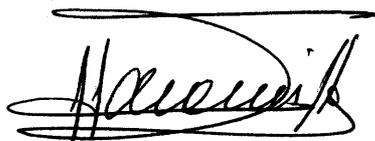


INFORME QUE EL GERENTE GENERAL DE EMPRESAS PINTO S.A. PRESENTA A SUS ACCIONISTAS Y QUE CORRESPONDE AL EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2,008.

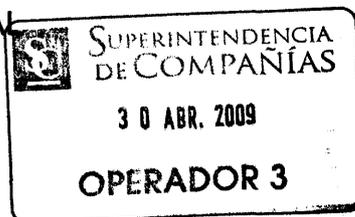
Señores Accionistas:

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, señores Accionistas, el informe correspondiente al ejercicio económico del año 2,006.

Con el propósito de realizar un análisis amplio de la Empresa, he agrupado el informe en varios capítulos: Producción Fabrica, Producción Talleres de Confección, Producto Terminado y Maquila, Ventas y Exportaciones.



ING. MAURICIO PINTO MANCHENO
GERENTE GENERAL



1.- PRODUCCION

1.1.-HILATURA

Los resultados para esta sección durante el año 2008 registraron un decrecimiento del 3.44% en relación al año 2007. El proceso de hilado utilizó 632 toneladas de algodón norteamericano, con las que se produjeron 456 toneladas de hilo. El porcentaje de desperdicio de fibra llegó al 27.82%.

Se determina una eficiencia de producción en la sección de hilatura en un 98.86% para el 2008.

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

Para el consumo de hilados crudos, grafito, melange y elastoméricos, Invista y Atlantic en Perú fueron las empresas encargadas de proveer dichos materiales. El total de consumo en este período fue de 118 toneladas.

La producción de hilo clasificada por títulos en el año 2008 fue de la siguiente manera:

TITULOS	%	Toneladas
28/1	65%	295,6
20/1	13%	61,2
24/1	12%	54,8
40/1	4%	18,2
32/1	3%	13,3
16/1	3%	13,3
	100%	456

Durante el 2008 el flujo de caja para adquisición de repuestos se mantuvo en niveles normales.

1.1.2-TEJEDURIA

Esta sección presenta en resultados para el 2008 similitud en relación al anterior. Durante el ejercicio se tejieron 522 toneladas de tela cruda con un desperdicio del 1.17%.

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 54,33%. Es importante puntualizar que para lograr abastecer con agilidad las exigencias de un mercado en constante cambio en función de tipo de tela, esta sección requiere mantener los equipos necesarios para responder a los requerimientos mencionados. Con este objetivo la empresa mantiene un número de máquinas con un nivel de reserva importante en relación a la capacidad de producción de hilados.

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

La sección consumió repuestos y agujas en proporciones normales.

1.1.2.1 MEDIAS

La producción de medias asciende a 830.808 unidades durante este año con un decrecimiento del 7,7% en relación al 2007. El porcentaje de medias de segunda fue del 3,6%.

1.1.3- TINTORERIA

Durante este período se pudo percibir un decrecimiento de producción en relación al año pasado de un 11% habiendo tinturado 460 toneladas de tela.

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

trabajó a un 47,97% de su capacidad máquina instalada. El desperdicio de la sección fue del 1.5%.

La tela calificada de segunda representa el 1.8% de la producción total y decreció en relación al 2007 en un 17%.

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

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

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

1.1.4- DATOS GENERALES

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

La fábrica trabajó durante el período con un promedio de 221 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 2007 el promedio fue de 221.

Con la apertura de Empresas Pinto Perú la que inició operaciones en Julio de 2.008, nuestra empresa proveyó de tejidos doble piqué durante la segunda mitad del año a Lima.

1.2 CONFECCION

Durante el 2008 la producción en talleres tuvo grandes cambios, por lo cual se reestructuraron los talleres propios y buscamos talleres externos como satélites.

En Abril del 2008 por parte de Gerencia se tomo la decisión de empezar a trabajar con talleres externos para todo lo que son prendas básicas e incrementar la producción de prendas nuevas de colección en nuestros talleres de UIO y OT. En lo que se refiere a Exportación se decidió trabajar solo artículos básicos para el cliente y así tener mayor capacidad para la producción de las prendas Pinto nuevas de colección. Considerando esto, se disminuyó personal de mano de obra directa, en taller de Quito a partir del 4 de abril el personal bajo de 148 personas en MOD a 52 personas. Reestructurando el taller nos quedamos con un módulo de confección de camisetas polo básicas y el área de corte para abastecer a taller Quito, Otavalo y los nuevos talleres satélites (externos) con los que empezamos a trabajar.

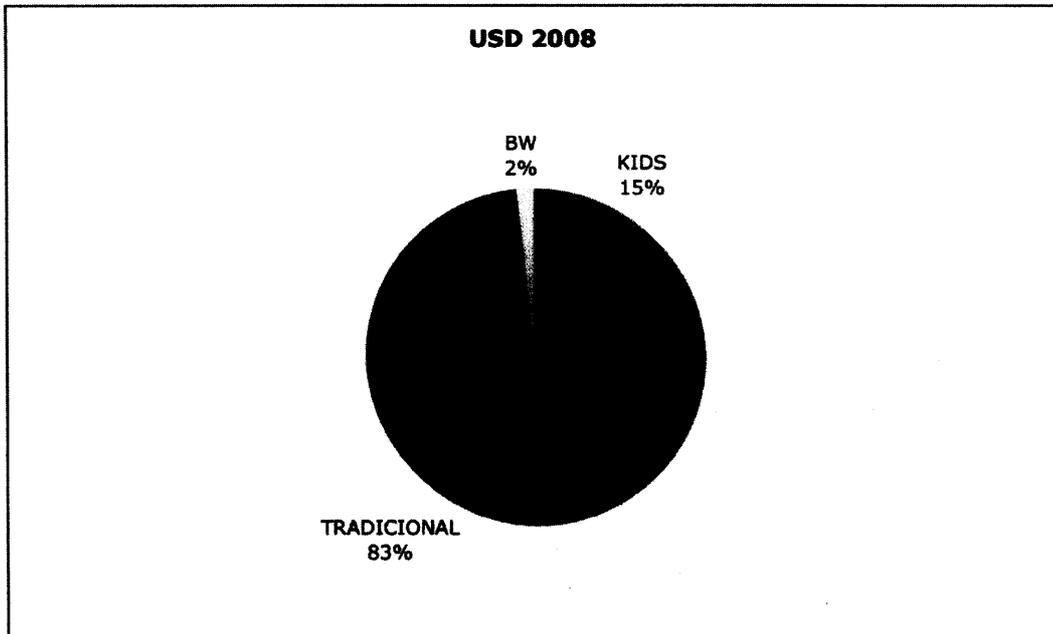
Durante el 2008 se produjeron 368 modelos nuevos entre colección Pinto tradicional, Pinto PK y Black & White. Por requerimiento de ventas la Línea Black & white se produjo solo hasta Agosto del 2008 y se dio prioridad a las prendas de tradicional y Pinto kids.

Taller Otavalo produjo 1'462.411 prendas lo que representa un decrecimiento del 16.53 % en relación al 2007, 289.555 prendas menos en relación al 2007. Esto se debe principalmente a una disminución en prendas de exportación. Durante el 2008 se confeccionaron 663.742 prendas para exportación lo que representa un 22.34% menos que en el 2007. En lo que a MOD se refiere disminuyeron 29 personas comparando con el 2007, tuvimos en promedio 180 personas obteniendo un promedio de producción de 8.105 prendas año/hombre. El taller trabajó con una eficiencia promedio de 67.8%

Taller Quito produjo 202.108 prendas, que en relación al 2007 fueron 352.866 prendas menos que representa el 63.6% menos . El taller trabajó con una eficiencia promedio de 71.1%.

Este decrecimiento en la producción se debió a que a partir de Abril del 2008 se disminuyó 96 personas de MOD. En promedio tuvimos 84 personas como MOD lo que nos da una producción de 2.396 prendas año / hombre. Esta diferencia de producción-hombre entre taller Quito

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



3.1.3 Ventas mensuales

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

Mes	B&W	KIDS	TRADICIONAL	USD 2008
Enero	\$18,364.44	\$168,271.30	\$1,058,422.01	\$1,245,057.75
Febrero	\$13,442.32	\$158,876.86	\$1,097,658.29	\$1,269,977.47
Marzo	\$20,289.00	\$203,788.47	\$1,293,672.87	\$1,517,750.34
Abril	\$28,965.32	\$201,373.13	\$1,208,870.65	\$1,439,209.11
Mayo	\$32,139.71	\$220,725.85	\$1,382,832.03	\$1,635,697.58
Junio	\$24,512.27	\$214,630.57	\$1,488,109.57	\$1,727,252.41
Julio	\$21,723.98	\$244,148.73	\$1,320,736.94	\$1,586,609.65
Agosto	\$21,979.10	\$289,543.02	\$1,595,764.37	\$1,907,286.50
Septiembre	\$20,134.92	\$234,146.20	\$1,459,342.13	\$1,713,623.25
Octubre	\$59,150.62	\$196,542.25	\$1,282,683.90	\$1,538,376.76
Noviembre	\$84,737.86	\$572,894.96	\$1,931,949.67	\$2,589,582.50
Diciembre	\$2,335.18	\$656,513.99	\$2,970,580.38	\$3,629,429.54
TOTAL 2008	\$347,774.71	\$3,361,455.32	\$18,090,622.82	\$21,799,852.85

y taller Otavalo se debe al tiempo estándar de cada prenda, en Otavalo el 46.2% de la producción corresponde a exportación siendo estas prendas de menor tiempo estándar que las de producción nacional.

Se produjeron en total 1'664.519 prendas, incluyendo nacional y exportación. Esto representa un decrecimiento de 27.8% en relación al 2007 y con una disminución en promedio durante el año de 63 personas en MOD lo cual nos da una reducción de la producción-hombre de -2.3% en relación al 2007.

Esto principalmente se debe a la producción de prendas nuevas que tienen mayor tiempo estándar de producción y al número de modelos nuevos, prendas moda con mayor mano de obra.

En total tuvimos 265 personas MOD entre los dos talleres.

Producción mensual talleres

TALLER OTAVALO	Prendas confeccionadas 2007	Prendas confeccionadas 2008
ENERO	128,980	122,897
FEBRERO	157,470	151,775
MARZO	183,004	140,064
ABRIL	124,600	130,244
MAYO	139,033	115,938
JUNIO	156,591	124,084
JULIO	159,198	130,638
AGOSTO	178,323	131,205
SEPTIEMBRE	159,423	114,151
OCTUBRE	161,068	119,072
NOVIEMBRE	132,766	84,305
DICIEMBRE	71,510	98,038
TOTAL	1,751,966	1,462,411

TALLER QUITO	Prendas confeccionadas 2007	Prendas confeccionadas 2008
ENERO	38,117	38,671
FEBRERO	48,335	42,217

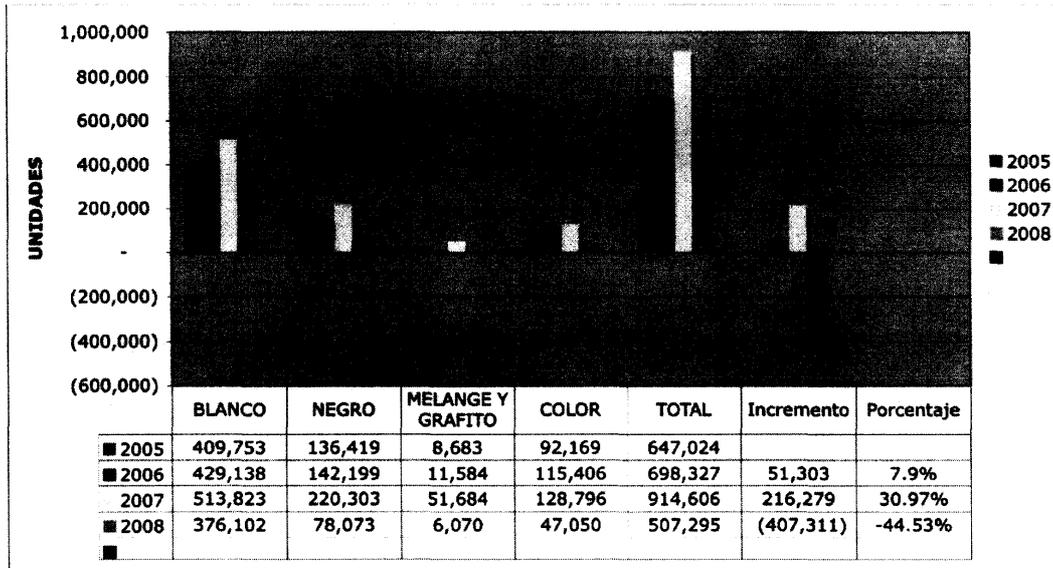
MARZO	48,364	34,995
ABRIL	47,122	21,176
MAYO	47,782	8,377
JUNIO	53,551	9,593
JULIO	53,583	7,394
AGOSTO	44,568	4,306
SEPTIEMBRE	48,214	8,972
OCTUBRE	45,691	9,946
NOVIEMBRE	46,727	8,403
DICIEMBRE	32,931	8,058
TOTAL	554,985	202,108

En cuanto a exportación cliente RAGMAN, a partir de Abril 2008 se disminuyó la capacidad para producción solo de prendas básicas, disminuyendo de esta manera los pedidos en relación al 2007.

La exportación a Alemania disminuyó 407.311 prendas en relación al 2007 siendo esto el 44.53% menos.

Se enviaron 9 exportaciones marítimas y 16 aéreas, total 507.295 pcs. De las cuales el 74.1% corresponde a blanco, 15.4% a negro, 1.2% a melange/grafito y 9.3% a varios colores.

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



1.2.1 TALLERES SATÉLITES

A partir del Abril 2008 incrementamos el contacto con talleres satélites para la producción de prendas básicas. Llegamos a trabajar con 11 talleres satélites incluyendo el taller de Camisas con el que ya trabajábamos anteriormente y el mismo que realiza todo el proceso desde el tendido, corte, confección y empaque de camisas. La producción total del 2008 fue de 321.087 prendas que ingresaron a bodega como producción de maquila Nacional.

MES	
ENERO	21,730.0
FEBRERO	12,340.0
MARZO	27,659.0
ABRIL	24,535.0
MAYO	33,551.0
JUNIO	41,770.0
JULIO	47,954.0
AGOSTO	40,190.0
SEPTIEMBRE	21,286.0
OCTUBRE	13,329.0
NOVIEMBRE	20,297.0
DICIEMBRE	16,446.0
	321,087.0

1.2.2 TALLER LIMA

Colaboración y puesta en marcha del proyecto taller Lima. Durante el último semestre del 2008 se realizaron cortes en planta Quito para ser enviados a confección en taller Lima.

1.2.3 AREA CORTE

Durante Abril del 2008 se reestructuró el área de corte para manejar una sola planta y desde ahí distribuir a todos los talleres. Así a partir del 28 de Abril del 2008 la planta de corte pasó a taller Quito contando con 4 mesas automáticas de tendido, con dos carros tendedores y aumentando personal en el área, previa capacitación durante casi dos meses por parte del personal de corte taller Otavalo. Hasta Junio ya contábamos con personal nuevo capacitado para el abastecimiento de cortes a taller Quito, Otavalo y talleres satélites. Para esta fecha teníamos 11 talleres satélites incluyendo el taller de confección de Camisas cuyo corte lo realiza el mismo maquilador. Además de esta producción, de Julio a Octubre se realizaron cortes para ser enviados a taller Lima.

Taller Quito, el consumo total de tela fue de 61.703,24 Kg., con un desperdicio de 18.754.57 kg. lo que corresponde a un 30.4%. La producción total en corte para taller Quito fue de 209.646 prendas.

MES					
		9,457.31	3,441.74	36.4%	0.22
		14,973.10	4,115.94	27.5%	0.34
		11,804.12	3,718.32	31.5%	0.29
ABRIL	8,576.0	3,212.81	656.19	20.4%	0.37
MAYO	6,165.0	2,047.49	655.62	32.0%	0.33
JUNIO	10,510.0	3,569.65	1,032.98	28.9%	0.34
JULIO	7,801.0	3,539.02	1,257.93	35.5%	0.45
AGOSTO	3,201.0	1,103.13	293.45	26.6%	0.34
SEPTIEMBRE	10,668.0	3,041.97	786.33	25.8%	0.29
OCTUBRE	15,803.0	5,304.83	1,609.46	30.3%	0.34
NOVIEMBRE	12,576.0	2,848.64	1,014.10	35.6%	0.23
DICIEMBRE	7,435.0	801.17	172.51	21.5%	0.11
	209,646.0	61,703.24	18,764.57	30.4%	0.294

Taller Otavalo, el consumo llegó a 303.713 Kg., con un desperdicio de 80.571 Kg. que corresponde a un 26.53%. La producción en corte fue de 691.610 (46.2%) prendas de exportación y 806.510 (53.83%) prendas de nacional total 1´498.122 prendas.

MES						
ENERO	26,463.8	7,150.6	27.02%	58,484	87,122	145,606
FEBRERO	28,802.4	8,180.8	28.40%	62,670	84,434	147,104
MARZO	28,780.4	7,848.3	27.27%	68,673	72,812	141,485
ABRIL	24,812.3	6,713.5	27.06%	42,793	80,931	123,724
MAYO	23,001.6	6,210.6	27.00%	29,521	88,496	118,017
JUNIO	25,563.6	6,607.9	25.85%	42,634	89,553	132,187
JULIO	24,958.9	6,349.2	25.44%	58,080	76,749	134,829
AGOSTO	25,584.5	6,239.7	24.39%	73,727	55,474	129,201
SEPTIEMBRE	32,462.6	8,182.6	25.21%	99,399	36,176	135,575
OCTUBRE	24,595.6	6,200.6	25.21%	65,652	48,638	114,290
NOVIEMBRE	18,977.0	5,494.8	28.96%	29,628	57,138	86,766
DICIEMBRE	19,710.8	5,392.4	27.36%	60,349	28,987	89,338
	303,713	80,571	26.53%	691,610	806,510	
				46.2%	53.83%	

Para talleres satélites (maquina nacional) se cortaron 285.996 prendas con un consumo de tela de 68.837,32 Kg. y 20.227,97 Kg. de desperdicio que representa el 29.4%.

MES					
ABRIL	22,849	12,237.79	2,428.23	19.8%	0.536
MAYO	40,706	9,342.77	2,446.69	26.2%	0.230
JUNIO	40,604	11,787.76	3,142.05	26.7%	0.290
JULIO	52,464	10,373.84	3,294.63	31.8%	0.198
AGOSTO	39,971	8,068.41	2,955.47	36.6%	0.202
SEPTIEMBRE	21,285	3,875.31	1,641.27	42.4%	0.182
OCTUBRE	12,562	4,781.65	1,476.15	30.9%	0.381
NOVIEMBRE	20,284	5,520.65	1,940.26	35.1%	0.272
DICIEMBRE	35,271	2,849.14	903.12	31.7%	0.081
	285,996	68,837.32	20,227.87	29.4%	0.241

Para taller Lima se corto de Julio a Octubre 43.377 prendas.

MES				
JULIO	15,819	6,029.82	754.17	0.43
AGOSTO	2,403	898.70	90.14	0.41
SEPTIEMBRE	15,787	5,207.74	540.88	0.36
OCTUBRE	9,368	2,541.75	279.14	0.30
	43,377	14,678.01	1,664.33	0.377

En total la producción de corte fue de 1´993.764 prendas durante el 2008.

1.2.4 TRAZOS (Gerber)

De esta producción de corte el 96% corresponde a cortes que se han realizado con trazos ploteados, el 4% 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.

1.2.5 CONTROL DE CALIDAD

Durante el 2008 se trabajo para reducir los porcentajes de no calidad en calidad volante e inspección final.

El porcentaje de no calidad en calidad volante fue de 4.95%. En inspección final el porcentaje de no calidad fue de 2.98% que esta muy cerca del 2% que es el máximo permisible de acuerdo a nuestros estándares.

Reclamos de clientes: durante el 2008 se recibieron 528 prendas de reclamo, el 39% de los mismo tuvieron como origen pérdida de color o manchas por lavado. El 23% de las prendas con fallas en confección 11% corresponde a prendas con deterioro por uso, el 15% a fallas en insumos, el 1% a prendas con encogimientos , el 5% a prendas muy maltratadas y deformadas.

1.3 SISTEMAS

Principales actividades realizadas en el área de sistemas durante el 2008.

- **CAPACITACION:**
 - Se realizaron capacitaciones en sistemas operativos Microsoft, Apple y Linux así como en hardware.
- **EQUIPOS DE COMPUTO E IMPRESORAS**
 - Se realizó inventarios a la fecha de equipos en hardware y software para mantener un listado de todo equipo utilizado en la oficina. Se estandarizó el hardware para los locales.
 - Se realizaron backups de bases de datos y se implementó un sistema de backup automático para las estaciones de trabajo.

- Se realizaron mantenimientos preventivos y correctivos a todos los equipos de computo de la empresa.
- Se modificaron, cambiaron y actualizaron los programas de protección de seguridad interna y externa.
- Se realizó actualización de baterías de los UPS para incrementar su funcionamiento.
- Se realizó cambio de central telefónica con capacidades de telefonía IP
- Se instalaron cámaras de seguridad en los locales comerciales para su visualización desde oficinas.

- **CENTRO DE COMPUTO**
 - Se rediseño el centro de computo a fin de mejorar el flujo de aire dentro del mismo y la reducción de polvo .

- **LICENCIAS**
 - Se realizó inventario de licencias usadas en la empresa y se adquirieron las licencias faltantes.

- **REDES**
 - Se incrementaron los anchos de banda de comunicación entre los locales y oficina, se incrementó el canal de Internet de la oficina principal.
 - Se implementaron servicios de video conferencia y VPN.

- **SISTEMAS POS**
 - Se realizaron cambios en el sistema POS creado internamente a fin de cumplir con los requerimientos presentados del SRI.

- **PAGINA WEB**
 - Se realizó un rediseño de la pagina Web actual y se incrementaron dominios los cuales apuntan a la pagina actual. www.pinto.com.ec

- **EMPRESAS PINTO PERU S.A.**
 - Se implementa y se pone en marcha el departamento de informática de Empresas Pinto Perú en la ciudad de Lima.

2.- BODEGA PRODUCTO TERMINADO / MAQUILA

2.1.- BODEGA

En el mes de febrero la franquicia Ambato cambió a almacén propio, incluyendo toda la mercadería de la línea de Kids. A fines del mes de agosto y del mes de noviembre, respectivamente, se incluyó en los almacenes de Machala y Santo Domingo la línea de Pinto Kids. En el mes de diciembre el Punto Pinto Ibarra pasó a ser franquicia con las líneas de Pinto Tradicional y Kids, manteniendo el stock de un almacén regular.

En el 2008 además de las liquidaciones mensuales regulares en todos los almacenes planificadas por el área de Ventas, se realizó a fines del mes de octubre la promoción "Descuentos locos", con una mecánica similar a la de una megaliquidación.

Desde el mes de septiembre iniciamos la recepción en Bodega de la mercadería fabricada en el Perú, centrada básicamente en la familia de camisetitas con cuello.

Durante el año 2008, exceptuando el mes de diciembre, y tomando en cuenta 23 almacenes tradicionales, 16 almacenes de niños y 4 Puntos Pinto, se atendieron en promedio 104 pedidos semanales, con un incremento del 2% en la frecuencia de despachos con relación al 2007.

2.1.1.- Personal.- El área se ha mantenido con el mismo número de personas en relación al período anterior, es decir la Bodega de Producto Terminado se ha mantenido con 28 personas.

2.1.2.- Cifras.- A continuación se detalla un análisis comparativo en unidades de las cifras generales de inventario con el período anterior y las

principales cifras en relación a ingresos y egresos de prendas durante el 2008.

INVENTARIOS TRADICIONAL UNIDADES			
DESCRIPCION	12/31/07	12/31/08	PORCENTAJE
TSHIRT'S	39,561	30,880	(22)
CAMISETAS CON CUELLO	32,045	22,630	(29)
CAMISAS	16,194	12,450	(23)
CAMISETAS SIN MANGA	9,584	6,223	(35)
PANTIES	35,877	17,448	(51)
TOPS INTERIORES	3,957	4,050	2
TOPS EXTERIORES	23,971	18,821	(21)
PIJAMAS MUJER	1,497	662	(56)
BLUSAS	5,695	9,403	65
VESTIDOS	2,251	1,445	(36)
CALZONCILLOS	23,842	13,089	(45)
PIJAMAS HOMBRE	1,588	276	(83)
SPORTS	13,783	25,050	82
BERMUDAS	4,113	2,259	(45)
PRENDAS BEBE	120	68	(43)
PANTALONES	13,716	8,742	(36)
MEDIAS	118,653	142,446	20
SWEATERS	3,857	4,637	20
CHOMPAS Y CHAQUETAS	1,201	703	(41)
ARTICULOS DE BAÑO	83	65	(22)
ACCESORIOS	15,367	17,345	13
PERFUMES	1,723	6,237	262
TOTAL	368,678	344,929	(6)

El inventario en la línea de Tradicional, en término general, muestra un decrecimiento del 6%. Esto se debe al hecho de que se buscó mantener un inventario adecuado a la nueva política en cada una de las familias, buscando evitar sostener existencias mayores y enfocándolo en prendas de moda más que en las básicas. De ahí que la reducción por familias sea mayor justamente en estas últimas.

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

INVENTARIOS KIDS UNIDADES			
DESCRIPCION	12/31/07	12/31/08	PORCENTAJE
TSHIRT'S KIDS	15,471	3,917	(75)
CAMIS. CON CUELLO KIDS	15,102	10,563	(30)
CAMISAS KIDS	316	356	13
CAMISETA S/MANGA KIDS	2	1	(50)
PANTYS NIÑA	2,755	4,055	47
TOPS INTERIORES NIÑA	17	183	976
TOPS EXTERIORES NIÑA	8,935	2,493	(72)
PIJAMAS NIÑA	1,732	968	(44)
BLUSAS NIÑAS	2,270	1,000	(56)
VESTIDOS NIÑA	2,491	1,250	(50)
CALZONCILLOS NIÑO	255	831	226
PIJAMAS NIÑO	2,099	1,021	(51)
SPORTS KIDS	19,288	9,707	(50)
BERMUDAS KIDS	3,578	2,188	(39)
PANTALONES KIDS	7,427	5,705	(23)
MEDIAS KIDS	972	287	(70)
SWEATERS KIDS	1,247	888	(29)
CHOMPAS KIDS	21	536	2452
ACCESORIOS KIDS	6,554	5,492	(19)
PERFUMES KIDS	812	21	(97)
TOTAL	91,344	51,462	(44)

El inventario en la línea de Pinto Kids presenta un decrecimiento del 44% que obedece a la liquidación realizada a fines del mes de octubre, buscando enfocar las ventas de fin de año en la nueva colección para la fecha. En esta línea se presenta una recuperación en las familias de prendas básicas.

La línea de Black & White se liquidó en el último trimestre del año, y de ahí la reducción del inventario en un 53%. Al comparar esta cifra con los egresos vs. los ingresos de inventario durante el año, justamente se determina que los primeros son superiores en un 87% frente a los segundos.

INVENTARIOS BLACK & WHITE UNIDADES			
DESCRIPCION	12/31/07	12/31/08	PORCENTAJE
TSHIRT'S B & W	519	268	(48)
TOPS EXTERIORES B & W	2,255	1,008	(55)
BLUSAS B & W	530	241	(55)
VESTIDOS B & W	375	144	(62)
PANTALONES B & W	758	610	(20)
SWEATERS B&W	228	29	(87)
CHOMPAS B & W	384	37	(90)
ACCESORIOS B&W	334	81	(30)
TOTAL	5,383	2,418	(53)

El inventario comparativo valorado al costo arroja las cifras que se detallan a continuación. El de la línea Tradicional presenta también en este aspecto una reducción del 3%.

INVENTARIOS TRADICIONAL DOLARES			
DESCRIPCION	12/31/07	12/31/08	PORCENTAJE
TSHIRT'S	139,001.79	133,377.11	(4)
CAMIS. C/CUELLO	223,594.74	179,310.97	(20)
CAMISAS	207,776.90	168,328.99	(19)
CAMIS. S/MANGA	28,183.84	17,827.39	(37)
PANTIES	53,735.49	26,506.45	(51)
TOPS INTERIORES	18,244.94	16,875.16	(8)
TOPS EXTERIORES	82,798.16	91,790.07	11
PIJAMAS MUJER	9,629.14	6,519.74	(32)
BLUSAS	51,700.00	84,478.94	63
VESTIDOS	19,377.35	12,230.45	(37)
CALZONCILLOS	48,230.87	32,675.83	(32)
PIJAMAS HOMBRE	13,749.22	2,954.80	(79)
SPORTS	77,414.46	203,642.96	163
BERMUDAS	23,552.93	13,413.07	(43)
PRENDAS BEBE	385.20	218.28	(43)
PANTALONES	184,187.33	116,110.94	(37)
MEDIAS	88,474.27	101,494.75	15
SWEATERS	59,102.05	73,161.96	24
CHOMPAS Y CHAQUETAS	23,449.80	13,760.33	(41)
ARTICULOS DE BAÑO	261.53	242.17	(7)
ACCESORIOS	27,456.15	24,561.65	(11)
PERFUMES	10,131.95	24,083.80	138
TOTAL	1,390,438.11	1,343,565.81	(3)

El desglose de las líneas de Pinto Kids y Black & White se detalla a continuación, con un 39% de decrecimiento en el primer caso, y del 51% en el segundo.

INVENTARIOS KIDS DOLARES			
DESCRIPCION	12/31/07	12/31/08	PORCENTAJE
TSHIRT'S KIDS	83,689.42	22,882.15	(73)
CAMIS. C/CUELLO KIDS	79,675.43	58,054.02	(27)
CAMISAS KIDS	2,852.78	3,248.93	14
CAMISetas S/MANGA KIDS	5.17	2.24	(57)
PANTYS NIÑA	3,407.15	7,132.65	109
TOPS INTERIORES NIÑA	33.83	376.77	1014
TOPS EXTERIORES NIÑ	39,067.12	9,922.06	(75)
PIJAMAS NIÑA	15,069.44	9,394.52	(38)
BLUSAS NIÑA	13,149.11	8,982.34	(32)
VESTIDOS NIÑA	13,849.47	7,428.39	(46)
CALZONCILLOS NIÑO	498.32	1,768.08	255
PIJAMAS NIÑO	16,514.51	9,922.60	(40)
SPORTS KIDS	136,669.13	76,376.08	(44)
BERMUDAS KIDS	19,604.74	13,564.24	(31)
PANTALONES KIDS	85,561.27	72,213.13	(16)
MEDIAS KIDS	843.75	259.07	(69)
SWEATERS KIDS	10,974.36	10,557.78	(4)
CHOMPAS KIDS	205.28	6,870.38	3247
ACCESORIOS KIDS	6,085.77	5,115.35	(16)
PERFUMES KIDS	1,632.12	61.41	(96)
TOTAL	529,388.17	324,132.19	(39)

INVENTARIOS BLACK & WHITE DOLARES			
DESCRIPCION	12/31/07	12/31/08	PORCENTAJE
TSHIRT'S B & W	5,081.92	2,772.13	(45)
TOPS EXTERIORES B & W	16,086.96	6,853.59	(57)
BLUSAS B & W	5,281.43	2,691.17	(49)
VESTIDOS B & W	4,894.36	2,026.42	(59)
PANTALONES B & W	14,864.91	11,325.52	(24)
SWEATERS B&W	4,054.63	499.05	(88)
CHOMPAS B & W	5,847.17	797.67	(86)
ACCESORIOS B&W	1,341.68	927.23	(31)
TOTAL	57,453.06	27,892.78	(51)

En lo que hace relación a los ingresos y egresos de prendas a y desde Bodega durante el 2008, las cifras son las siguientes:

DESCRIPCION TRADICIONAL	2008 UNIDADES		PORCENTAJE EGRESOS vs. INGRESOS
	INGRESOS PRODUCCION	EGRESOS	
TOTAL	2,238,954	2,476,895	11
T'SHIRTS	817,145	854,447	5
CAMISETA CON CUELLO	135,277	159,154	18
CAMISAS	39,463	52,233	32
CAMISETAS SIN MANGA	62,588	66,643	6
PANTIES	89,216	126,935	42
TOPS INTERIORES	16,497	17,485	6
TOPS EXTERIORES	182,726	213,477	17
PIJAMAS MUJER	10,051	12,679	26
BLUSAS	40,385	44,055	9
VESTIDOS/FALDAS	7,693	12,476	62
CALZONCILLOS	136,201	150,066	10
PIJAMAS HOMBRE	11,791	13,436	14
SPORTS	105,488	106,739	1
BERMUDAS	23,101	29,377	27
PRENDAS DE BEBE	0	76	
PANTALONES	36,122	52,103	44
MEDIAS	353,546	387,089	9
SWEATERS	57,502	64,827	13
CHAQUETAS/CHOMPAS	9,126	11,374	25
ARTICULOS DE BAÑO	0	2	
ACCESORIOS	94,080	93,508	(1)
PERFUMES	10,856	8,714	(20)

En el total general de la línea Tradicional, los egresos son 11% superiores a los ingresos. Es importante mencionar que durante este ejercicio se mantuvo la política de, en lo que a producción se refiere, dar prioridad a la producción de prendas de moda de mayor rotación y rentabilidad, frente a las familias de prendas básicas tradicionales.

2008 UNIDADES			
DESCRIPCION PINTO KIDS	INGRESOS PRODUCCION	EGRESOS	PORCENTAJE EGRESOS vs. INGRESOS
TOTAL	246,455	343,014	39
TSHIRT'S KIDS	49,785	70,775	42
CAMIS. C/CUELLO KIDS	28,545	40,689	43
CAMISAS KIDS	2,390	3,019	26
CAMISetas S/MANGA KIDS	0	1	-
PANTYS NIÑA	15,608	15,325	(2)
TOPS INTERIORES NIÑA	3,954	3,851	(3)
TOPS EXTERIORES NIÑA	17,145	26,717	56
PIJAMAS NIÑAS	4,015	6,600	64
BLUSAS NIÑAS	5,413	8,668	60
VESTIDOS NIÑA	10,618	15,816	49
CALZONCILLOS NIÑO	9,548	9,012	(6)
PIJAMAS NIÑO	5,060	7,204	42
SPORTS KIDS	41,205	58,759	43
BERMUDAS KIDS	9,114	17,174	88
PANTALONES KIDS	20,363	30,720	51
MEDIAS KIDS	0	962	-
SWEATERS KIDS	7,186	8,944	24
CHOMPAS KIDS	2,728	2,234	(18)
ACCESORIOS KIDS	13,778	15,718	14
PERFUMES KIDS	0	826	-

En el total general de la familia Kids, los egresos fueron un 39% superiores a los ingresos.

2008 UNIDADES			
DESCRIPCION BLACK & WHITE	INGRESOS PRODUCCION	EGRESOS	PORCENTAJE EGRESOS vs. INGRESOS
TOTAL	8,799	16,423	87
TSHIRT'S B & W	1,329	2,335	76
CAMISETA C/CUELLO B&W	0	0	-
TOPS EXTERIORES B & W	1,552	5,053	226
BLUSAS B & W	3,088	3,983	29
VESTIDOS B & W	651	1,058	63
PANTALONES B & W	1,395	2,340	68
CARDIGANS B&W	598	874	46
CHOMPAS B & W	186	681	266
ACCESORIOS B&W	0	99	-

En el caso de Black & White los egresos fueron 87% más altos que los ingresos.

2.2.- MAQUILA

Del total del inventario en unidades, el 7% está conformado por prendas maquiladas en el exterior, con una reducción del 12% en relación a la misma cifra del ejercicio anterior. Del inventario valorado al costo, este porcentaje es del 15%, también con una reducción frente al año anterior del 16%, y esta compuesto por la familia de pantalones, sweaters, chaquetas, camisas, bermudas, accesorios y perfumes.

Los principales proveedores con los cuales continuamos manteniendo importantes relaciones comerciales para prendas maquiladas son: en Colombia CI Globo, CI Pietri, CI Spataro, CI Jeans, Full Package; en Perú, Cotton Project y Corcelli; y en China South Enterprises. Las importaciones globales al costo de prendas maquiladas ascendieron durante el 2008 a US\$ 2.489.871, que frente al 2007 representaron un incremento del 23%.

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

3. VENTAS

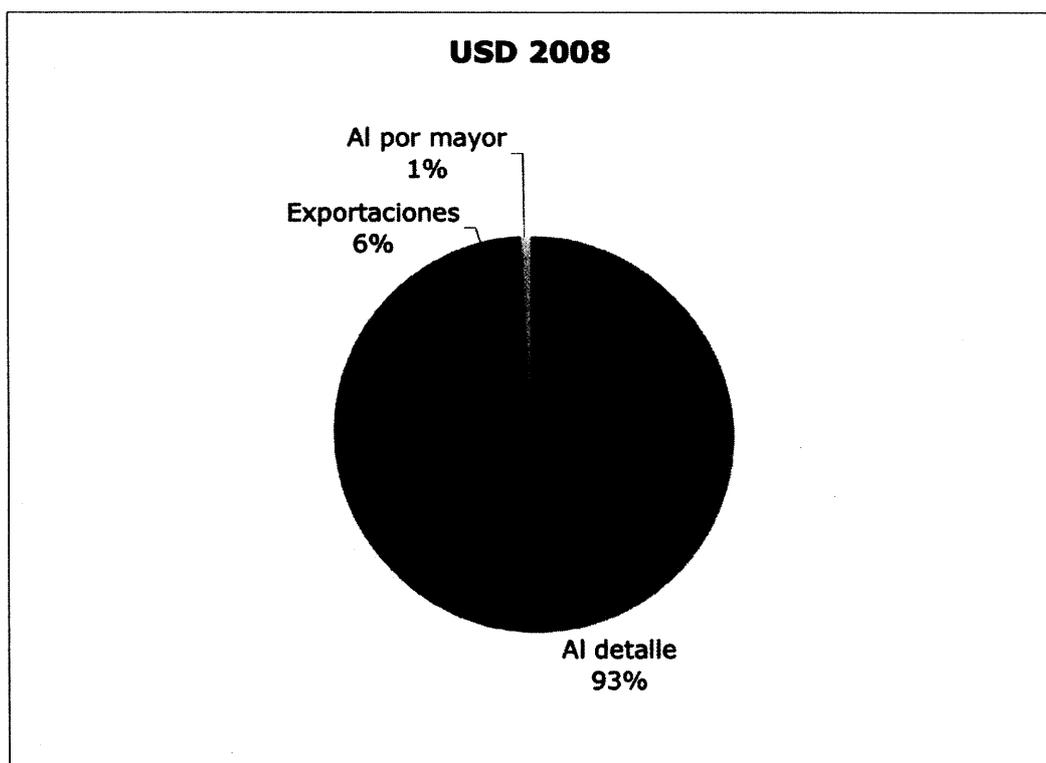
Las ventas de Empresas Pinto provienen de las siguientes fuentes

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

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

Tipo de venta	USD 2008	USD 2007	% Crecimiento
Al detalle	\$21,799,852.86	\$17,704,264.58	23.1%
Exportaciones	\$1,479,077.4	\$2,334,142	36.6%-
Al por mayor	\$217,568.8	\$676,041.32	67.8%-
Total	\$23,278,930.26	\$20,714,447.89	13.4%

La composición porcentual de las ventas en el 2008 fue la siguiente



3.1 Ventas al detalle

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

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

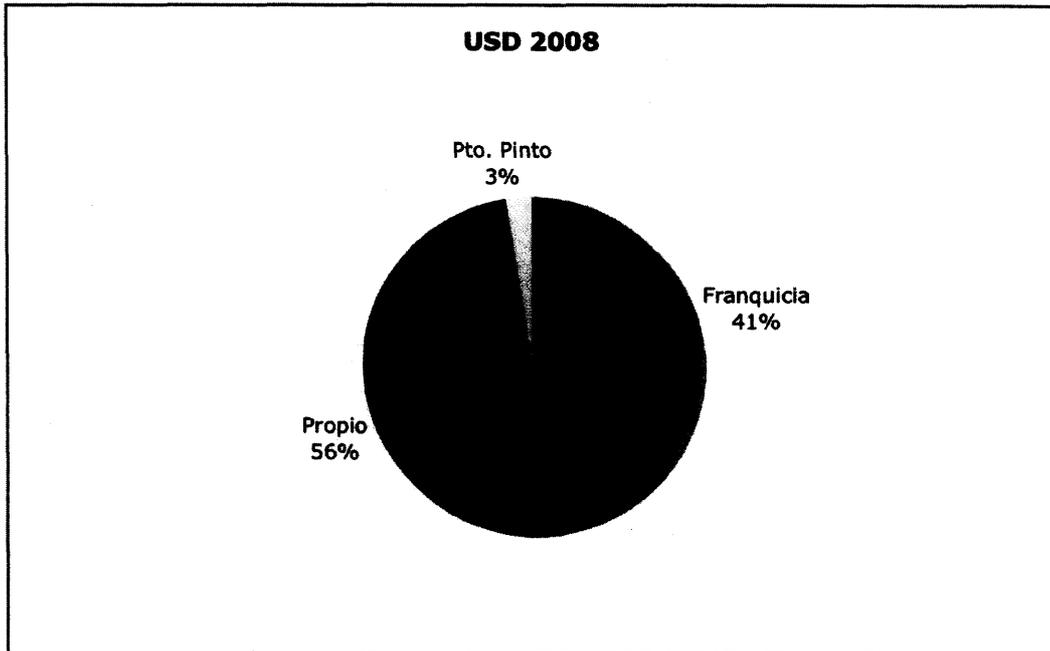
3.1.1. Clasificación de Ventas por Tipo de Punto de Venta

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

- 1. Almacenes Propios
- 2. Franquicias
- 3. Puntos Pinto

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

Tipo de almacén	USD 2008	% Total
Franquicia	\$8,935,370.79	41.0%
Propio	\$12,316,629.08	56.5%
Pto. Pinto	\$547,852.99	2.5%
TOTAL	\$21,799,852.86	100%



El mayor porcentaje de las ventas corresponden a almacenes Propios. . En el año 2006 las franquicias vendieron el 40%, en el 2007 la cifra asciende a 42.44% y en el 2008 la venta de las franquicias decrece a un 41% debido a que la Franquicia del Mall de los Andes en Ambato pasó a la ser administrado cómo Local Propio en Febrero 2008 y debido a la remodelación de la Franquicia de Riocentro Entre Ríos en el mes de Noviembre del 2008. Los almacenes propios bajan del 57% al 54.07% del 2006 al 2007 y crecen a 56% en el 2008 debido al local de Ambato que pasó a administración directa. Los Puntos Pinto crecen de 3% en el 2006 a 3.49% en el 2007 y decrecen en el 2008 a un 3%.

Tipo de almacén	USD 2008	USD 2007	% Crecimiento
Franquicia	\$8,935,370.79	\$7,514,032.11	18.9%
Propio	\$12,316,629.08	\$9,572,595.79	28.7%
Pto. Pinto	\$547,852.99	\$617.636,68	11.3% -
TOTAL	\$21,799,852.86	\$17,704,264.58	23.1%

3.1.2. Clasificación de Ventas por Familia

Pinto tiene tres grandes familias de producto:

Pinto Tradicional

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

Pinto Kids

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

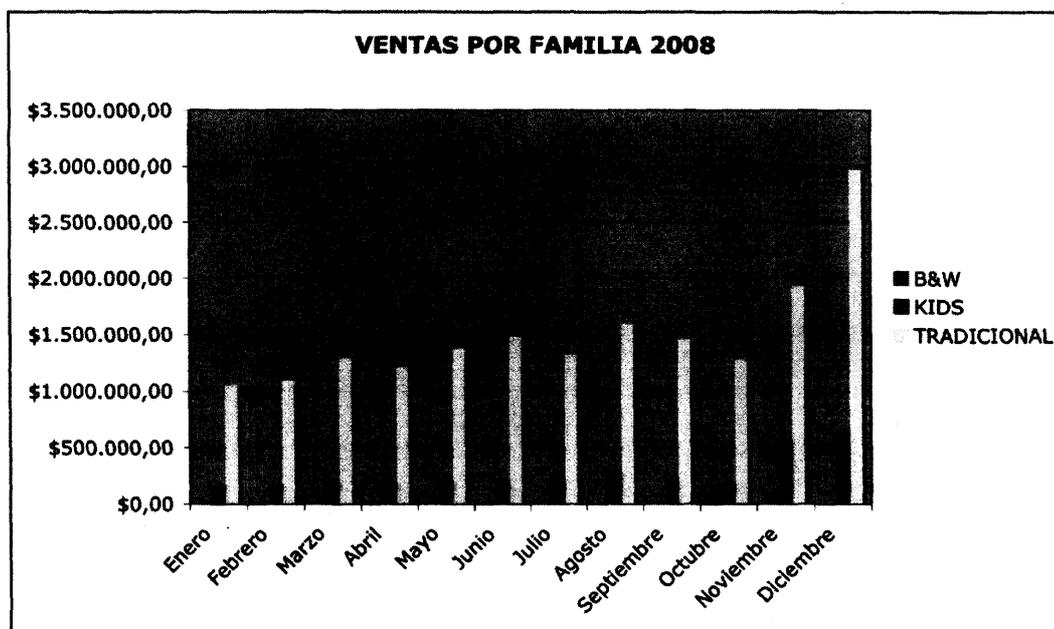
BW

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

Todas las familias, presentan crecimiento durante el 2008, siendo el más notable el de la familia de niños, ya que en el del 2006 al 2007 creció en un 9.10% y del 2007 al 2008 creció un 42.4%. Esto también se debe a la apertura de algunos locales adicionales de Pinto Kids como en el Mall de los Andes en Ambato, Paseo Shopping en Santo Domingo y Paseo Shopping Machala.

FAMILIA	USD 2008	USD 2007	% Crecimiento
KIDS	\$3,361,455.32	\$2.360.772,73	42.4%
TRADICIONAL	\$18,090,622.82	\$15.022.449,89	20.4%
BW	\$347,774.71	\$321,041.96	8.3%
TOTAL	\$21,799,852.85	\$17,704,264.58	23.1%

Las ventas mensuales son impulsadas por diferentes necesidades estacionales naturales y provocadas que serán discutidas a continuación, en el orden cronológico del año 2008.



3.1.5.1 Temporada Playa Costa

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

3.1.5.2 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.

La promoción “El tercer empaque gratis” cumplió con la expectativas de ventas. El usuario final típico de estas ventas son niños de 2-18 años, no obstante en esta época el cliente aprovecha para renovar su ropa blanca.

3.1.5.3 Día de la Madre

La demanda de consumo del mes de mayo está enfocada hacia regalos para el día de la madre. Por esta razón los artículos más vendidos en esta época son blusas, pantalones, pijamas y prendas interiores de mujer. La semana del día de la madre representa el 30% de las ventas del mes. La meta del día de la madre para este año no se cumplió porque el mix de prendas estaba demasiado enfocado hacia una madre de 30 años, dejando de lado otros públicos objetivos.

3.1.5.4 Día del Padre

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

3.1.5.5 Temporada Vacaciones Sierra

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

3.1.5.6 Entrada a Clases Sierra

La temporada de entrada a clases sierra tiene en agosto los mismos efectos que la entrada a clases costa en el mes de marzo.

Adicionalmente la venta de uniformes de los colegios Einstein y Alemán en nuestros puntos de venta impulso la venta de otras prendas

3.1.5.7 Descuentos Locos

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

3.1.5.8 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. A pesar de que las ventas están enfocadas hacia regalos, este año se observó un incremento del consumo personal

3.1.4 Ventas por almacén

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

Almacén	B&W	KIDS	TRADICIONAL	Familia
AMBATO	\$6,550.50	\$203,508.93	\$632,108.13	\$842,167.56
BODEGA DE REMATES	\$251.74	\$3,644.48	\$24,925.80	\$28,822.03
COLEGIOS	\$0.00	\$0.00	\$30,903.47	\$30,903.47
EL BOSQUE	\$22,893.54	\$4,339.95	\$732,673.68	\$759,907.17
EL CONDADO	\$5,243.38	\$185,250.40	\$825,135.52	\$1,015,629.30
EL JARDIN	\$56,727.15	\$442.33	\$1,597,134.06	\$1,654,303.54
FRQ. IBARRA	\$2,291.25	\$13,435.40	\$22,594.70	\$38,321.35
FRQ. PK STO.DGO	\$0.00	\$32,992.73	\$713.64	\$33,706.37
FRQ.AMBATO	\$0.00	\$13,369.91	\$50,411.67	\$63,781.58
FRQ.CEIBOS	\$3,829.42	\$169,962.76	\$653,439.88	\$827,232.06
FRQ.CUENCA	\$3,426.52	\$110,982.21	\$419,752.47	\$534,161.21
FRQ.CUMBAYA	\$5,090.72	\$156,613.55	\$612,891.82	\$774,596.09
FRQ.E.RIOS KIDS	\$0.00	\$115,989.61	\$8,226.65	\$124,216.25
FRQ.ENTRE RIOS	\$2,063.60	\$33,314.67	\$609,562.05	\$644,940.31
FRQ.MACHALA	\$2,831.66	\$77,920.91	\$515,799.91	\$596,552.47
FRQ.MALL DEL SUR	\$2,234.04	\$22,644.15	\$495,984.93	\$520,863.12
FRQ.MANTA	\$3,871.20	\$1,337.36	\$759,764.70	\$764,973.26
FRQ.MANTA KIDS	\$0.00	\$224,962.27	\$12,628.80	\$237,591.07
FRQ.PORTOVIEJO	\$2,999.64	\$20,982.78	\$704,390.27	\$728,372.69
FRQ.RECREO ALM	\$2,263.60	\$111,163.54	\$554,599.14	\$668,026.27
FRQ.RIO SUR	\$2,902.84	\$9,122.85	\$358,425.85	\$370,451.54
FRQ.SALINAS	\$3,104.02	\$19,710.37	\$450,813.25	\$473,627.63
FRQ.STO DOMINGO	\$4,590.37	\$14,623.89	\$664,279.56	\$683,493.82
FRQ.VALLE	\$2,3826.04	\$138,773.19	\$614,875.15	\$777,474.38
I—AQUITO	\$4,642.57	\$11,557.66	\$717,731.52	\$733,931.75
JARDIN KIDS	\$0.00	\$502,533.89	\$51,631.41	\$554,165.30
MALL DEL SOL	\$36,753.42	\$225.52	\$1,234,680.87	\$1,271,659.81
P.KIDS M.DEL SOL	\$0.00	\$369,095.88	\$27,463.73	\$396,559.61
P.KIDS QUICENTRO	\$26.34	\$433,113.21	\$35,267.67	\$468,407.22
POLICENTRO	\$39,693.57	\$0.00	\$958,579.23	\$998,272.80
PTO.BABAHOYO	\$0.00	\$4,747.99	\$159,825.84	\$164,573.83
PTO.IBARRA	\$0.00	\$503.56	\$136,267.34	\$136,770.90
PTO.LOJA	\$0.00	\$732.67	\$150,206.23	\$150,938.90
PTO.QUEVEDO	\$16.07	\$2,679.27	\$110,200.63	\$112,895.98
PTO.RIOBAMBA	\$0.00	\$2,128.12	\$117,316.16	\$119,444.28

QUICENTRO	\$66,754.59	\$236.04	\$1,659,085.11	\$1,726,075.75
SAN MARINO	\$42,896.94	\$348,813.27	\$1,380,331.98	\$1,772,042.19
Almacenes	\$347,774.71	\$3,361,455.32	\$18,090,622.82	\$21,799,852.85

3.2 Publicidad

El plan de publicidad del año 2008 se mantuvo con los tres ejes importantes:

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

3.2.1. Merchandising visual

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

3.2.2. Vallas

En el 2008 se contrataron 8 vallas publicitarias de alto impacto, 3 en Guayaquil y 5 en Quito, ubicadas en zonas céntricas para nuestro público objetivo.

3.2.3 Auspicios

Se realizaron auspicios con fines publicitarios a eventos como el concurso La Compañía de la Fundación Junior Achievement, y campeonatos deportivos.

3.3. Promociones

Durante todo el año se realizaron constantes promociones de cuatro tipos

1. Específicas para aumentar la rotación de prendas con stocks altos. Dentro de esta categoría se incluyen las promociones generalmente ofertadas en una isla de promociones con un determinado porcentaje de descuento.
2. Generales para incentivar las ventas. Dentro de esta categoría se incluyen promociones como las 72 horas locas (25% de descuento en todo el almacén), "llévate la segunda prenda a mitad de precio".

3. Por familia para incentivar las ventas de una familia en específico. Dentro de esta familia está la promoción de regreso a clases, el tercer paquete gratis enfocado a ropa interior y medias.

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

3.4 Precio

El precio de las prendas se mantuvo durante el 2008. Se innovó en el tipo de algodón usado en ciertas referencias de modelos por el cuál el precio refleja dicha innovación.

3.5. Franquicias

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

El control a las franquicias se realiza en las siguientes áreas

3.5.2 Control de Stock

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

3.5.3 Control de Imagen

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

3.5.4 Control de Auditoria

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

3.6 Competencia

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