

INFORME DE GERENCIA PERIODO 2008

COLORNOVA CIA. LTDA.

Cuenca, 15 de marzo de 2010

El presente Informe de Labores resume las actividades productivas de la Imprenta Colornova Cia. Ltda. durante el periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2009, tal como estipulan los estatutos de Colornova y lo establecido en la Ley, poniendo a disposición de los accionistas.

1.- ENTORNO ECONOMICO

El país registró una inflación anual a diciembre de 2009 de 4.31%, según datos del Banco Central del Ecuador, que se encuentra por encima del promedio regional (4.09%, a excepción de Venezuela que registro una inflación del 26% anual, triplicando muchos de los indicadores de el resto de países en comparación con el año 2008 en el que cerró con una inflación del 8.83% según datos del Banco Central, cifra considerablemente mayor a la de 2007 que fue de 3.32%.

Esto se da a que una menor inflación en el 2009 obedecerá a una disminución del consumo interno, de las compras del país en el exterior y de plan inversión pública.

Ecuador restringió las importaciones en un intento por paliar la crisis y la caída del precio del barril de crudo, uno de sus principales fuentes de ingresos.

Para el año 2009 se observó una disminución mensual en especial desde el mes de abril (9.65%), alcanzando incluso un descenso en el nivel general de los precios durante los siguientes 4 meses, así como en mayo registro -0.01%; junio, -0.08%; julio, -0.07%; y agosto el 0.3%. Las razones que explican este comportamiento son entre otras: baja en los precios por temporada de cosecha, corrección de los precios internacionales y reducción de la demanda de ciertos productos.

El funcionario dijo además que la meta oficial del Banco Central para el crecimiento en el 2009 era de 3.82%, en un escenario que podría variar de acuerdo a la evolución de la economía mundial. Según la Ministra de Economía y Finanzas señaló que la economía del país podría crecer entre un 3 a un 3.5% en el próximo año, desde un pronóstico de un 2% en el 2009. Anunció que el precio promedio del petróleo WTI (West Texas Intermediate), que sirve de referencia en los mercados de derivados de Estados Unidos, podría moverse entre 60 y 70 dólares por barril el próximo año.

Se presentaron problemas estacionales y climáticos, especialmente a la sequia que los meses de noviembre y diciembre de 2009, provocaron escasez y especulación de algunos productos, además de los racionamientos energéticos que se mantuvieron permanentes los dos últimos meses del 2009.

La tendencia en el segundo semestre del Euro frente al dólar americano mantuvo una permanente subida desde USD 1.40 por 1 Euro, hasta final del 2009 llegando a valores de USD 1.52 por 1 Euro, comenzando a principios del 2010 una bajar el precio.

Según fuentes del Banco Central el crecimiento del PIV del 2009 fue del 0.36%, esto obedecieron por una parte a la subida del consumo del gobierno (4.03%) y por otra al del crecimiento tanto de las exportaciones como del las importaciones en 5.9% y 11.57% respectivamente.

El decrecimiento de las exportaciones fue principalmente en petróleo (6.09%) y productos alimenticios diversos (1.73%), ocasionando en gran medida por el impacto

de la crisis a nivel internacional; mientras que en las importaciones se registro disminución en los rubros de maquinaria y equipo (18,23%), productos químicos (4,53%) y transporte (18,3%).

En cuanto al mercado laboral, al cerrar el 2009, el desempleo fue mayor al nivel alcanzado en el año anterior (7,9% frente a 7,3%) debido principalmente a los efectos de la crisis internacional que ha golpeado al mercado laboral, mostrando una ligera tendencia al alza en los niveles de desempleo. Por su parte, el subempleo también fue mayor (50,5% frente a 48,8% en 2008), sin embargo existe una tendencia a la baja.

La balanza comercial petrolera a enero 2010 presenta un superávit de USD 486 millones, superior en USD 329 millones al observado en enero 2009 (USD 157 millones), pero inferior al registrado en diciembre del mismo año (USD 520 millones). Estos resultados obedecen a la evolución del precio del crudo durante el año 2009, el mismo que registró menores niveles en los primeros meses y se fue incrementando paulatinamente hasta noviembre de 2009. A enero de 2010 el precio promedio del crudo ecuatoriano se ubicó en USD 72,5 por barril, mientras en el mismo período del año anterior se cotizó a USD 26,8 por barril.

En volumen, las exportaciones de crudo se redujeron en 11,4% y 16,6% con respecto a enero y diciembre de 2009 respectivamente. El déficit de la balanza no petrolera se ubicó en USD 504 millones, inferior en USD 56 millones respecto a enero 2009, pero similar al registrado en diciembre de ese año.

2.- CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

2.1 VENTAS

Comparativamente frente al año 2008 hubo un incremento en el promedio mensual de ventas de un 3,6%, este incremento obedece a algunos factores importantes entre los que cito:

- El descenso y restricción en las importaciones, fijando cupos limitados en ciertos productos, provocó que la oferta baje sustancialmente.
- La crisis económica mundial que comenzó en EEUU desde el 2º semestre del 2008, afectó a Latinoamérica en 2009.
- La competencia intensificaron sus estrategias de mercadeo, ofertando productos a precios más bajos, situación que nos obligó en muchas ocasiones a bajar precios, afectando la rentabilidad de muchos trabajos, situación que no la tuvimos en 2007 ni en 2008.
- La intensa sequía del 4º trimestre produjo racionamientos energéticos en todo el país en horas productivas en los meses pico del año, pese a que el generador entro a funcionar desde el 18 de noviembre y la planta no tuvo mayores interrupciones, nuestros proveedores de servicios mantuvieron retrasos e incumplimientos frecuentes.
- La guillotina PRINTAX a lo largo del año se mantuvo con daños y/o descalibraciones, con repetida frecuencia, lo que nos obligaba a detener la maquina comandada por Luis Campoverde con el afán de corregir los desperfectos. Eso nos ocasionó no solo tiempos de maquina muertos sino también retrasos con las entregas.
- Por el tema de la restricción de importaciones e incremento de impuestos a los licores, Almacenes Juan Eljuri, no realizó los "packs" de ciertas marcas, que marco una gran diferencia en la facturación del año 2008 (\$49.991 donde el 85% de este rubro se realizó en el último cuatrimestre de 2009) y 2009 que en total fue \$4909 durante 2009.

VENTAS 2008 CLASIFICACION POR PRODUCTO				
	2008		2009	
LIBROS Y MANUALES	\$	50.382	23%	\$ 86.088 38%
AFICHES	\$	20.917	10%	\$ 13.816 6%
REVISTAS Y CATALOGOS	\$	5.294	2%	\$ 13.024 6%
CAJAS/PACKS	\$	49.991	23%	\$ 4.909 2%
OTROS	\$	92.507	42%	\$ 109.628 48%
TOTAL	\$	219.091	100%	\$ 227.465 100%
PROMEDIO	\$	18.258		\$ 18.955

La composición de venta Clasificado por Productos, donde se definen los productos de mayor participación que son: los libros, manuales y agendas, entre los clientes que se encuentran son: Zoegraf, Gerardo Martinez E., Liceo Cristiano de Cuenca, Almacenes Juan Eljuri el cual nos ocupa un 38% de la producción total, manteniendo con Zoegraf pedidos mensuales específicos con el TcD (devocional mensual), con un pedido de 2000 ejemplares vs. Los 1500 ejemplares mensuales del 2008. La experiencia desde el 2007 con producción mensual de libros ha creado un potencial de producción muy eficiente el cual se debe explotar al máximo, enfocando este producto al nicho correspondiente. Sería muy importante además de la actual fuerza de ventas, la cooperación de los socios.

La variedad de productos requeridos han sido mas diversos en relación a los 2 años anteriores, permitiéndonos experimentar, aprender y especializar otros y nuevos productos, abriendo puertas con proveedores de productos y servicios.

Nuevos Clientes:

Una característica importante de este año fue el primer acercamiento con nuevos clientes, con buenos resultados en apertura y ventas, con servicio personalizado de excelencia, enfocados en dar cumplimiento y calidad, y conseguir así fidelizarlos, meta que se ha conseguido en parte, manteniéndose como estrategia continua para el 2010.

En comparación al 2008 que "OTROS" clientes no frecuentes (sin considerar AJE, ZGF, CCC y Rialto) que representaron un 13% y \$28.842, este rubro en 2009 fue de \$87.979,72 representando el 39% de las ventas.

VENTAS 2009 CLASIFICACION POR CLIENTES

CLIENTE	VENTAS 2009	%
AJE	\$ 70.189,68	31%
ZGF	\$ 54.760,87	24%
CCC	\$ 13.173,23	6%
HELADERIAS TUTTO FREDDO	\$ 10.759,47	5%
IMP. JAHER	\$ 5.892,84	3%
REYBEC	\$ 4.888,06	2%
EASA	\$ 4.250,07	2%
IMPORT. TOMBAMBA	\$ 4.118,19	2%
SINAILAB	\$ 4.093,30	2%
GERARDO MARTINEZ	\$ 3.930,22	2%
COSMICA	\$ 3.185,27	1%
C.ANDINA	\$ 3.163,00	1%
ETAPA	\$ 2.750,41	1%
MA&M	\$ 2.165,85	1%
CELYASA	\$ 1.576,39	1%
C. RIALTO	\$ 1.361,65	1%
ACCION PREVIA	\$ 1.354,75	1%
KARNATAKA	\$ 1.235,47	1%
TOTAL CLIENTES FRECUEN.	\$ 192.848,72	85%
OTROS	\$ 34.616,43	15%
TOTAL VENTAS 2009	\$ 227.465,15	100%

De igual manera, es importante notar que durante el 2009, se ha logrado dejar de depender en gran parte de Almacenes Juan Eljuri, siendo el porcentaje de venta en 2008 del 59% del total, lo que constituía un riesgo latente en caso de darse una ruptura de la relación comercial. El porcentaje en 2009 de venta a Almacenes J. Eljuri representa el 31%. Aunque aún se mantiene como cliente con mayor volumen de ventas.

VENTAS CLASIFICACION POR CLIENTES

CLIENTE	2008		2009	
AJE	\$ 129.089	59%	\$ 70.190	31%
ZGF	\$ 50.776	23%	\$ 54.761	24%
CCC	\$ 8.305	4%	\$ 13.173	6%
RIALTO	\$ 2.078	1%	\$ 1.362	1%
OTROS	\$ 28.842	13%	\$ 87.980	39%
TOTAL	\$ 219.091	100%	\$ 227.465	100%

VENDEDORES:

Comparativamente podemos ver que el volumen de ventas se ha mantenido con clientes frecuentes, (habiendo aumentado importantemente el número de clientes frecuentes). La participación de los vendedores ha sido mucho menor, esto en gran

parte se debe a que el año se ha caracterizado por la reducción de márgenes de utilidad lo que provoca que para los vendedores deje de ser representativo y atractivo, por lo que ha provocado alta deserción.

NOMINA DE VENDEDORES				
	2008		2009	
LUPITA ANDRADE	\$ -	0%	\$ 3.348	32%
GEOVANNY MONTERO	\$ 3.447	21%	\$ 2.866	28%
JORGE ZAMORA	\$ -	0%	\$ 2.685	26%
CHRISTIAN MALO	\$ 1.707	10%	\$ 675	6%
JOSE CORDOVA	\$ -	0%	\$ 646	6%
ANISABEL SAQUICELA	\$ 3.336	20%	\$ 158	2%
JOSE FARFAN	\$ 8.186	49%	\$ -	0%
TOTAL	\$ 16.676	100%	\$ 10.378	100%

VENTAS EN OFICINA:

El rubro que ha crecido son las ventas de oficina, en el local, han representado una mayor volumen de un 2% en 2008 con \$4.554, a un 12% con \$27.138, por lo que para el 2010 la imagen y servicio debe dar un giro, la proyección de ventas de oficina para el 2010 debe ir en aumento.

VENTAS CLASIFICACION POR FUENTE DE VENTA				
	2008		2009	
CLIENTES FRECUENTES	\$ 190.249	87%	\$ 189.949	84%
VENDEDORES	\$ 16.675	8%	\$ 10.378	5%
EXPORTACION	\$ 7.613	3%	\$ -	0%
VENTAS EN OFICINA	\$ 4.554	2%	\$ 27.138	12%
TOTAL	\$ 219.091	100%	\$ 227.465	100%

EXPORTACIÓN:

En septiembre de 2008 se abrió la oportunidad de exportar al Caribe material POP, a través de un contacto de Fausto Comejo, el cual se desarrollo y completó normalmente, ganando experiencia para en un futuro poder desarrollar ese mercado, que se mantiene siendo potencial y atractivo.

2.2 PRODUCCION

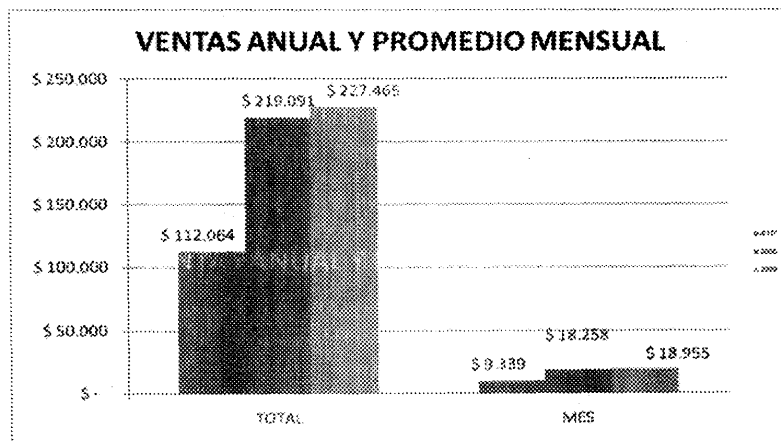
La producción se mantuvo más constante todo el 2009 en comparación al 2008, los picos de baja y alta facturación se mantuvieron más estables, siendo el 1° trimestre del año donde se registra una baja en la demanda, definiendo la tendencia año tras año, de modo que nos permite preveer y programar producción, ejecución de plan de mantenimiento de maquinas, vacaciones, arreglos y proyectos de innovación.

Durante todo el 2009 nos mantuvimos con interrupciones en la producción por daños en las maquinas, con mayor incidencia y mucha frecuencia en la guillotina, lo que repercute no solo en gastos de arreglos y mantenimientos sino por la estructura laboral, en interrupciones en la impresión, por ser Luis Campoverde la persona que lo repara.

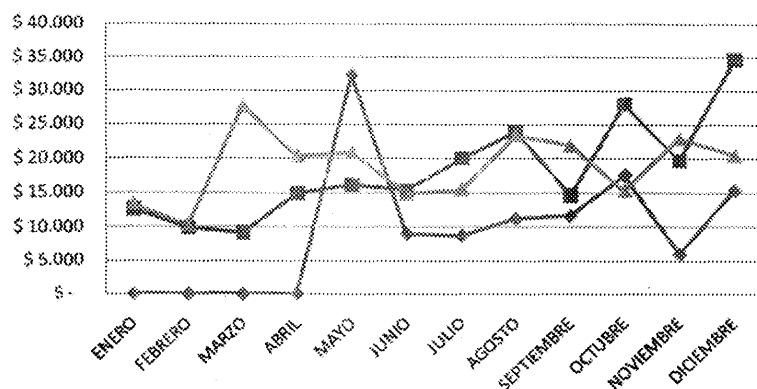
Esto creo una indispensable necesidad de renovar la guillotina por un equipo más confiable, preciso y de mayor capacidad, por lo que se planteo la compra de una guillotina marca Polar de 115cm de luz, de segunda mano.

Aunque los gastos de reparación y mantenimiento correctivo no tuvieron comparación con 2008, (siendo los de 2009 mucho menores), si se incurrió en ellos, las maquinas con frecuencia requieren de mantenimiento.

El 2009 fue un año en el que competimos con empresas grandes como I. Monsalve M, Graficas Hernandez, Grafisum, Edimer, Arte y Diseño, por mencionar las mas representativas a las que pudimos conocer y que nos conocieron también. Dando como resultado que G. Hernandez, Grafisum y Monsalve mostraron mayores ventajas en precio y plazos de entrega al cliente que nosotros, por la capacidad instalada de impresión, en trabajos de grandes tirajes (JAHER, TUTTO FREDDO, EQUINDECA, etc), o revistas/catalogos (AJE y RIALTO, otros), aunque en muchos casos competimos ajustándonos a los tiempos de entrega estipulados, logrando cumplir con las entregas haciendo grandes esfuerzos, de sobre tiempos que incrementan el costo y reducen la utilidad, se decidió viabilizar la posibilidad de compra de una maquina de 4 colores, que en vista de no lograr juntar todos los requisitos para aplicar un crédito en la CFN, se opto por la compra de una GTO 52-2, usada. Esta opción nos permitió completar el pedido con la Guillotina Polar 115, adquiridas al mismo proveedor ubicados en Canadá. Siendo el B. del Pichincha quien financió en parte este proyecto y los socios la parte complementaria.



VENTAS MENSUALES 07-08-09



PROCESOS TERCERIZADOS

	2008		2009	
Servicio Plástico	\$ 5.802	45%	\$ 8.823	52%
Servicio Troquelado	\$ 3.154	24%	\$ 3.880	23%
Servicio de Fotocomposición	\$ 1.182	9%	\$ 2.044	12%
Hendido, Barnizado, Repujados	\$ 1.041	8%	\$ 1.197	7%
Encolado Hotmelt	\$ 855	7%	\$ 543	3%
Numerado y Perforado	\$ 295	2%	\$ 290	2%
Refilado y Afines	\$ 682	5%	\$ 236	1%
Doblado dip/trip/pleg		0%		0%
TOTAL	\$ 13.010	100%	\$ 17.013	100%

Nos mantenemos sin parar negociando y gestionando mejores ventajas de negocio, como resultado la mayoría de proveedores de productos y servicios mejores condiciones que se traducen en ventajas competitivas. Esto se debe a que somos una empresa que tiene un volumen de trabajo atractivo para todas estas empresas, por lo que se ha logrado mejorar tiempos de respuesta, generalmente prioridad en los trabajos, precios, plazos de pago, etc.

Aunque se ha mejorado mucho en relación al año 2008, es importante mencionar que en 2009 se produjeron mayor cantidad de trabajos en relación al 2008 que en general fueron pocos trabajos voluminosos, eso nos creó mayores tiempos muertos, por incumplimientos varios, que repercutió en la producción, volviéndola con frecuencia ineficiente.

2.3 MERCADEO

En 2009 se incrementó la gestión de buscar nuevos clientes, abriendo visitas, y estrategias de mercadeo y posicionamiento en un mercado muy cerrado, en donde priman las relaciones. Al mantenernos permanentemente con producción no se

busco abiertamente clientes, de alguna manera nos hemos mantenido con perfil bajo, sabiendo que en enero de 2010, habremos aumentado la capacidad productiva. Mientras tanto, la estrategia fue el no comprometerse con muchos clientes nuevos habiendo un alto riesgo de incumplimiento.

2.4 INVERSIONES

En octubre de 2009 se concretó la compra de las maquinas por un valor de USD 65.000 + impuestos + nacionalización con Printer's Parts & Equipment de Canadá, por lo que el Banco del Pichincha nos otorgo un crédito por \$40.000 a 36 meses plazo, los socios aportaron con USD 28.000 y el Banco Bolivariano con USD 8.000, a 12 meses plazo, con un crédito conveniente para la legalización de la maquina, que compensa mensualmente con el crédito fiscal creado por este mismo tramite.

Adicionalmente la empresa decidió adquirir un generador que contrarreste el efecto de los racionamientos diarios de energía, por un valor de USD 7950, a un plazo un de 6 meses, concluyendo al final del año que fue una adquisición acertada, puesto que los cortes por racionamiento se prolongaron hasta febrero de 2010.

2.5 INVENTARIOS

La empresa no mantiene inventarios de materia prima, gracias a que se tiene una respuesta inmediata y disponibilidad de productos de los principales proveedores de papel y suministros, además nuestra cercana ubicación geográfica con los estos nos permite tener el material listo necesario a tiempo para la producción.

Los inventarios al 31 de diciembre de 2009, de materia prima de pedidos existentes fueron de USD 1532.31 que comparado al 2007 y 2008 disminuyo, y de producto en proceso a la misma fecha fue de USD 993.47, y siendo USD 3225.71, el inventario de producto terminado, a continuación el detalle comparativo con el año 2007 y 2008:

INVENTARIOS	2007	2008	2009
MAT. PRIM	\$ 2.815,18	\$ 2.131,69	\$ 1.532,31
PROD. EN PROC.	\$ 222,53	\$ 2.293,89	\$ 993,47
PROD. TERM	\$ -	\$ -	\$ 3.225,71
TOTAL	\$ 3.037,71	\$ 4.425,58	\$ 5.751,49

2.6 CARTERA

El valor de cartera por cobrar al 31 de diciembre de 2009 fue de USD 41816.84, en comparación con la cartera del 2008, ha aumentado en un 5%

CARTERA	2007	2008	2009
CLIENTES POR COBRAR	10673,29	39914,7	41816,84

2.7 ENDEUDAMIENTO

La empresa terminó los créditos que mantenía con el Banco Bolivariano de USD 6.000 para liquidez, en enero de 2008, con pagos renovables trimestralmente y de USD 20.000, para la compra de la maquina GTOz-2 otorgada en julio de 2007, pero requirió adquirir nuevo endeudamiento para llevar a cabo la compra de la GTO PM 2002 y la Guillotina Polar 115, con el Banco del Pichincha por un valor de USD 40.000, a un plazo de 36 meses con un interés del 11,25 anual. Adicionalmente se obtuvo un crédito de USD8.000, con la finalidad de que su pago se lo realice en 12 meses, haciendo uso del crédito fiscal generado por la nacionalización de las maquinas, apreciando comparativamente en el siguiente cuadro:

ENDEUDAMIENTO

RUBRO	2007	2008	2009
Proveedores	\$ 27.758	\$ 35.379	\$ 37.636
Bolivariano USD 20.000	\$ 17.792	\$ 8.156	\$ -
Bolivariano USD 6.000	\$ -	\$ 3.600	\$ -
Bolivariano USD 8.000	\$ -	\$ -	\$ 8.000
B. Pichincha USD 40.000	\$ -	\$ -	\$ 39.060
TOTAL	\$ 45.550	\$ 47.134	\$ 84.696

3.- ASPECTOS LABORALES**3.1 LABORAL**

Al cierre del año 2009 la compañía cuenta con 9 empleados contratados acorde con el siguiente esquema, con el objeto de cumplir con los porcentajes estipulados por la ley, según las últimas reformas.

LABORAL

PERSONAL	AL CIERRE 2008	AL CIERRE 2009
Personas Contrato Plazo Fijo	9	9
Personas Contrato por Horas	-	-
Personas Tercerizado	-	-
Personas Intermediarios	-	-
TOTAL	9	9

La rotación del personal durante el 2009, se resume a 2 personas, Prensista Ángel Herrera, quien renunció en septiembre de 2009 por verse en una situación de incapacidad de realizar su función según lo requerido, quien fue reemplazado en el mismo mes por el Prensista Jose Pacheco, a quien se le contrato por pasar las pruebas de aptitud respectivas y Walter Morocho quien se desempeñaba como Guillotineró Aprendiz, quien renuncio por razones personales

3.2 LEGAL

Se ha dado cumplimiento a las normas legales en los Actos y Contratos celebrados por la compañía y a las disposiciones que se ha impartido.

3.3 ADMINISTRATIVO

Durante el 2009 se han realizado mejoras en la parte administrativa, respecto los siguientes puntos específicos:

- Mejora en el tiempo de cálculo de cotizaciones, mediante la mejora continua del programa Cotizador, que desde su creación mantiene un proceso de mejora continua, simplificando tareas y reduciendo tiempos, creando simultáneamente a la cotización, la respectiva orden de producción, la orden de compra de material y hoja de control de producción, siendo procesos cada vez mas automáticos.
- Se creó una base de datos de nuestros clientes y clientes potenciales, usada con frecuencia para llevar a cabo la estrategia de promoción personalizada

de productos y servicios nuestros, además de crear canales directos de comunicación.

- Se crearon un formato de indicadores que controlan ventas, y apoyan a las decisiones con el fin de cumplir con la meta establecida.
- Se ha logrado comprometer a todo el personal en un proceso de excelencia de calidad de nuestros servicios, que se enfoca en: tiempos puntuales de entrega, alta calidad de impresión y acabados, pedidos completos, estamos buscando estandarizar procesos, también tiene el proceso de mejora continua.
- Se organizó más eficientemente la coordinación logística de procesos tercerizados, despachos, traslados de material y productos, logrando mejores tiempos, a través de estandarización de procesos y con el uso de formatos de control, también se mantiene un proceso de mejora continua.
- Participación en el proyecto de la CAPIA enfocado en la asociatividad entre 10 imprentas, para fortalecer los procesos y obtener ventajas competitivas al crear y participar en este Cluster. El proyecto tiene una duración de un año, pudiendo alargarse según lo necesario, al presentar proyectos que justifiquen la ampliación.
- Se ha establecido contacto con un sin número de Proveedores en diferentes áreas, tanto de suministros como de servicios, con el fin de tener mayor beneficio económico, tiempo de respuestas y plazos.

4. CUMPLIMIENTO DE RESOLUCIONES DE LA JUNTA GENERAL

La compañía ha dado cabal cumplimiento a lo resuelto por la Junta General de Accionistas.

5. RESULTADOS Y PATRIMONIO

5.1 RESULTADOS

Comparativamente el periodo 2009 se obtuvo un decrecimiento frente al resultado de 2008, donde se registró una pérdida de USD 3.528, obedeciendo factores que entre los más importantes están:

- Agresivas ofertas de la competencia que obligo en muchos casos a bajar nuestros precios.
- La recesión que históricamente ha sido considerada una de las mas criticas en décadas, en la que apreciamos una caída en el flujo de trabajo.
- Las inversiones realizadas, generador YAMAHA, importación de maquinas, adecuación de redistribución de planta.

RESULTADOS.

	2007	2008	2009
RESULTADO ANUAL	\$ -2.430	\$ 7.188	\$ -3.528

5.2 PATRIMONIO

Al cierre del año 2009 la compañía registra un patrimonio que asciende a USD 70.000, donde se registra una variación del 2% respecto al 2008.

PATRIMONIO

	AL CIERRE 2007	AL CIERRE 2008	AL CIERRE 2009
PATRIMONIO	\$ 35.070	\$ 68.742	\$ 70.000
% VARIACION		49%	2%

6. OBJETIVOS Y RECOMENDACIONES

1. Armar un equipo de ventas
2. Crear nuevos conceptos de negocio, los que podamos desarrollar y controlar, esperando excelente rentabilidad de ello.
3. Enfoque en "Excelencia de Servicios", personalizados, con asesoría, oportunos, para los clientes.
4. Que nuestros clientes internos puedan recibir a tiempo su salario, sin retraso.
5. Reparación y adecuación Grapadora Botstich, para un grapado rápido y más eficiente de libros, catálogos y revistas.
6. En un mundo tan globalizado y tan cambiante es necesario mantenernos actualizados con las nuevas tecnologías disponibles y conocer las tendencias del mercado, por lo que es importante asistir y participar de las ferias y eventos de la industria gráfica a nivel internacional, con la finalidad de conocer nuevas tecnologías en todos los procesos y establecer contactos y acuerdos con posibles proveedores.
7. Crear un Reglamento Interno de la Compañía.
8. Generar un plan de ventas y mercadeo, ajustado a la capacidad de la compañía fidelizando a los clientes.
9. Gestión más efectiva e intensiva en cuanto a recuperación de cartera.
10. Análisis y discusión con los socios para determinar y proyectar la compra de los equipos, la compañía requiere de múltiples equipos y maquinaria complementaria, necesarios en algunos casos e indispensables en otros casos, de manera de producir autónomamente, dejando de depender a la brevedad posible de procesos tercerizados que bien la compañía los puede manejar. Dentro del 1º cuadro a continuación detallo algunos parámetros de decisión y luego en el siguiente cuadro, se presenta un detalle de los equipos necesarios, a corto y mediano plazo, donde se ordena según criterio (discutible) de prioridad en base a nuestra realidad y situación actual.

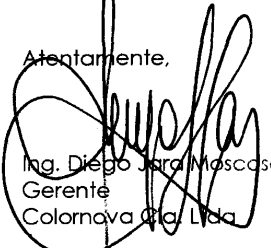
7. CUMPLIMIENTO DE NORMAS

La empresa durante el periodo 2009 ha cumplido con todas las normas referentes a propiedad intelectual y derecho de autor.

Queda a consideración de los Señores Accionistas el presente informe de labores, reiterando mi agradecimiento a todas las personas que colaboraron en la compañía durante este periodo.

Cuenca, 15 de marzo de 2009.

Atentamente,


Ing. Diego Jara Moscoso
Gerente
Colomava Cía. Ltda.