovecha esta temporada para renovar calzoncillos, panties, bvds y camisetas blancas. En estas prendas se aprovechó para implementar una estrategia de comunicación que nos permita incrementar la rotación.

2.1.4 DÍA DE LA MADRE

En el mes de mayo, la demanda de consumo y la estrategia de comunicación, está enfocada hacia la compra de regalos para el día de la madre. La promoción vigente se enfocó a comunicar un precio atractivo sin embargo no tuvo un mayor efecto dentro de los resultados. Los artículos más vendidos en esta época fueron tops, camisetas y blusas de mujer. La semana del día de la madre representó el 28% de las ventas del mes.

2.1.5 DÍA DEL PADRE

El mes de junio se tiene dos tipos de ventas: las masculinas enfocadas al regalo de día del padre, y las femeninas que son las que visitan la tienda para realizar dichas compras.

Debido a las salvaguardias impuestas, el precio de las camisas (de origen colombiano) sufrió un incremento considerable. Por esta razón en el 2014 se decidió tener otra estrategia de promociones para captar clientes, sin embargo, no tuvo la acogida esperada. En el 2015 se aseguró un stock que permita realizar las 2 promociones que siempre han tenido gran acogida por el cliente. Las promociones de polos y camisas vigentes en ese mes se vieron reflejadas en los resultados obteniendo el menor decrecimiento del año en términos de porcentaje.

2.1.6 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 las familias de prendas de clima cálido crece. Adicionalmente somos un destino para encontrar prendas para viajes a balnearios – las familias de bermudas, tshirts y tops cobran importancia nuevamente.

2.1.7 ENTRADA A CLASES SIERRA

Para esta temporada se implementó el 3er básico gratis, que involucra todas las prendas básicas B7, obteniendo el incremento de su rotación.

Para esta temporada, se planifico el stock adecuado en estas prendas y así evitar desabastecimientos.

2.1.8 DESCUENTOS LOCOS OCTUBRE

En el mes de octubre, con el objetivo de hacer más espacio en la tienda y podamos tener una buena exhibición de la colección de Navidad siempre se planifican descuentos agresivos sin embargo la mecánica de descuentos cambió pasando de descuentos por porcentaje a descuentos por valor.

A pesar de que los resultados reflejan un decrecimiento alto y que la competencia presentó descuentos agresivos, hubo una mejor aceptación en los descuentos por valores.

2.1.9 NAVIDAD

Se dio inicio a la temporada navideña con el Black Friday que es un evento que ha ganado fuerza y aceptación a través de los años. Se realizó durante la última semana de noviembre se obtuvo buenos resultados en ventas.

En el mes de diciembre se vio un cambio en el comportamiento de compra del consumidor debido a varios factores. Por un lado, los pagos de décimos no se hicieron en las fechas regulares como en años pasados lo que ocasionó un atraso en las compras. Además, la competencia implementó descuentos agresivos que no

aportaron al flujo de clientes dentro de la tienda. En adición, las noches de tarjetas de crédito, que siempre tuvieron excelentes resultados, perdieron el poder de convocatoria. Todos estos factores ocasionaron que los días previos a la Navidad, no exista el repunte de ventas que se había tenido en años anteriores.

En cuanto a las promociones vigentes en esta temporada fueron enfocadas hacia adultos y niños obteniendo una mayor rotación en las prendas promocionadas. Se pudo ver que el cliente priorizó la promoción que más convenía en cuanto a precio.

2.2.1 VENTAS FRAQUICIAS

Las ventas al detalle provienen de la venta a seis empresas que tienen firmado contrato de Franquicia con Empresas Pinto S.A., que les autoriza el modelo de negocio, uso de marca y comercialización de los productos de marca Pinto. Actualmente se cuenta con 9 franquicias.

2.2.2 VENTAS PUNTOS PINTO

Las ventas al detalle provienen de la venta a seis empresas que tienen la autorización de la comercialización de los productos bajo marca Pinto bajo ciertos parámetros de imagen. Se cuenta actualmente con 6 puntos pinto en Loja, Riobamba, El Coca, Puyo, Lago Agrío, Jipijapa.

2.2.3 VENTAS AL POR MAYOR

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.

2.3. VENTA EXPORTACIONES. -

2.3.1 EXPORTACIONES BAJO MARCA PINTO

Las exportaciones bajo la marca Pinto corresponden al local donde se tuvo 1 local abierto hasta febrero

2.3.2 EXPORTACIÓN MARCA PRIVADA (Private Label)

Hubo intermitencia en las exportaciones a la Empresa Ragtex. Esta relación comercial se suspendió.

2.3.3 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.

3. MARKETING

El año 2015 fue bastante competitiva para las empresas en el país, por tal motivo el área de Marketing e Imagen asumió el reto para seguir adelante con las diferentes campañas.

3.1 Promociones 2015

Las promociones del año empezaron a mediados de marzo por motivo que las promociones 2014 se extendieron a esa fecha, el listado de las promociones que estuvieron vigentes es:

PROMOCIONES 2015	VIGENCIA
Horas Locas	13-15 de marzo
DL abril 30%, 40% y 50% en prendas seleccionadas	27 de marzo al 04 de mayo/Kids al 31 de mayo
BTS COSTA 1 pack, 2 pack, 3 pack de ropa interior desde 5,99	27 de marzo al 30 de abril
Por compras de \$60 recibe un top o tshirts B7	04 de mayo al 31 de mayo
Prendas seleccionadas \$9,99 - \$19,99	15 de mayo al 05 de Julio
Sorteo cambio de Look Mamá por compras de \$60	15 de mayo al 31 DE mayo
Promoción tarjeta pichincha por compras de \$60 una prenda gratis	21 de mayo al 15 de junio
Padres: Polos y Camisas a \$69,99	1de junio al 15 de Julio
2DA Prenda a mitad de precio Lookbook	6 de junio al 30 de junio
3 polos o 2 camisas a \$69,99 recibe una camiseta B7 con Bco. Gye	18 de junio al 15 de Julio
Promoción active outlets 30% descuento en prendas seleccionadas	1 Julio hasta agotar stock
look book: por compras de \$60 recibe un regalo (según lista de accesorios y prendas)	3 de julio al 31 de julio
Camiseta de la visita del Papa a \$9,99	10 de Julio hasta agotar stock
Miles de prendas a \$12,99	16 de julio hasta 17 de agosto
20% de dscto en polo blanco o celeste	23 de Julio al 26 de Julio
Remate Otavalo 50%-60%-70% descuento	24 de Julio al 3 de agosto
Horas Locas Julio	31 de Julio al 2 de agosto
BTS SIERRA: 1 pack, 2 pack, 3 pack de ropa interior desde 5,99	18 de agosto al 31 de octubre
Prendas seleccionadas Pinto Kids a \$19,99	14 de agosto al 30 de septiembre
Horas Locas Agosto	14 de agosto al 16 de agosto
Tercer básico gratis	18 de agosto al 14 de septiembre
Prendas seleccionadas Sinox a \$19,99	5 al 14 de septiembre
DLS - Prendas seleccionadas a \$0.99 - \$2.99 - \$4.99- \$6.99 - \$9,99 - \$12.99- \$19.99 y \$29.99 - \$39.99	6 de octubre al 17 de noviembre
Horas Locas: 20% de descuento	2 de octubre al 04 de octubre
Noche Diners 20% de descuento en toda la mercadería	22 de octubre

Navidad: 2 TSHIRTS POR \$29.99 2 CAMISAS POR \$69.99 2 POLOS POR \$49.99 2 CAMISETAS PK POR \$ 19,99	18 de noviembre al 10 de enero 2016
Black Friday 50% en mercadería seleccionada	23 al 30 de noviembre
Remate Outlet Las Violetas 50%-60%-70%	27 de noviembre al 15 de enero 2016
Horas Locas Noviembre	27-28-29 de noviembre
Tercer básico gratis pinto Baby	1 al 31 de diciembre
50% de descuento en Mercadería Seleccionada	8 al 13 de diciembre
72 HORAS DE DESCUENTOS: 20% EN TODA LA MERCADERÍA. SOLO PRESENTANDO LA TARJETA MI COMISARIATO.	11 al 13 de diciembre
1 hora Loca 20% de descuento en toda la mercadería. de 18h30 a 19h30	16 de diciembre de 18:30 a 19:30
20% de descuento en toda la mercadería Cliente Pinto	18 de diciembre
Bono de año nuevo: POR COMPRAS SUPERIORES A \$100 RECIBE UN BONO DE \$20	18 de diciembre al 31 de diciembre
10% ADICIONAL EN TODA LA MERCADERÍA EN LIQUIDACIÓN, HASTA EL 60% DE DESCUENTO	19 y 20 de diciembre
2 polos por \$29,99 Pinto Kids	18 de diciembre al 31 de diciembre
Banco Pichincha: 20% de descuento	19 y 20 de diciembre
50% de descuento en la segunda prenda Pinto Active	28 de diciembre al 31 de enero 2016
2 camisetitas por \$29,99; solo Ibarra	24 de diciembre al 4 de enero 2016

Con estas promociones en el año 2015 tuvimos el siguiente resultado en cantidad de prendas como en cantidad monetaria:

	Cantidad de Prendas	Valor monetario
2015	446482	5502731,77

3.1.1 TEMPORADA PLAYA COSTA

En los meses de febrero y marzo la demanda en la costa aumenta en la familia de bermudas, t-shirts 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.

3.1.2 DESCUENTOS LOCOS ABRIL

En abril, aprovechando la entrega de utilidades, aprovechamos para realizar nuestra temporada de liquidaciones. Ponemos la mercadería de colecciones anteriores 30%, 40% y 50% en prendas seleccionadas

3.1.3 ENTRADA A CLASES COSTA

Durante la época de regreso a clases en la costa la demanda de ropa blanca crece y básicos, 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. 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.

3.1.4 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. Todo el mes de mayo hubo un regalo por \$60 de compra.

3.1.5 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 básico y nuestras camisas como opción de regalo.

3.1.6 CAMISETAS POR LA VENIDA DEL PAPA FRANCISCO A ECUADOR

Las camisetas estampadas con motivo de la venida del Papa Francisco tuvieron acogida con los clientes que con el precio que se puso de venta al público de \$9,99; a pesar del precio se tuvo que dar bastante rotación para terminar el stock.

3.1.7 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, t-shirts y tops cobran importancia nuevamente.

3.1.8 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. Para este año salieron packs de ropa interior y prendas desde \$5.99.

3.1.9 DESCUENTOS LOCOS OCTUBRE

En el mes de octubre previo a Navidad para que entre la nueva colección realizamos nuevamente nuestra etapa de liquidación.

3.1.10 BLACK FRIDAY

Los días de Black Friday este año en Pinto fueron 7, estos días obtuvimos buenos resultados, por lo cual es una fecha importante para ventas

3.1.11 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 este año se realizó la campaña de Navidad a Color que tuvo bastante apertura, pero aun así con resultados en ventas no tan favorables como años pasados.

3.1.12 PROMOCIONES EVENTUALES: HORAS LOCAS

Las horas locas en este año marcaron algunos meses con promociones del 20% al 30% por 48 a 72 horas las cuales ayudaron a mejorar las ventas incluso aliadas a tarjetas.

4. DISEÑO:

El departamento de diseño actualmente cuenta con un equipo de 12 personas con la siguiente estructura:

Dirección

Diseñadora encargada de las líneas Pinto adultos, Active, Sinox.

Diseñadora encargada de las líneas Baby, Kids, Maternity.

Diseñadoras patronistas 2 personas

Confección de muestras 5 personas

Coordinación y costos 2 personas

Continuamos con 4 temporadas en el año divididas así:

- **Temporada 1:** correspondiente a los meses de febrero y marzo, dando énfasis a la temporada de playa y entrada a clases de la costa.
- **Temporada 2:** correspondiente a los meses de abril, mayo y junio, dando énfasis a día de la madre y día del padre.
- **Temporada 3:** correspondiente a los meses de julio, agosto, septiembre, dando énfasis al verano, vacaciones y entrada a clases de la sierra.
- **Temporada 4:** correspondiente a los meses de octubre, noviembre, diciembre y enero del 2014. Dando énfasis a la Navidad temporada más importante del año.

MIX DE PRENDAS. -

En cada temporada se maneja un mix de prendas para cada línea con un número específico de modelos y colores, donde incluye: t-shirts, tops exteriores, polos, blusas, camisas, sweaters, chompas, faldas, vestidos, sports, pantalones, accesorios, pijamas.

TEMPORADA 1:

En esta temporada e desarrollo un total de 89 prendas, siendo 61 modelos en Pinto adultos y 28 modelos en pinto kids.

TENDENCIA:

Para la temporada 1 se utilizó la misma tendencia de la temporada 4 del año anterior.



CARTA DE COLOR:

CARTA DE COLOR *JARDIN ZEN*

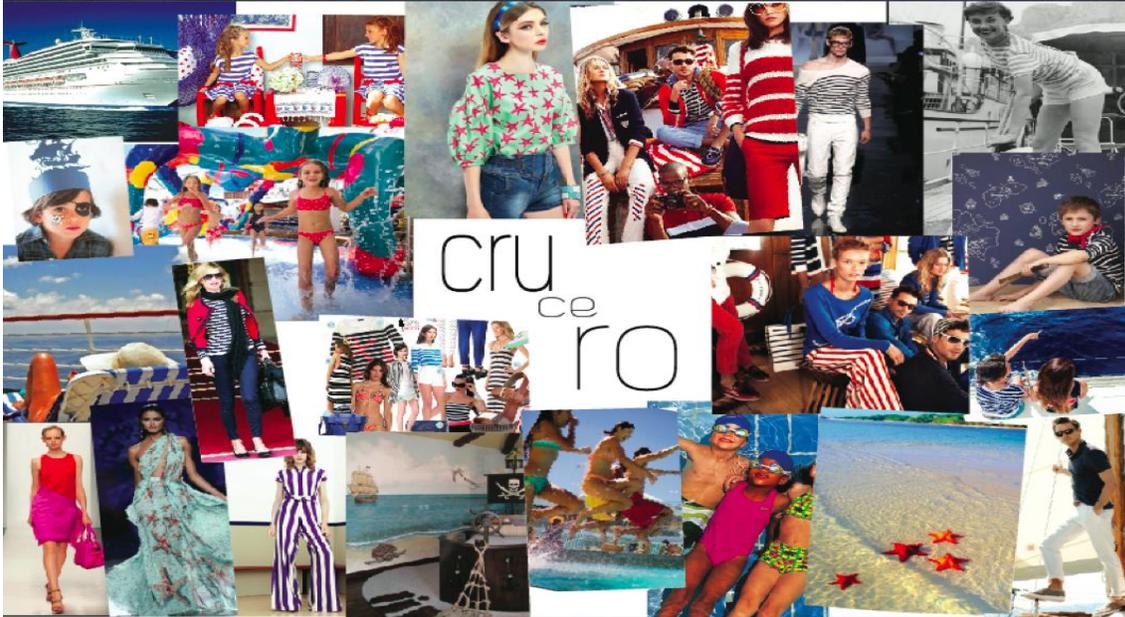


TEMPORADA 2:

En esta temporada se desarrolló un total de 223 prendas entre todas las líneas.

TENDENCIA:

Esta tendencia marinera se reinventa todos los veranos, esta vez viene con una carta de color muy alegre, combinada con los colores neutrales siendo protagonista el azul navy.



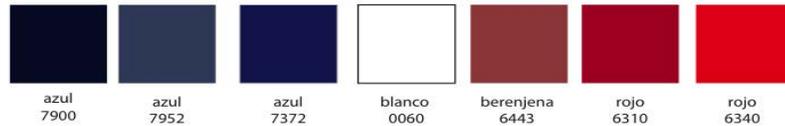
CARTA DE COLOR:

CARTA DE COLOR

cru
ce
ro



Tripulación



azul
7900

azul
7952

azul
7372

blanco
0060

berenjena
6443

rojo
6310

rojo
6340



Paisaje marino



fresa
6108

fucsia
6373

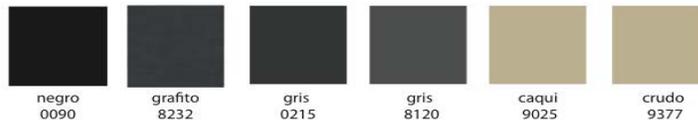
rosado
6036

verde
3075

turquesa
7157

verde
3047

turquesa
7208



negro
0090

grafito
8232

gris
0215

gris
8120

caqui
9025

crudo
9377

TEMPORADA 3:

En esta temporada se desarrolló un total de 117 prendas entre todas las líneas.

Para esta temporada se mantiene la misma inspiración del T2 crucero.

TEMPORADA 4:

Para esta temporada se desarrolló un total de 284 prendas entre todas las líneas.

TENDENCIA:

Retoños de color: Nos regresa a la época setentera donde encontramos estampados ricos de color, nos influencia el espíritu cultural y artístico de la época. Tenemos mezclas de texturas y colores vibrantes.



CARTA DE COLOR:



NUEVOS PROYECTOS:

Este año el departamento de diseño creó dos nuevas marcas:

PINTO BABY:

Desde hace mucho tiempo las familias ecuatorianas necesitaban la suavidad y calidad de Pinto para el cuidado de los más pequeñitos de la casa. Cumpliendo los deseos de nuestros clientes traemos nuestra nueva línea Pinto Baby que podrás encontrar en nuestras tiendas Pinto Kids y a nivel nacional en tiendas departamentales, boutiques especializadas y tiendas multimarca.

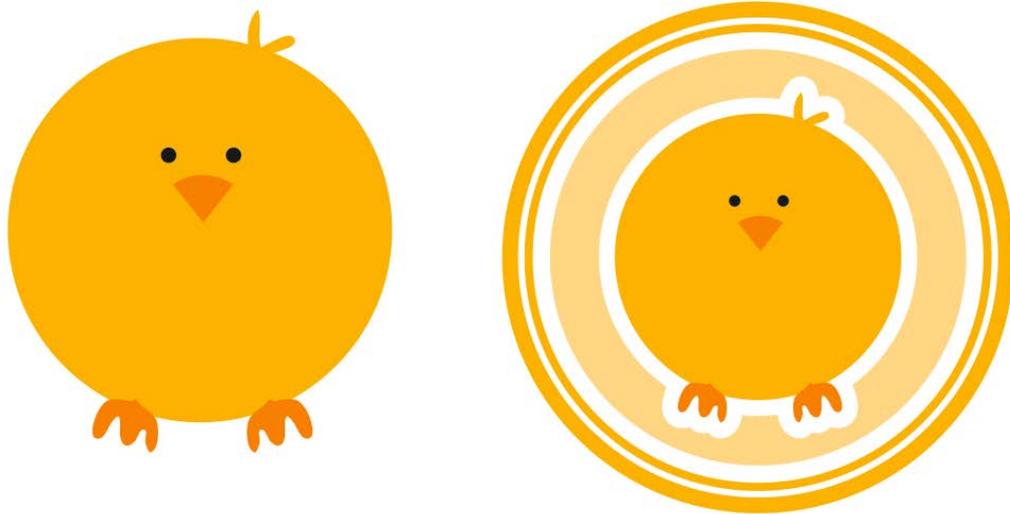
El algodón es la fibra natural preferida para vestir a los bebés ya que brinda protección que regula la temperatura y no produce alergias, Pinto Baby ofrece a tu bebé prendas hechas con el amor, ternura y delicadeza que él te inspira.

Tenemos prendas con el fit perfecto para cada etapa de su vida, conocemos perfectamente las necesidades, solo Pinto Baby te da la calidad, tecnología y suavidad que tu bebé merece.

Ámalo con tu corazón, mímalo con Pinto Baby.

Prendas para bebés (niño y niña) desde los 0 meses a los 24 meses en 100% algodón, bajo la marca Pinto baby. Estas prendas se venderán a través de canales de distribución minoristas masivos: almacenes multimarca, tiendas departamentales, supermercados, farmacias, boutiques especializadas y en una percha dentro de los almacenes de Pinto Kids.





PINTO MATERNITY:

Pinto te acompaña en todas las etapas de tu vida. Pinto Maternity fue creada para nuestras clientes que están en estado de gestación. Sabemos que las mujeres en esta etapa tienen un montón de sentimientos encontrados, por lo que diseñamos una colección que aparte de cuidar cada detalle, las hace ver más hermosas.

pinto

M a t e r n i t y



pinto
Maternity



MARCAS PRIVADAS:

Nuestro departamento está diseñado para atender a nuestros clientes desde la concepción de una colección como el desarrollo de cualquier prototipo bajo una ficha técnica, foto o muestra.

Desarrollo para Clientes:

- Rain man**
- Fynch Hatton**
- Cuyana**
- Ottium**
- Sansibar ladys**
- Sansibar man**
- SINOX:**

Sinox es una marca de ropa outdoors especializada para hombres. Su mix de productos comprende prendas exteriores Chompas de fleece, chalecos de fleece, chompas impermeables, buzos, polos, camisetas y pantalones.

Inspiración de la colección 2015:

The poster has a dark blue background. At the top left, there is a logo with two crossed pickaxes and the word 'SINOX' in white. Below it, 'SIN OXIGENO' is written in large red letters, and 'TUNGURAGUA' is in large white letters with a mountain image integrated into the letters. On the right side, there is a 3x2 grid of six square photos showing different volcanic eruptions. Below the grid, the word 'CUMBRE' is written in large, bold, white letters. On the left side, there is a block of white text.

SINOX
SIN OXIGENO
TUNGURAGUA

Ivan en sus relatos cuenta como fue soñando en su meta, desde pequeño se sentaba a mirar el Tunguragua y soñaba con escalarlo... Escogió su cumbre, la visualizó y fue llegando a ella

Esta colección está inspirada en esa primera cumbre que miraba todos los días y que le llevó a tantas otras. Un volcán que además nos ha mostrado muchas formas que nos recuerdan el poder de la naturaleza.

Escoge tu cumbre y alcanzala!

CUMBRE

Donde les atendemos con prendas como: T-shirts, tops, vestidos, blusas, polos etc., para un total de 26 prendas.

Nuestro departamento está diseñado para atender a nuestros clientes desde la concepción de una colección como el desarrollo de cualquier prototipo bajo una ficha técnica, foto o muestra.

5.- RECURSOS HUMANOS

El enfoque del año 2015 estuvo centrado en continuar con la mejora en la eficiencia del personal manteniendo la optimización de todo tipo de recursos.

Se mantuvo y mejoró la estructura del personal tanto en Áreas Administrativas, Producción y Almacenes lo que aportó directamente a bajar costos y mantener un mayor control en el gasto del año correspondiente. Esto se puede evidenciar especialmente en las áreas de Producción de la planta en las que se disminuyó el número de personal directo e indirecto, el mismo que pasó a colaborar en algunos casos al Taller, y a la Bodega de Producto Terminado que inició operaciones en la Planta Otavalo desde el mes de octubre de 2015.

Desde enero hasta diciembre se mantuvo una política de contrataciones bastante austera acorde al decrecimiento general de ventas en almacenes y la economía del País. Se mantuvo un control en el ingreso de nuevos cargos, dando prioridad a personal de apoyo para el

incremento de ventas al por mayor de tela y prendas, así como control para la producción de corte y confección.

Se generaron beneficios internos para el personal a través de mayores promociones en la compra de prendas en nuestros locales.

5.1 GESTIÓN EN SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL. -

Las actividades ejecutadas de las siguientes áreas durante el año 2015 son:

- Ingreso de Organismos Paritarios en el sistema SAITE del Ministerio de Trabajo
- Trámite del permiso de funcionamiento otorgado por el Cuerpo de Bomberos de Otavalo
- Retroalimentación a los brigadistas por parte del Cuerpo de Bomberos de Otavalo
- Reportes de accidentes de accidentes del trabajo al Seguro General de Riesgos del Trabajo
- Reporte de enfermedades profesionales al Seguro General de Riesgos del Trabajo
- Cumplimiento de medidas correctivas de los informes de Análisis de Puestos de Trabajo emitidos por el Seguro General de Riesgos del Trabajo, por los casos de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales
- Capacitaciones internas en materia de seguridad y salud establecidas mediante el cronograma anual de capacitaciones
- Ejecución de un simulacro de nivel 3, se simula una explosión por fuga de gas en bombonas del GLP con el apoyo del Cuerpo de Bomberos de Otavalo
- Seguimiento de entrega de EPP
- Ejecución de reuniones bimensuales del COPASSO
- Elaboración de inspecciones de condiciones y acciones subestándar
- Control de funcionamiento de sistema de combate de emergencias
- Seguimiento de condiciones subestándar, aplicación de medidas correctivas
- Cumplimiento y reporte de índices de gestión: ART, OPAS, IDPS, IDS, IENTS, IOSEA, ICAI.

5.2 TRABAJO SOCIAL

- Apoyo al Dispensario Médico en el seguimiento de enfermedades profesionales, así como también en la prevención y seguimiento de enfermedades generales
- Colabora con el departamento de Recursos Humanos en cuanto al registro de ausentismos del personal y en asuntos que requiera el departamento
- Se realizaron gestiones y orientación al personal para facilitar el acceso a los diferentes servicios del Instituto de Seguridad Social, Hospital San Luis de Otavalo, CONADIS.
- Visitas domiciliarias en casos de enfermedad profesional, así como en casos que la empresa amerite
- Apoyo directo al área de Seguridad y Salud en el Trabajo
- Manejo de casos vulnerables

5.3 DISPENSARIO MÉDICO QUITO

- Seguimiento de la realización de pausas activas para prevenir lesiones ergonómicas.
- Apoyo para la actividad del uso de extintores.
- Trámites para la jubilación de Cristina Olive
- Agendamiento de citas médicas para los trabajadores que solicita
- Asesoramiento al personal que requiere citas médicas tratamientos con el seguro de Humana
- Apoyo en la gestión de los trámites para sacar el permiso de funcionamiento del dispensario
- Actualización del archivo de Historias Clínicas del personal de Quito
- Entrega de requerimientos solicitados por parte de María José Cevallos

5.4 DISPENSARIO MÉDICO OTAVALO

El Dispensario Médico de EMPRESAS PINTO S.A. Otavalo. Con el fin de Proteger la salud de los trabajadores. Disminuir el índice de morbilidad de las enfermedades presentes, Prevenir el aumento de enfermedades profesionales y Evitar el contagio de enfermedades infecciosas entre los trabajadores.

Durante el año 2015 realizo las siguientes actividades:

- Capacitación al personal sobre el tema Beneficios de las Pausas Activas. Se realizo en el mes de enero.
- Capacitación a la brigada de primeros auxilios, sobre el tema de Primeros Auxilios. Se realizo en el mes de octubre.
- Campaña de Vacunación contra la Influenza Estacional (Gripe). Total, de personas vacunadas: 244 trabajadores. Se contó con el apoyo del Personal del Hospital San Luis de Otavalo. Se lo realizo en el mes de noviembre.
- Chequeos de Medicina Ocupacional. Se realizo Exámenes de gabinete, RX de Columna Vertebral, RX de tórax. Con el apoyo del IESS Otavalo. Se realizo desde el mes de Julio hasta el mes de noviembre. Total, de personas: 61% de los trabajadores.
- Seguimiento de la realización de las Pausas Activas. Para prevenir lesiones ergonómicas. Se realiza durante todo el año.
- Apoyo a la brigada de primeros auxilios, en el Simulacro de Incendio. Que se realizó en el mes de noviembre.
- Gestionar la Renovación del Permiso de Funcionamiento, ante el Ministerio de Salud Pública. Se realizo en el mes de septiembre.
- Elaboración de un Informe mensual sobre las Atenciones Médicas que se brinda en el Dispensario. Y Entrega al IESS Otavalo. Se realiza cada mes durante todo el año.

- El Dispensario Médico formar parte de la Red de Vigilancia Epidemiológica del Distrito de Salud 10D02. Por lo que cada semana se elabora y se envía por mail, un informe sobre la notificación de las enfermedades infectocontagiosas.
- Se realiza el Pedido de la Medicación e Insumos cada mes, para tener un stock de medicinas, atender al personal y enfrentar cualquier emergencia.
- Brindar Atención Médica a todo el personal que lo requiera. Por enfermedades comunes.
- Brindar Atención de Enfermería: Toma de signos vitales, curaciones, colocación de inyecciones, nebulizaciones, mantener en orden el archivo de las historias clínicas.
- Chequeos Médicos Pre-ocupacionales y Post-ocupacionales. Para verificar el estado de salud del personal que ingresa o sale de la empresa.
- Inspecciones quincenales a los Servicios Higiénicos de toda la Planta. Para verificar su mantenimiento. Y prevenir el contagio de enfermedades.
- Inspecciones mensuales a los Botiquines de Primeros Auxilios de la Planta. Para verificar su stock y enfrentar emergencias.

5.5 GESTIÓN AMBIENTAL

- Seguimiento y respuesta a los diferentes trámites pendientes en la Dirección Provincial Ambiente de Imbabura.
- Se realizó la reunión en la AITE con representantes del Ministerio de Ambiente.
- Se solicitó aprobación del Plan de Manejo Ambiental y la licencia ambiental correspondiente.
- Se realizó la Audiencia de Estrados con la parte jurídica y un Asesor ambiental externo.
- Manejo y registros permanente de generación de desechos peligrosos.
- Gestión y transferencia de desechos peligrosos para su tratamiento y disposición final, con gestores autorizados, en el caso del aceite mineral usado fue gestionado a través de la empresa Biofactor, los desechos como: Filtros usados de aceite mineral, lámparas, y tubos fluorescentes, envases contaminados con materiales peligrosos, material adsorbente contaminado, fueron entregados a la empresa Incinerox; las baterías, cartuchos de impresión de tinta o tóner usados, equipos eléctricos y electrónicos no fueron entregadas a un gestor ya que no existió la cantidad suficiente. Los materiales e insumos que han sido utilizados para procedimientos médicos fueron entregados a personal autorizado del departamento de gestión de residuos sólidos del Gobierno Municipal de Otavalo.
- Elaboración y entrega del documento de actualización del cronograma de implementación de la planta de tratamiento de aguas residuales, a la Autoridad ambiental.

- Ingreso de documento del plan de minimización de residuos peligrosos en la Dirección Provincial de Ambiente de Imbabura, y se canceló el valor correspondiente, por este mismo concepto.
- Contratación de servicios de laboratorio de la Facultad de Ingeniería Química de la Universidad Central del Ecuador, para realizar análisis de aguas residuales, medición de ruido ambiental y gases de combustión.
- Capacitaciones dirigidas al personal con las siguientes temáticas:
 - Minimización de generación de cartuchos, cintas y tóner
 - Regularización ambiental y buenas prácticas ambientales
 - Manejo de desechos peligrosos
 - Plan de minimización de desechos peligrosos aplicado a personal de mantenimiento
- Obtención de la certificación de que la red de alcantarillado a la que descarga la Fabrica San Miguel es una Red Pública, emitido por el Gobierno Municipal de Otavalo a través de la Coordinación de Agua Potable y Alcantarillado.

6. SISTEMAS

6.1. PROYECTOS IMPLEMENTADOS

- Generación de Guías Electrónicas – GreatPlains
- Facturación Electrónica – POS. Implementación Locales propios
- Generación de Guías Electrónicas – POS.
- Proceso Inventarios Cíclicos en locales comerciales
- Sistema de Gestión Textil y rendimientos TEGER

6.2. GESTION

Área de desarrollo de sistemas

- Procesos
 - Automatización proceso de creación de productos. Generación macros.
 - Automatización generación de bases de clientes Emalling.
 - Análisis, Diseño PeopleSoft
 - Análisis, diseño e implementación TEGER
 - Análisis de servicios de proveedores. Desactivación de servicios no utilizados.
- POS (Point of Sale)
 - Implementación de estructura de clientes.
 - Implementación de estructura – Facturación Electrónica
 - Automatización proceso - Errores de transferencias
 - Automatización y gestión de promociones en locales comerciales.
 - Mantenimiento diario locales.
 - Inventarios mensuales – gestión de resultados.
 - Mantenimiento base de datos locales comerciales.
- Catex
 - Atención a solicitudes de cambios y nuevos controles.
 - Generación de reportes

- Web
 - Automatización proceso de creación de productos GreatPlains. Generación macros.
 - Reportería gráfica RedMine
 - Pantalla administrativa de Guías electrónicas
 - Agregar columna de devoluciones a reporte de ventas
 - Intranet, presentación de presupuestos Vs Venta
 - Depuración de la base de clientes Pinto.
 - Administración y mantenimiento Cognos.
 - Generación XML para SRI.

- ERP (GreatPlains)
 - Soporte diario de incidencias
 - Cuadros mensuales de inventarios y ventas
 - Actualización de códigos Otavalo, Perú y Colombia.
 - Cargas de contabilizaciones externas.

6.3 Área de Infraestructura

- Servidores
 - Implantación de Cloud para cuentas de usuarios y equipos de trabajo.
 - Respaldos automáticos de servidores críticos.
 - Mantenimientos preventivos y correctivos de servidores.
 - Virtualización de servidores para manejo web: Catex, Almacenes y proyectos externos
 - Implementación nuevo servidor web.
 - Actualizaciones de versión de software de servidores.

- Estaciones de trabajo
 - Reemplazos de equipos de trabajo.
 - Mantenimiento preventivo y correctivo de máquinas y equipos de trabajo.
 - Mantenimiento externo de impresoras matriciales y puntos de venta.
 - Mantenimientos locales comerciales temporada navideña.

- Procesos
 - Implementación de sistema de gestión de actividades y proyectos – RedMine
 - Implementación nuevos locales: Marianas, Puyo, Laguna Mall y Machala.
 - Envío de stock real cada inicio de mes.
 - Implementación Outsourcing para impresión.

6.4 Redes

- Incorporación de nueva estructura. Planta Otavalo.
- Instalación de cámaras de seguridad San Luis y Condado.
- Restructuración de la red LAN – Quito.
- Habilidadación cámaras en Bodega principal.
- Implementación de enlaces con Telefónica.

- Segmentación de red para móviles.
- Mantenimiento central telefónica.
- Habilitación red PeopleSoft.
- Implementación de servidor producción y desarrollo para facturación electrónica.
- Aumento de ancho de banda a enlaces dedicados.

Detalle	Ancho de Banda
Almacenes	2mb
Franquicias y Puntos	2MB
Planta Otavalo	16M
Oficinas Quito	60M

- Base de Datos
 - Respaldo diario de base de datos para Informix.
 - Respaldo semanal de base de datos para GreatPlains en SQL-Server
 - Mantenimiento de base de datos de locales.
 - Mantenimiento de base de datos GreatPlains.

6.5. DIFICULTADES

- Renovación de equipos de cómputo y de trabajo.
- Licenciamiento de software
- Falta de administrador de base de datos.