INFORME DE GERENCIA PERIODO 2014
COLORNOVA CIA. LTDA.

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 2014, tal como estipulan los estatutos de Colornova y lo establecido en la Ley, poniendo a disposición de los accionistas.

1.- ENTORNO ECONOMICO

Ecuador cerró el 2014 con una inflación de 3,67% anual, lo que representa un incremento frente al 2,70% registrado en el 2013, según diario El Comercio.

En el 2014 el salario básico tuvo un alza a 340 dólares, es decir 22 dólares más al establecido en el 2013 que fue de USD$ 318.

La CEPAL prevé que el crecimiento económico de Ecuador en 2015 será del 3.8%, dos puntos menos al pronóstico de este año que fue del 4%.

El salario digno para el año 2014 se estableció en USD 397.

El costo de la canasta básica familiar cerró el 2014 con un precio de US$646.3, frente a La Canasta básica del año anterior que se ubicó en US$620.86 a diciembre de 2013.

La facturación electrónica obligatoria entró en vigencia desde el 2014, para las empresas que se califican como contribuyentes especiales siendo las que contrataban en un 70% a 80% de la facturación impresa a nivel nacional, afectando en un 30% a 50% el presupuesto de ventas de muchas imprentas,

2.- CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

En este periodo no se lograron los objetivos de venta y producción, alcanzando un 85% del objetivo inicial. A su vez el nivel de rentabilidad estuvo muy por debajo de lo proyectado, debido a algunos aspectos importantes que vale la pena mencionar y conocer.

- La facturación electrónica si bien es cierto que Colornova no ha incursionado ofreciendo este producto, el 90% de nuestros competidores a nivel local y nacional si lo han hecho, por lo que hemos sentido en 2014 particularmente una competencia muy agresiva, por la sobreoferta en nuestra misma gama de producción, afectando seriamente los precios del producto, disminuyendo significativamente la rentabilidad.
- Los medios promocionales impresos a medios digitales fue un rubro inexistente en 2014, lo que en 2013 fue un producto muy importante, como por ejemplo los insertos de B. Pichincha de las tarjetas de crédito, en 2014 se enviaron digitalmente junto con el estado de cuenta. Se producían bimensualmente 500 mil flyers en 2013. De igual manera banco del Austro este año optó por hacer su promoción por vía digital, y no produjeron los boletos de su campaña, que en 2013 resulto un pedido de 6 millones de boletos, con un monto estimado de 22 mil dólares.
- La máquina Roland 200 entro en funcionamiento a mediados de septiembre de 2014 a su máxima capacidad luego de corregirse algunos errores y desperfectos en sus diferentes mecanismos, considerándose que tomo más tiempo comparado a las otras máquinas por ser una tecnología nueva para nosotros y diferente a las otras maquinas.

- El ingreso de El Telégrafo y El Comercio al segmento corporativo a nivel nacional, algunos de los cuales son clientes de Colornova, con precios de venta muy bajos, lo que nos ha dejado fuera de competición.
- El incremento de máquinas de 4 colores en imprentas locales, como BG OFFSET, Arte y Diseño, Editores del Austro, Grafisum (próximamente en marzo de 2015 con una segunda máquina de 4 colores tamaño 70x100), entre otras, hemos podido sentir una fuerte presión ante la gran oferta y bajos precios.
- Entre otras dentro de producción como una alta rotación y deserción del personal, especialmente en diseño, en menor incidencia en ventas, prensa y guillotina, y por ende control y manejo de inventarios, el programa contable y el módulo de costos, lo particularmente difícil que fue 2014 respecto a recuperación de cartera, etc.

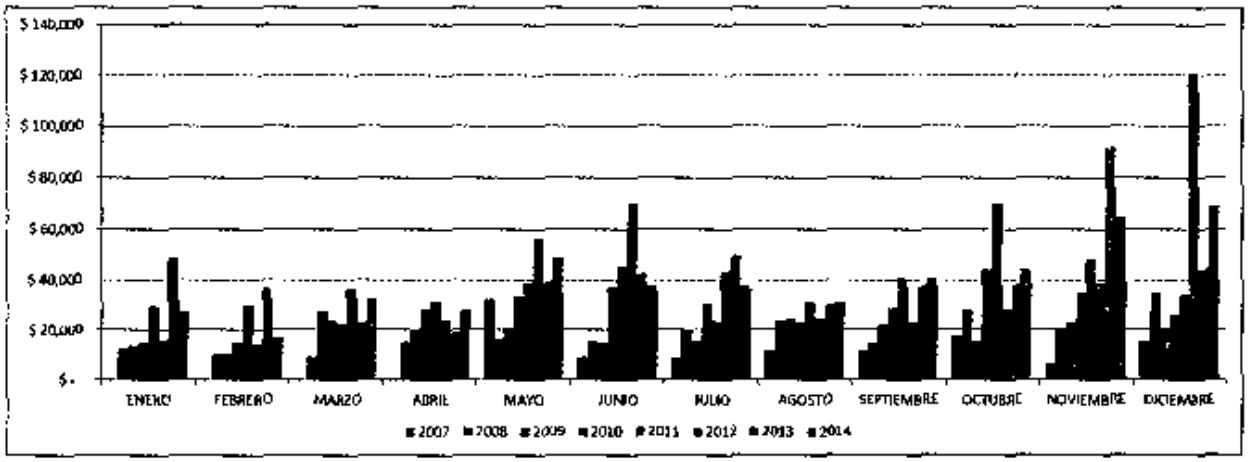
2.1 VENTAS

El año 2014 el patrón y comportamiento de la curva de ventas fue predominantemente atípico, matizado por un comportamiento lento y pasivo. Gran parte de las empresas se mantuvieron en un ambiente de incertidumbre y austeridad, con notables reducciones en sus presupuestos comparado a periodos anteriores.

El mes de abril, mayo, junio y julio, (mayo hubo una producción mediana de Packs B&W), y que son meses de gran movimiento, y financieramente de recuperación, los volúmenes de venta se mantuvieron muy por debajo de lo programado. De igual manera los meses de septiembre, octubre y primera semana de noviembre, se mantuvieron inusualmente estáticos, demanda casi inexistente, compitiendo y peleando contratos con buenas ofertas, lo que ocasionó que en algunos casos, otras imprentas bajen su precio a niveles incompetibles obligándonos a retiramos del negocio. Este comportamiento fue general, tanto colegas como proveedores locales y nacionales que manifestaron su inconformidad en el cumplimiento de metas.

La recuperación inicia desde noviembre, que fue donde inicia la temporada, acortándose el periodo a menos de dos meses, en todos los años anteriores este inicio se percibía desde fines de agosto hasta mediados de septiembre. La producción en esta temporada se caracterizó por los limitados y cortos plazos de entrega, sin embargo se logró facturaciones considerables en noviembre y diciembre, de $64.759 y $68.905 respectivamente, aliviando parcialmente el panorama del periodo.

El cuadro a continuación muestra el historial comparativo de ventas desde 2007.



Aunque se gestionó el reclutamiento de vendedores con experiencia en imprenta, no logramos concretar con ellos, nos ha sido difícil encontrar un buen prospecto.

En agosto ingresa el vendedor paralelamente con la proyección de la puesta en marcha de la Roland 200, quien no tenía experiencia ni conocimiento de imprentas, por lo que se le capacitó sobre la marcha y se realizaron algunas visitas conjuntas. Se mantuvo en la empresa menos de 3 meses, una oferta de estudio interrumpió su gestión, aunque no llego a cumplir las metas de venta, aportó con algunos clientes concretando algunas ventas, sin embargo estuvo lejos de cumplir la meta de venta.

Se logró conseguir finalmente la cuenta de Embotelladora Azuaya con unos packs de Ron 2300 y Vodka Myst. Lamentablemente no se logró cerrar dos contratos importantes, 30 mil Packs de Whisky Black Castle, elaborado anteriormente por IMM, por una contraoferta de última hora y un contrato de 150mil packs de Whisky William Lawson's por un algunos inconvenientes suscitados en 2013 en la entrega del producto.

En cuanto a la cuenta con Almacenes Juan Eljuri, se registró una disminución significativa en el volumen de venta, afectó en gran parte por la Ley de Comunicación en vigencia, que prohibió todo material POP exhibido en tiendas y/o lugares cercanos a escuelas y colegios. Dicho material tales como Afiches, Colgantes, Vibrines, Preciadores, Rometraficos, etc., significó una reducción muy importante en nuestras ventas, comparado a 2012 y 2013, siendo en 2012 de $255 mil, representando el 51.43% de las ventas, $176 mil en 2013, que representó un 35.26% de las ventas y $86.788 que representa un 17.39%, ubicando a Zoegraf en el primer puesto.

CUADRO COMPARATIVO VENTAS 2012 - 2013 - 2014								
CLIENTE	VENTAS 2012	%	VENTAS 2013	%	VENTAS 2014	%
ZOEGRAF	$ 58,356	11.77%	$ 80,127	16.05%	$ 87,854	18.00%
ALMACENES JUAN ELJURI	$ 254,952	51.43%	$ 175,982	35.26%	$ 84,788	17.39%
ELECTROEXITO	$ 1,033	0.21%	$ 1,298	0.26%	$ 38,135	7.84%
INDUSTRIAS MOTORIZADAS	$ 20,654	4.17%	$ 26,563	5.32%	$ 35,693	7.15%
EDITORIAL DON BOSCO	$ -	0.00%	$ 3,336	0.67%	$ 51,253	10.26%
CENTRO CRISTIANO DE CUENCA	$ 10,054	2.03%	$ 15,076	3.02%	$ 18,523	3.71%
HELADERIAS TUTTO FREDO	$ 8,579	1.73%	$ 22,452	4.50%	$ 16,454	3.30%
COSMICA	$ 3,806	0.77%	$ -	0.00%	$ 10,662	2.14%
KERAMICOS	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 10,563	2.12%
INDIAN MOTOS	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 10,253	2.05%
CLASIFICADOS SP	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 9,532	1.91%
DINERS CLUB	$ -	0.00%	$ 5,825	1.17%	$ 9,326	1.87%
BCO DEL AUSTRO	$ 22,365	4.51%	$ 18,597	3.73%	$ 8,963	1.80%
MA&M	$ 5,460	1.10%	$ 1,380	0.28%	$ 8,796	1.76%
CELYASA	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 7,687	1.54%
COLENMUN	$ -	0.00%	$ 40,236	8.06%	$ 5,754	1.15%
LICEO CRISTIANO	$ 3,470	0.70%	$ 3,569	0.72%	$ 5,372	1.08%
KARNATAKA	$ 13,329	2.69%	$ 4,033	0.81%	$ 5,145	1.03%
VIARTTEN GROUP	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 4,893	0.98%
REPYCOM	$ -	0.00%	$ 20,428	4.09%	$ 4,366	0.87%
MIRASOL	$ 35,622	7.19%	$ 4,569	0.92%	$ 3,877	0.78%
AMP. JAHER	$ 9,712	1.96%	$ 420	0.08%	$ 3,799	0.76%
IMPORTADORA ROLORTIZ	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 3,434	0.69%
UNIVERSIDAD DE CUENCA	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 3,356	0.67%
RED MANGROVEN	$ 5,960	1.20%	$ 2,804	0.56%	$ 3,324	0.67%
COOP ALFONSO JARAMILLO GAVA	$ 2,033	0.41%	$ -	0.00%	$ 3,311	0.66%
EMBOTELLADORA AZUAYA	$ 1,907	0.38%	$ 3,950	0.79%	$ 3,103	0.62%
SOCELEC	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 3,090	0.62%
QUEZADA JOSE ANTONIO	$ 3,982	0.80%	$ 3,006	0.60%	$ 2,938	0.59%
DRACMA	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 2,729	0.55%
AZUAY NUEVO MILENIUN	$ 2,106	0.42%	$ 2,376	0.48%	$ 2,707	0.54%
HOME DECO	$ -	0.00%	$ 2,647	0.53%	$ 2,692	0.54%
MARKETPRINT	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 2,553	0.51%
E&A BROKERS	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 2,512	0.50%
INDUGLOB	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 2,460	0.49%
CAMARA ECUATORIANA AMERICANA	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 2,423	0.49%
HOTEL RIONE	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 2,031	0.41%
ACOSTA MARIA GABRIELA	$ -	0.00%	$ 10,856	2.18%	$ 1,857	0.37%
COMPUFACIL	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 1,625	0.33%
C. RIALTO	$ 256	0.05%	$ 1,848	0.37%	$ 1,616	0.32%
SAUDEC	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 1,494	0.30%
GUILLERMO VAZQUEZ JOYERIA	$ -	0.00%	$ 6,589	1.32%	$ 847	0.17%
GASGAS	$ -	0.00%	$ 18,542	3.72%	$ -	0.00%
BACARDI CENTROAMERICA	$ -	0.00%	$ 8,896	1.78%	$ -	0.00%
IGLESIA CRUZADA CRISTIANA	$ -	0.00%	$ 7,523	1.51%	$ -	0.00%
ACION PREVIA	$ 1,566	0.32%	$ -	0.00%	$ -	0.00%
TOTAL CLIENTES FRECUEN.	**$ 465,200**	**93.8%**	**$ 492,931**	**98.76%**	**$ 475,772**	**95.32%**
OTROS	**$ 30,507**	**6.2%**	**$ 6,177**	**1.24%**	**$ 12,017**	**2.41%**
TOTAL VENTAS	**$ 495,707**	**100%**	**$ 499,108**	**100.00%**	**$ 483,789**	**97.73%**

Clientes Nuevos:

En 2014 se logró incorporar a nuestra lista de clientes: Cooperativa Multiempresarial, Cooperativa La Merced, Indurama, Induglob, Motricentro, Editorial Don Bosco, Multimotos, E&A Brokers, Publikarte, Keramikos, Viartten Group, MIPRO, Municipio de Cuenca – Dep. Tranvia, MP3, Hotel Rioné, Hotel Zahir, Hotel San Juan, Socelec, entre otras, si bien es cierto los montos no han sido significativos para este 2015 esperamos fidelizarlos y lograr mayores volúmenes de venta.

Clientes Recuperados:

Asimismo, se logró recuperar cuentas que por uno u otro motivo dejaron de trabajar con Colornova, como son el caso de: Comercial Jaher, Electroexito, CAJA, Clasificados SP, Arturo Zavala, Cámara de Comercio Ecuatoriana Americana, Diseo, etc., procurando mantener y reforzar la relación comercial.

Cotizaciones:

El año 2014 se caracterizó además por la tendencia de pedidos pequeños, de baja volumen, que comparativamente son menos rentables que los pedidos más grandes. En comparación a 2013, en 2014 se elaboraron 3101 cotizaciones de las cuales fueron aprobadas 837 que representa una eficacia del 27.5%, en relación al 2013 que se elaboraron 2722 cotizaciones, aprobadas 708 que representa un 26.2%, representa un incremento de un 1.3%, lo mencionado podemos apreciar en el cuadro comparativo mes a mes a continuación, siendo el valor promedio por pedido en 2013 de $705 por pedido y en 2014 $583 por pedido, disminuyendo en un 17%:

MES	2013				2014			
	NO APROBADAS	APROBADAS	TOTAL	EFICACIA	NO APROBADAS	APROBADAS	TOTAL	EFICACIA
ENERO	157	45	202	22%	178	79	257	31%
FEBRERO	126	40	166	24%	133	53	186	28%
MARZO	251	75	326	23%	173	46	219	21%
ABRIL	219	62	281	22%	167	63	230	27%
MAYO	234	81	315	26%	180	77	257	30%
JUNIO	151	51	202	25%	333	71	404	18%
JULIO	109	52	161	32%	183	79	262	30%
AGOSTO	104	43	147	29%	145	59	204	29%
SEPTIEMBRE	115	48	163	29%	185	80	265	30%
OCTUBRE	233	82	315	26%	240	64	304	21%
NOVIEMBRE	190	95	285	33%	196	102	298	34%
DICIEMBRE	125	34	159	21%	151	64	215	30%
TOTALES	2014	708	2722	26.2%	2264	837	3101	27.5%

Vale la pena mencionar algunos puntos sobre las ventas, entre los cuales están:

- Hemos mantenido las alianzas estratégicas y mejorado condiciones de negocio con otras imprentas, tanto para el servicio de impresión en grandes tirajes, como en tercerización de servicios de acabados, como es el caso de Editorial Don Bosco, donde nos mantenemos trabajando mutuamente dando servicio de plastificado y también impresión en muy cortos tirajes, registrándose un importante incremento en ventas de esta cuenta.
- A diferencia de 2012 y 2013, no tuvimos pedidos significativos de gran volumen, que aunque resultan ser un desafío para la empresa y son muy rentables, se ha mejorado sustancialmente los procesos de esta modalidad de negocio, logrando mejorar el Know How, a través de alianzas con proveedores locales, evitando así movilizar grandes volúmenes a otras ciudades para obtener el servicio, esta modalidad representa una gran oportunidad para la empresa, en 2015 buscaremos más contratos de gran volumen.
- Se ha mantenido el nivel de negociación con proveedores, aprovechando los volúmenes de compra, generando más beneficios favorables, en precio y plazos de pago, aunque me atrevo a decir que hemos perdido terreno en este aspecto, debido a que hemos tenido dificultades con la liquidez, siendo un factor que no permite mejorar las condiciones de negociación, sin embargo se han mantenido las condiciones de negociación.
- Se ha intensificado la presencia de grandes imprentas como Grupo El Comercio y particularmente El Telégrafo, ambas con tecnología de máquinas rotativas, con capacidad de manejar grandes volúmenes en 24 y 48 horas, con

oficinas ya en Cuenca, con costos mucho más accesibles, a los que no hemos logrado igualar. El caso de clientes como Repycom (B. Pichincha, Produbanco y Cuotafácil), Comerical Jaher, entre otros. Sin embargo buscamos la posibilidad de una Alianza estratégica con El Telégrafo, con la distancia, prudencia y reservas del caso, para conseguir participar en pedidos de gran volumen donde la producción se hace en máquinas Rotativas. Esto nos dio la oportunidad de suplir un pedido a Electroexito de 150 mil revistas en 3 días, pese a que se han solicitado algunas cotizaciones, no hemos logrado concretar otros trabajos, sin embargo nos mantenemos reforzando esa relación comercial con El Telégrafo, con miras a generar pedidos más adelante.

MATERIAL DE RECICLAJE

Respecto al Reciclaje de Placas y Papel se registró una recuperación respecto al año anterior, aunque en placas no se incrementó el precio del aluminio, por falta de espacio, estética y orden del dpto. de diseño se decidió vender el material, se están buscando otros oferentes que requieran aluminio con el afán de mejorar el ingreso de este rubro. Los precios del papel y cartulina no han variado en relación al año 2013 y las ventas han registrado un incremento de un 16%. A continuación un cuadro comparativo los últimos 4 periodos:

INGRESOS RECICLAJE	2011	2012	2013	2014
VENTA DE PAPEL RECICLADO	1290.37	1392.92	943.44	1118.08
VENTA DE PLACAS RECICLADAS	191.95	738.8	102	717
VENTA DE PALLETS	0	0	6	0
VENTA DE CHATARRA	0	300	0	0
TOTAL	**1482.32**	**2431.72**	**1051.44**	**1835.08**

OTROS INGRESOS

En el cuadro a continuación se resume comparativamente de los últimos 4 periodos el comportamiento de los diferentes ítems, donde en 2014 se destaca el incremento de un casi 50 en servicio de Plastificado:

INGRESOS VARIOS	2011	2012	2013	2014
VENTA DE MATERIAL RECICLABLE	1290	1393	1051	1835
OPERCION FACTORING	3006	1754	7500	7265
SERVICIO DE IMPRESIÓN		563	800	5537
SERVICIO DE NUMERADO		115	220	0
SERVICIO DE PLASTIFICADO		1430	5268	25763
SERVICIO DE ENCOLADO		69	40	166
OTRO	192	739	2393	928
TOTAL	**4488**	**6062**	**17272**	**41494**

Esto se debe a que a través de un convenio entre El Telégrafo y Editorial Don Bosco, la sobre demanda que tiene El Telégrafo, es canalizada a Editorial Don Bosco, quienes a su vez tercerizan el servicio de Plastificado y Selectivo UV Brillante. De los cuales Colornova da servicio únicamente en plastificado, cabe acotar que los primeros meses del año 2104 tuvimos un alto volumen de este servicio y aunque todos los meses del año muestra un incremento en el servicio, otros proveedores de EDB, iniciaron una

estrategia disfrazada de queja-reclamo a EDB del plastificado de Colornova que dificultaba colocar el Selectivo UV Brillante, por lo que presionaron a que se les incluya el plastificado a dichos proveedores, dejando de trabajar con Colornova por no tener el servicio de Selectivo UV. EDB a su vez se mantuvo favoreciéndonos con el servicio de plastificado que no requería Selectivo UV. Por esa razón luego de junio no pudimos mantener el nivel de ventas del servicio. Esto originó la idea de comprar el equipo de Laca UV Selectivo y poder satisfacer a este cliente.

SERVICIO PLASTIFICADO				
MES	2011	2012	2013	2014
ENERO	$ -	$ 194	$ 1,294	$ 1,303
FEBRERO	$ -	$ 73	$ 495	$ 1,499
MARZO	$ -	$ 227	$ -	$ 3,920
ABRIL	$ -	$ 280	$ 15	$ 4,238
MAYO	$ -	$ 187	$ 355	$ 1,574
JUNIO	$ -	$ 206	$ 872	$ 5,674
JULIO	$ 133	$ 210	$ 773	$ 2,311
AGOSTO	$ 191	$ 282	$ 69	$ 1,130
SEPTIEMBRE	$ 601	$ 937	$ 214	$ 417
OCTUBRE	$ 319	$ 415	$ 310	$ 742
NOVIEMBRE	$ 561	$ 551	$ 691	$ 1,010
DICIEMBRE	$ 442	$ 464	$ 180	$ 1,946
TOTAL	$ 2,247	$ 4,027	$ 5,258	$ 25,783

También tuvimos un incremento importante en el servicio de impresión, a EDB que por 2 ocasiones imprimimos un libro de bajo tiraje, que para ellos significó una sobredemanda y por ser bajo tiraje les convenía elaborarlo en máquinas más pequeñas.

2.2 PRODUCCIÓN

El 2014 fue un año de muchos retos y con obstáculos. Principalmente por la alta rotación del personal registrada en este año y el tiempo que tomo la puesta en marcha de la Roland, que se mantuvo en pruebas y paradas, reparaciones y calibraciones de máquina. Tuvimos la renuncia de 2 prensistas: Danilo C. y Xavier C. En la que la renuncia permanente de Danilo provocó una mejora en el ambiente laboral. La renuncia de Xavier C. fue temporal pero saludable solicitando ser aceptado nuevamente a Colornova. Aceptamos su regreso con las condiciones y nuevas reglas del caso, terminando un año con buenos resultados de desempeño y compromiso, incluso aprendió a manejar la Roland.

La puesta en marcha de esta máquina nos han resultado costosas por el hecho de que Roland es una maquina con menos aceptación en el mercado Ecuatoriano que Heidelberg, lo que significa que no existen tan cercanamente y fácilmente disponibles repuestos, técnicos, prensistas, etc., lo que ha dificultado y retrasado el arranque de la misma.

Finalmente la maquina se logró poner en marcha en agosto, con excelentes resultados de impresión, rapidez y muy buen desempeño en cartulinas gruesas de hasta 390g (En la KORD máximo gramaje fue de 345g), se cumplir con éxito un pedido de cajas de pequeño y medio tiraje, con excelente calidad en los acabados.

En cuanto al manejo de la misma, se contrató a un Prensista que estuvo por aproximadamente 3 meses teniendo que retirarse por problemas disciplinarios, quien lo

reemplazo fue Luis Campoverde, y en la medida de lo posible Xavier C. se ha mantenido instruyéndose en el manejo de la máquina.

Los sistemas de esta máquina de mojado, el registro y la continuidad del agarre del papel, fueron finalmente superados, logrando ubicar dentro de la maquina donde se produce el problema y poder en la mayoría de casos solucionar sin mayor complicación, se prevee un mantenimiento para inicios de 2015 en los que se deberá completar algunos rodillos de la batería, tanto entintado como de mojado, ya que los que vinieron en la maquina estaban a medio uso. Revisión, limpieza y reajuste general de todos los sistemas.

Las dos máquinas GTO se han mantenido con una producción estable, sin embargo en los meses de julio y agosto, presentó la GTOz un problema de registro que no logra superarse con calibración mecánica, por lo que fue necesaria contratar a un técnico para dar solución al problema. Se tuvo que invertir una considerable cantidad para solucionar este problema, detalle en cuadro más adelante. Se logró corregir el registro de la máquina. Quedando planificado un mantenimiento exhaustivo a inicio de 2015, que incluye cambio de baterías (rodillos) y algunos repuestos, como rodamientos, pinzas, etc,. además de la limpieza y recalibración de todos los sistemas.

En el caso de la GTO PM, aunque se mantuvo operativa sin mayores contratiempos, también se hizo algunas reparaciones y cambios de repuestos. Se debe hacer un mantenimiento general a inicios de 2015.

Aunque no tenemos una máquina de 4 colores, abastecen bastante bien con esta configuración de 2 máquinas de igual formato, obviamente el costo es mayor por tener 2 prensistas en lugar de uno, y en cada trabajo tiempos de secado entre una y otra máquina, hablando comparativamente frente a nuestro competidor que tiene máquinas de 4 colores.

Con la puesta en marcha de la Roland, se agudizó el problema del abastecimiento de placas, las 4 máquinas requieren un flujo alto de placas, por lo que se vio la necesidad urgente de contratar un segundo diseñador, que además de preprensa nos hemos enfocado en ofrecer también servicio de diseño, así el impacto de este rubro se reduce. Pero el resultado de mantener las maquinas con el suministro adecuado de placas es excelente, hemos reducido en más de un 80% los tiempos muertos de maquina por no tener las placas a tiempo comparado a 2013.

Dentro de sus limitaciones, la KORD nos ha apoyado en trabajos sencillos de uno o dos colores, donde no existen fondos, ni un requerimiento de calidad mayor, además de que la maquina está en capacidad de hacer hendidos y/o perforados, aprovechándola al máximo su capacidad, la misma que tiene que hacerse una reparación importante y urgente dentro de 2015, que consistiría en desarmar el 80% de la máquina, con el consiguiente costo y tiempo, sin embargo es una maquina confiable y será de gran ayuda tenerla operativa, cabe recalcar que se capacitó un prensista durante el 2014 y este momento está 100% preparado para los trabajos que esta máquina elabora.

En cuanto a los mantenimientos preventivos y correctivos en la producción y costos que se detallan a continuación:

MANTENIMIENTO PREVENTIVO Y CORRECTIVO MAQUINAS 2014			
MAQUINA	REP., MAQ., TECNICO	ASISTENCIA LUIS C. APROX.	TOTAL
GTO 52-2 PM 2002	$ 1,523.00	$ 222.90	$ 1,745.90
GTO 52-2 1988	$ 2,695.32	$ 394.47	$ 3,089.79
KORD	$ 763.00	$ 111.67	$ 874.67
GUILLOTINA POLAR	$ 175.60	$ 25.70	$ 201.30
PLASTIFICADORA	$ 430.14	$ -	$ 430.14
ENCOLADORA	$ 555.63	$ -	$ 555.63
ROLAND 200	$ 4,789.63	$ 700.99	$ 5,490.62
TOTAL	$ 10,932.32	$ 1,600.00	$ 12,532.32

En este año 2014, ha sido más notoria la tendencia anunciada en comparación a años atrás respecto a decremento de trabajos en altos tirajes, volviéndose más numerosos los pedidos pequeños que reemplazan a los medianos y grandes. Hemos podido constatar que existe la tendencia que presiona a reducir sustancialmente los volúmenes impresos, dando lugar a la era digital en promoción de productos y servicios, o tecnología de impresión Láser. Producir pedidos de bajo tiraje es menos rentable producirlos en Offset en comparación con los trabajos de gran tiraje. En algunos casos competimos con la imprenta digital, que es una tecnología exclusivamente para bajos y medios tirajes, que no puede competir con Offset, la impresión láser es un excelente complemento abarcar todo el espectro de volúmenes cubriendo los pedidos de bajo tiraje, a su vez se puede ver un gran potencial como una linea de negocio complementaria.

Respecto a los Acabados: hemos continuado con mantener los puntos de armado y procesos manuales en diferentes localidades de la ciudad, evitando así la congestión de material y saturación de espacio dentro de la planta, siendo uno de ellos la Cárcel de Mujeres, sin que se genere una relación de dependencia, evitando así contratar más personal, lamentablemente la cárcel fue trasladada a Turi, con nuevas y estrictas medidas de seguridad y restricciones por lo que aún nos encontramos tramitando y viendo la posibilidad de continuar con esta modalidad, quedándonos todavía con dos puntos de armado en diferentes partes, es importante buscar nuevas alternativas.

La plastificadora se ha mantenido en constante operación. Representa hoy una parte fundamental de la producción puesto que el acabado de plastificado sigue teniendo una gran demanda. Como se mencionó anteriormente el servicio de esta máquina es más atractiva si cuenta con el equipo complementario de Selectivo UV Brillante, tanto para nosotros que aun tercerizamos el servicio como para nuestros dos clientes aliados, que podemos ofrecer un servicio de terminados completo. En nuestro caso podemos aumentar la rentabilidad de los trabajos que solicitan este servicio (selectivo UV), que representan de un 10% a un 20% aproximadamente, donde predominan los packs, catálogos, carpetas, libros, etc.

Solamente Editorial Don Bosco con quien hemos mantenido una estrecha relación nos ha sugerido la adquisición de este equipo, pues están buscando mejores alternativas de proveedores, a su vez se nos proporcionó su presupuesto para estos dos rubros en 2014 que fue:

PLASTIFICADO	$ 42.000
UV SELECTIVO	$ 28.000

Se pretende participar para que al menos un 40% de estos dos valores tanto Plastificado como Selectivo UV lleguen a Colormova, aprovechando este fuerte nexo por ser Alianza Estratégica, y que ventajosamente existen contados oferentes, por lo que la percepción de la calidad del servicio es pobre y capacidad insuficiente. Este proyecto está destinado en recuperar esa participación en este servicio que en 2013, nos disminuyeron drásticamente por no contar con este equipo complementario limitándose únicamente para los productos con plastificado.

En relación a la Encoladora, nuevamente se ha mantenido operativa durante todo el año. Con esta máquina, de uso interno, ahorramos mensualmente una factura de aproximadamente de $400 a $500. Cabe recalcar que tener el equipo dentro de la imprenta, favorece la producción, en tiempos y en costos.

En el caso del CTP, hemos comprobado que el servicio durante 2014, logramos reducir los tiempos muertos de las maquinas, debido a que contamos con 2 diseñadores que a diferencia de 2013 que se incrementó moderadamente los tiempos muertos de máquinas y prensistas, que deterioró la percepción en el servicio y ocasionándonos retrasos en la producción y por ende generando un incremento en el costo, en años posteriores se tendrá que pensar en la adquisición de este equipo.

En la siguiente tabla podemos apreciar la información desde 2010:

PROCESOS TERCERIZADOS												
	2010			2011			2012			2013			2014		
Placas Finalizadas CTP	$ 24,175	43.90%		$ 20,576	78%	$ 37,895	46.94%		$ 23,479	32.42%		$ 36,245	50.21%	
Impresión OFFSET						$ 10,498	13.00%		$ 24,595	33.96%		$ 17,880	24.69%	
Servicio de Impresión Laser						$ 2,624	3.25%		$ 2,932	4.05%		$ 3,263	4.51%	
Servicio Troquelado	$ 4,030	7.30%		$ 6,143	23%	$ 8,797	10.90%		$ 8,214	11.34%		$ 3,165	4.37%	
UV Selectiva	$ -	0.00%		$ 17,127	65%	$ 4,189	5.19%		$ 3,165	4.37%		$ 3,125	4.32%	
Troquel	$ 3,837	7.00%		$ 4,300	16%	$ 2,212	2.74%		$ 3,658	5.05%		$ 3,062	4.23%	
Servicio Locado UV	$ 2,648	4.80%		$ 2,267	9%	$ 5,389	6.68%		$ 2,548	3.52%		$ 3,045	4.20%	
Numerado y Perforado	$ 540	1.00%		$ 266	1%	$ 96	0.12%		$ 458	0.63%		$ 703	0.97%	
Doblado dip/trip/pleg	$ 445	0.80%		$ 115	0%	$ 260	0.32%		$ 1,930	2.66%		$ 590	0.81%	
Pegado de Cajas	$ 506	0.90%		$ 220	1%	$ 2,606	3.23%		$ 822	1.13%		$ 569	0.79%	
Servicio de Fotocomposición	$ 584	1.10%		$ 972	4%	$ 1,349	1.67%		$ 412	0.57%		$ 556	0.77%	
Handalp, Barnizado, Repujados	$ 2,999	5.40%		$ 192	1%	$ 3,880	4.81%		$ 132	0.18%		$ 96	0.13%	
Refilado y Afines	$ 216	0.40%		$ 1,400	5%	$ 836	1.04%		$ 85	0.12%		$ 7	0.01%	
Servicio Plastificado	$ 15,066	27.40%		$ 10,403	40%	$ 98	0.12%		$ -	0.00%		$ -	0.00%	
TOTAL	$ 55,048	100%		$ 24,277	100%	$ 80,728	100%		$ 73,436	100%		$ 72,428	100%	

Aunque la impresión láser se tercerizó siempre, no tenemos registros hasta 2012 por no haber sido muy relevantes, por lo que se dividió la cuenta en 2 partes, offset y laser, para tener una mejor apreciación del asunto.

Las impresiones laser han ido incrementando desde 2012 con un aumento del 11% en 2013, y en un 10.14% en 2014, dentro de las cuales básicamente se encuentran catálogos, folletos, tickets, boletos, invitaciones, partes, etiquetas, diplomas, certificados, afiches, cartas o tarjetas, tarjetas de presentación, nemados, numerados, algún tipo de personalización, etc., y pruebas de color. Otros productos como los mencionados en cantidades más altas, conviene hacerlas en Offset, sin embargo si consideramos este volumen de pedidos, estimaría conservadoramente que podemos llegar a producir de 1000 a 2000 impresiones A3 al mes. Por lo que sería conveniente retomar el proyecto para la adquisición de una Impresora Láser, que supla este requerimiento, mejorando nuestros tiempos, dejar la dependencia con el proveedor, y crear una línea paralela de negocio de la imprenta.

2.3 MERCADEO

El enfoque de 2014 se basó en la misma estrategia de fidelización de clientes y rescatar clientes que dejaron de trabajar con Colornova, utilizando el recurso en donde priman las relaciones, enfocados en cumplir con excelencia.

Además de buscar y contratar un vendedor que pueda encargarse de buscar, contactar, visitar y permanentemente mantener el contacto con los clientes, buscar nuevos nichos, nuevos productos, etc., procurando competir con más agresividad.

Se da seguimiento a las ofertas enviadas, y enfocándonos en el cierre de ventas, lo que nos ha seguido dando un buen resultado, desde cotizaciones.

Se ha procurado mantener y mejorar la relación cliente-imprenta, se lo ha mantenido haciendo de una manera personalizada, oportunamente cuando lo han requerido. Hemos percibido una favorable respuesta, retroalimentados por los mismos clientes, el hecho de que la Gerencia se tenga un estrecho.

2.4 INVERSIONES

En 2014 se realizó la inversión de una camioneta Nissan Frontier del año 2012 con un costo de $18.000, con un 25.000Km de recorrido, además una computadora Mac para diseño de características en un precio de $2.500+iva.

CUADRO SUGERIDO DE EQUIPOS POR PRIORIDADES 2014			
EQUIPO	AÑO SUG. COMPRA	COSTO APROX. VALORES ENTRE	
UNIDAD DE LACADO SELECTIVO UV	2015	$ 18.000	$ 35,000
IMPRESORA LASER XEROX	2015	$ 20,000	$ 35.000
DOBLADORA CAPACIDAD MEDIA	2015	$ 2.000	$ 4,000
MOTO DE REPARTICION Y MENSAJERIA	Por definir	$ 1.500	$ 3,000
COMPUTER TO PLATE SYSTEM CTP	Por definir	$ 60.000	$ 80,000
PARA DAR EL SIGUIENTE PASO SE REQUIERE TENER UN LOCAL PROPIO			
GUILLOTINA AUXILIAR POLAR	Por definir	$ 12,000	$ 18,000
OFFSET HEIDELBERG SM52-5 COLORES	Por definir	$ 140.000	$ 320,000
DOBLADORA INDUSTRIAL	Por definir	$ 10.000	$ 13,000
TROQUELADORA	Por definir	$ 25,000	$ 35.000
PLEGADORA DE CAJAS	Por definir	$ 35.000	$ 80,000
TUNEL DE SECADO DE LACA UV	Por definir	$ 15,000	$ 28,000

- Existe la oportunidad ahora de adquirir el Equipo de Selectivo UV, gracias a la coyuntura de EDB de complementar el servicio de acabados de Plastificado con el Selectivo UV, que son procesos complementarios, extensible para nuestro uso y para Grupo Grafico, con quien mantenemos la Alianza estratégica desde hace 6 años, además les proveemos actualmente de servicio de plastificado. Contamos con el espacio disponible por tratarse de un equipo integral, compacto y completo. Se requiere una persona capacitada para operar, la que deberemos contratar, sin embargo el resto de personal de acabados deberán aprender el proceso, aplicando el mismo método que nos ha dado buen resultado, usado para plastificado y encolado.
- Considerar la alternativa de negocio se presenta una impresora láser, que permita: Una oportunidad de un negocio que está iniciando, aprovechando el decremento en los volúmenes de algunos trabajos. Infraestructura disponible inmediatamente (buena ubicación, espacio físico, dep. de diseño, diseñadores, clientes, etc.), proveer al cliente de un servicio de impresión completo, aprovechar el posicionamiento en el mercado de Colornova,

3.- ASPECTOS LABORALES

3.1 LABORAL

Al cierre del año 2014 la compañía cuenta con 15 empleados contratados con las siguientes novedades:

- Presentó la renuncia de dos de los prensistas, Danilo C en julio 2014, trabajaba desde abril de 2010 y Xavier C, en marzo 2014, él está desde 2007, como resultado de su ausencia se mejoró el ambiente de trabajo, que comenzó a deteriorarse desde 2013, en ambos casos fue con la debida renuncia y se los liquidó sin novedad.
- Xavier fue contratado nuevamente el 1° de mayo de 2014.
- Presentó la renuncia el Guillotinero y encargado de Bodegas e Inventarios, el 22 Septiembre el Sr. Mauricio O. quien renunció y se lo liquidó sin novedad.
- En el area de Guillotina y Bodegas de Materia Prima hemos tenido también alta rotación, luego de Mauricio O. ingresó Andres M (entra 1 oct 2014 y sale 15 dic), quien permaneció menos de 3 meses por asuntos de disciplina, también se finiquitó la relación sin novedad.
- Se contrató a un prensista, para el manejo de la Roland, Joselo O. (ingresa 1 octubre y sale 15 dic, renunció y se liquidó sin contratiempo.
- El vendedor Renato M. ingreso el 20 de septiembre y renunció los primeros días de diciembre, se lo liquidó sin novedad el 15 de diciembre.
- Las novedades más importantes de dieron en el departamento de diseño, donde P.A estuvo a cargo del mismo, pero con gran retraso y saturación en los trabajos, por ende retraso en las placas, por ello se buscó una persona que refuerce esa area y se contrató a Fernando Q. que ingreso en 2013 y sale en febrero 2014, sin embargo y pese a que estuvieron 2 personas en diseño, los retrasos se mantuvieron, por lo que presentó la renuncia PA en agosto 2014, y quedo FQ a Cargo, quien poco después en noviembre 2014, también presento la renuncia. Esto provocó un serio problema en la producción por lo que se contrató a un nuevo diseñador Juan R. quien permaneció 1° octubre hasta últimos días de noviembre (liquidado el 12 ene 2015), abandonando su puesto de trabajo sin querer entregar ni asumir las responsabilidades del mismo, cabe recalcar que finalmente se finiquitó el contrato sin más contratiempos. Nuevamente se buscó sustitutos y se contrató a Franklin R. desde el 1 diciembre y posteriormente se contrató a Fernando M. quienes han demostrado conocer y tener experiencia en el área de Preprensa, con quienes hemos logrado poner en orden el departamento de Diseño y actualmente ellos siguen trabajando con normalidad. Cabe acotar que en todos los casos se cumplieron con los finiquitos sin ningún inconveniente.

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	AL CIERRE 2010	AL CIERRE 2011	AL CIERRE 2012	AL CIERRE 2013	AL CIERRE 2014
Personas Contrato Plazo Fijo	9	9	14	12	14	16	15
Personas Contrato por Horas	-	-	0	0	0	0	0
Personas Tercerizada	-	-	0	0	0	0	0
Personas Intermediarios	-	-	0	0	0	0	0
TOTAL	9	9	14	12	14	16	15

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 2014 se han realizado mejoras e implementaciones en la parte administrativa, respecto los siguientes puntos específicos:

- Al igual que en 2013, trabajamos con la finalidad de continuar con el compromiso del personal y en una relación de ganar-ganar, proponiendo retos y desafíos del equipo y comprometiéndonos con la finalidad de cumplirlos, trabajando por metas y visión común claras donde todos participan y pertenecen, sin embargo no hemos logrado llegar a cumplir esta meta en su totalidad, habiendo alcanzado un 70%, y pese a que se ha trabajado en esta área, todavía quedaron algunos factores como presión por activar a la Roland daños en máquinas, cortos plazos de entrega, etc., han influido a que el equipo se vea presionado y frustrado en algunas áreas, deteriorando el ambiente de trabajo.
- Respecto al Sistema Contable, no logramos superar los inconvenientes de automatización de los costos en nuestras bodegas, situación que nos mantenía en constante y permanente revisión de la información, destinando un 70% del tiempo de la Aux. Contable en estas infructíferas tareas, descuidando otras tareas, o cargando y encargando de otras a Cotizaciones, Logística y Gerencia. Finalmente se optó por eliminar el módulo de costos desde octubre para hacerlo manualmente, aunque se logró que el proceso de control de inventarios sea más manejable y reducido en tiempo, coincidió con la salida del Guillotinero que estaba a cargo de los inventarios físicos además de las vacaciones de Luis Campoverde, (quien estuvo a cargo antes de Mauricio) lo que provocó acumulación en los procesos. Se buscó rápidamente un sustituto que comenzó a adiestrarse y preparase, pero por problemas de conducta se tuvo que prescindir de él y buscar otro sustituto. En la búsqueda de este segundo sustituto el volumen de pedidos y trabajos aumentaba por lo que tuvimos 2 aprendices más, sin tener el tiempo y la disponibilidad de entrenar y discipularlos por la gran cantidad de trabajo en el que nos encontrábamos. Ninguno permaneció, su aporte fue básicamente en guillotina mas no en inventarios, por lo que Luis Campoverde en su limitado tiempo estuvo a cargo.
- Hemos mejorado en relación a 2013 el orden y la coordinación logística de procesos tercerizados, despachos, traslados de material y productos, logrando mejores tiempos, tratando de mantenernos siempre en contacto y controlando el proceso lo que está a nuestro alcance, sin embargo, aún persiste el problema del incumplimiento de los tiempos ofrecidos y en algunos casos deficiencia en la calidad del producto (selectivo UV), aumento nuestros tiempos de producción y provocando los inconvenientes del caso. Una vez más, el dejar la dependencia de ellos aliviaría nuestros procesos.
- A diferencia de 2013, donde se lograron sustanciales rebajas y descuentos en la materia prima y servicios, este 2014 se tomó en una permanente negociación de aumentos en el plazo del crédito, logrando con todos los proveedores hasta 120 días de crédito, esto afectó a la rentabilidad por que aceptaron nuestra propuesta de crédito pero no de lograr considerables descuentos por volumen de compra.
- Cabe mencionar que luego del cálculo actuarial en relación al periodo 2014, los valores de Jubilación Patronal tuvieron una disminución respecto a 2013 de USD 8.301,52 por la reversación del cálculo por Jubilación Patronal del Gerente, debido a que por tener la condición de mandatario, no tendría acceso al cobro de este rubro, situación que resulta desfavorable para el gerente.

Aunque existe la posibilidad de en las reformas laborales para el año 2015 este cálculo sea cambiado y que permita el beneficio al gerente.

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

El resultado del periodo 2014 fue de USD 6.206. Considerando que de este valor se provisiona el pago de los trabajadores que es USD 930.84 y el pago del Impuesto a la renta del ejercicio, que en 2015 se tendrá que cancelar USD 4994.70 que es la tercera cuota del anticipo a la Renta calculada en el año 2013.

RESULTADOS								
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
RESULTADO ANUAL	($ 2,430)	$ 7,185	($ 3,528)	$ 14,160	$ 17,905	$ 78,430	$ 45,312	$ 6,206

5.2 PATRIMONIO

Al cierre del año 2014 la compañía registra un patrimonio que asciende a 218.310 registrando un decremento del 1.2%: por lo que se debe cubrir la cuota del anticipo del impuesto a la renta calculado con los estados financieros del 2013.

PATRIMONIO								
	AL CIERRE 2007	AL CIERRE 2008	AL CIERRE 2009	AL CIERRE 2010	AL CIERRE 2011	AL CIERRE 2012	AL CIERRE 2013	AL CIERRE 2014
PATRIMONIO	$ 30,070	$ 44,637	[illegible]	[illegible]	$ 98,456	$ 126,877	$ 221,030	$ 218,310
% VARIACION		49.0%	2.0%	8.6%	-0.1%	28.6%	39.1%	-1.2%

6. OBJETIVOS Y RECOMENDACIONES

1. Viabilizar la compra de la máquina de acabados de selectivo UV, con un costo de $25.000 ya instalada, complementando el servicio de acabados, considerando que tenemos la ventaja de que las imprentas con quienes tenemos alianzas estratégicas requieren una mejora del servicio que reciben de selectivo UV, al tratarse de que son 3 proveedores (calificados por ellos: El Traquel, Marlene Jara e IMM) en Cuenca los que lo tienen.
2. Hacer un mantenimiento Correctivo y Preventivo a fondo, a todas las maquinas dentro de un cronograma que permita seguir operando y cumpliendo pedidos, aunque tomará más tiempo de lo que usualmente toma y el costo será más alto es importante que las maquinas garanticen fiabilidad y su óptimo funcionamiento, entregando impresiones de alta calidad, y más que nada evitando al máximo las interrupciones y paradas en la producción, que en 2014 fue un factor adverso que provocó algunos retrasos y problemas.
3. Levantar un departamento de ventas con uno o dos vendedores quienes dinamicen las ventas con objetivos alcanzables y logro de resultados, busquen más clientes y nuevos nichos, fortalezcan la relación con algunos clientes actuales.
4. Considero fundamental continuar mejorando el ambiente de trabajo, con el objetivo lograr una comunicación eficaz, cooperación ante los desafíos de todo el equipo, mejorar nuestra respuesta productiva frente a gran volumen de trabajos y cortos plazos. Además, consideramos la posibilidad de continuar adiestrando aprendices en prensa y que dentro del equipo de acabados todas puedan manejar cualquiera de las maquinas disponibles y las que estén por

venir. Identificar puntos débiles dentro de los procesos para reforzar a través de capacitación interna.

5. Replantear la distribución de las máquinas y prensistas, procurando que puedan rotar de máquina, familiarizarse con cada una, así ir ganando experiencia que permita mayor flexibilidad y capacidad, lograr tener siempre disponible un reemplazo en caso de ausencia de un prensista, paralelamente se formalizará la planificación semanal y/o diaria con el personal de Prensa y Acabados, con el objetivo lograr cumplir eficazmente las fechas de entrega ofrecidas.
6. Continuar con el adiestramiento y perfeccionamiento de Edgar en la KORD, con miras a que a en un corto plazo aprenda y se instruya en la GTO y pueda aportar en la producción con más flexibilidad al poder rotar de máquina.
7. Viabilizar el proyecto inicial de la Impresora Láser dentro del año 2015, esto logrará reducir el costo por tercerizar este servicio, además de ahorro en tiempo de mensajería y recursos como furgón o taxi, disminuyendo el tiempo de respuesta al cliente.
8. Continuar buscando negocios de contratos grandes y de gran volumen similares a los elaborados en 2012 (300mil packs B&W y 2013, 166mil packs William Lawson's), que fueron los que aportaron significativamente esos dos años, a través de nuestras alianzas estratégicas con otras imprentas.
9. Continuar y seguir creando nuevos conceptos de negocio o productos, los que podamos desarrollar, persiguiendo mayor rentabilidad.
10. Continuar y potenciar la estrategia de "Excelencia de Servicios", personalizado, con asesoría, oportuna, para los clientes por parte de todos los miembros del equipo.
11. Buscar opciones de negocio que generen contratos de trabajo por tiempo definidos y frecuentes.
12. Procurar minimizar la dependencia con proveedores de servicios tercerizados, como: Placas, Impresiones Laser, Selectivo UV, Troquelado y Doblado, procurando que los procesos puedan elaborarse en Colormova, esto nos ayudará a mejorar nuestra rentabilidad y ser más eficientes en nuestros procesos, reduciendo los tiempos de entrega, además seguir intentando conseguir y atraer a otras imprentas y poder brindar los servicios de acabados, que por motivos de celo profesional no hemos tenido la mejor apertura de su parte.
13. Participar de las ferias y eventos de la industria gráfica a nivel internacional, con la finalidad de conocer tendencias de mercado y nuevas tecnologías para mejorar los procesos y establecer contactos y acuerdos con posibles proveedores.
14. Reforzar y gestionar más efectiva la recuperación de cartera, percibimos una situación de iliquidez general, que particularmente en 2014 nos afectó y nos mantuvo con un flujo apretado.
15. 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, una vez más, la dependencia con los proveedores tradicionales de procesos tercerizados que la compañía los podría manejar.

7. CUMPLIMIENTO DE NORMAS

La empresa durante el periodo 2014 ha cumplido con todas las normas referentes a propiedad intelectual y derecho de autor.

INFORME DE GERENCIA PERIODO 2014
COLORNOVA CIA. LTDA.

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 2014, tal como estipulan los estatutos de Colornova y lo establecido en la Ley, poniendo a disposición de los accionistas.

1.- ENTORNO ECONOMICO

Ecuador cerró el 2014 con una inflación de 3,67% anual, lo que representa un incremento frente al 2,70% registrado en el 2013, según diario El Comercio.

En el 2014 el salario básico tuvo un alza a 340 dólares, es decir 22 dólares más al establecido en el 2013 que fue de USD$ 318.

La CEPAL prevé que el crecimiento económico de Ecuador en 2015 será del 3,8%, dos puntos menos al pronóstico de este año que fue del 4%.

El salario digno para el año 2014 se estableció en USD 397.

El costo de la canasta básica familiar cerró el 2014 con un precio de US$646.3, frente a La Canasta básica del año anterior que se ubicó en US$620.86 a diciembre de 2013.

La facturación electrónica obligatoria entró en vigencia desde el 2014, para las empresas que se califican como contribuyentes especiales siendo las que contrataban en un 70% a 80% de la facturación impresa a nivel nacional, afectando en un 30% a 50% el presupuesto de ventas de muchas imprentas,

2.- CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

En este periodo no se lograron los objetivos de venta y producción, alcanzando un 85% del objetivo inicial. A su vez el nivel de rentabilidad estuvo muy por debajo de lo proyectado, debido a algunos aspectos importantes que vale la pena mencionar y conocer.

- La facturación electrónica si bien es cierto que Colornova no ha incursionado ofreciendo este producto, el 90% de nuestros competidores a nivel local y nacional si lo han hecho, por lo que hemos sentido en 2014 particularmente una competencia muy agresiva, por la sobreoferta en nuestra misma gama de producción, afectando seriamente los precios del producto, disminuyendo significativamente la rentabilidad.
- Los medios promocionales impresos a medios digitales fue un rubro inexistente en 2014, lo que en 2013 fue un producto muy importante, como por ejemplo los insertos de B. Pichincha de las tarjetas de crédito, en 2014 se enviaron digitalmente junto con el estado de cuenta. Se producían bimensualmente 500 mil flyers en 2013. De igual manera banco del Austro este año optó por hacer su promoción por vía digital, y no produjeron los boletos de su campaña, que en 2013 resulto un pedido de 6 millones de boletos, con un monto estimado de 22 mil dólares.
- La máquina Roland 200 entro en funcionamiento a mediados de septiembre de 2014 a su máxima capacidad luego de corregirse algunos errores y desperfectos en sus diferentes mecanismos, considerándose que tomo más tiempo comparada a las otras máquinas por ser una tecnología nueva para nosotros y diferente a las otras maquinas.

- El ingreso de El Telégrafo y El Comercio al segmento corporativo a nivel nacional, algunos de los cuales son clientes de Colornova, con precios de venta muy bajos, lo que nos ha dejado fuera de competición.
- El incremento de máquinas de 4 colores en imprentas locales, como BG OFFSET, Arte y Diseño, Editores del Austro, Grafisum (próximamente en marzo de 2015 con una segunda máquina de 4 colores tamaño 70x100), entre otras, hemos podido sentir una fuerte presión ante la gran oferta y bajos precios.
- Entre otras dentro de producción como una alta rotación y deserción del personal, especialmente en diseño, en menor incidencia en ventas, prensa y guillotina, y por ende control y manejo de inventarios, el programa contable y el módulo de costos, lo particularmente difícil que fue 2014 respecto a recuperación de cartera, etc.

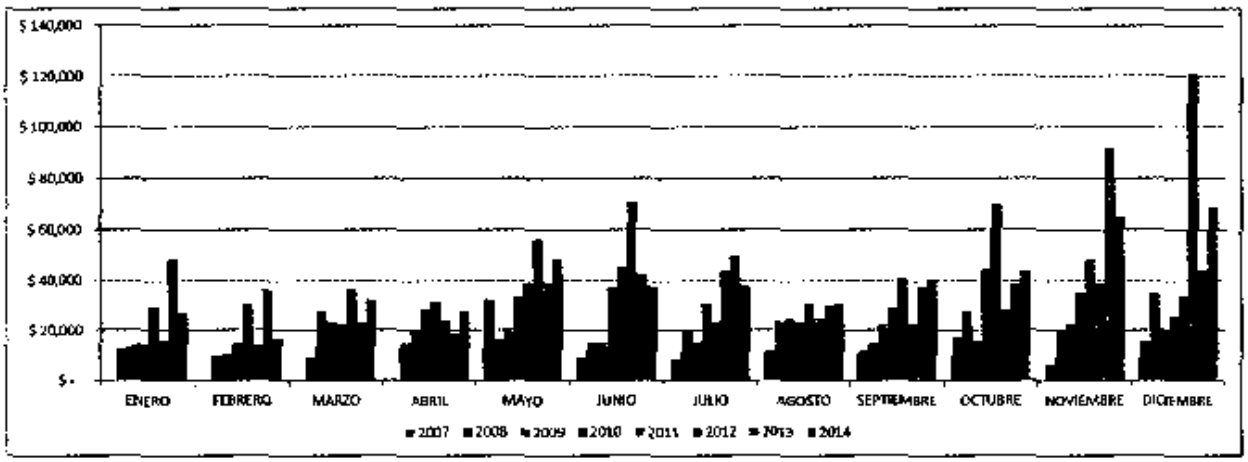
2.1 VENTAS

El año 2014 el patrón y comportamiento de la curva de ventas fue predominantemente atípica, matizado por un comportamiento lento y pasivo. Gran parte de las empresas se mantuvieron en un ambiente de incertidumbre y austeridad, con notables reducciones en sus presupuestos comparado a periodos anteriores.

El mes de abril, mayo, junio y julio, (mayo hubo una producción mediana de Packs B&W), y que son meses de gran movimiento, y financieramente de recuperación, los volúmenes de venta se mantuvieron muy por debajo de lo programado. De igual manera los meses de septiembre, octubre y primera semana de noviembre, se mantuvieron *inusualmente estáticos, demanda casi inexistente*, compiliendo y peleando contratos con buenas ofertas, lo que ocasionó que en algunos casos, otras imprentas bajen su precio a niveles incompetibles obligándonos a retiramos del negocio. Este comportamiento fue general, tanto colegas como proveedores locales y *nacionales que manifestaron* su inconformidad en el cumplimiento de metas.

La recuperación inicia desde noviembre, que fue donde inicia la temporada, acortándose el periodo a menos de dos meses, en todos los años anteriores este inicio se percibía desde fines de agosto hasta mediados de septiembre. La producción en esta temporada se caracterizó por los limitados y cortos plazos de entrega, sin embargo se logró facturaciones considerables en noviembre y diciembre, de $64.759 y $68.905 respectivamente, aliviando parcialmente el panorama del periodo.

El cuadro a continuación *muestra el historial comparativo de ventas desde 2007.*



Aunque se gestionó el reclutamiento de vendedores con experiencia en imprenta, no logramos concretar con ellos, nos ha sido difícil encontrar un buen prospecto.

En agosto ingresa el vendedor paralelamente con la proyección de la puesta en marcha de la Roland 200, quien no tenía experiencia ni conocimiento de imprentas, por lo que se le capacitó sobre la marcha y se realizaron algunas visitas conjuntas. Se mantuvo en la empresa menos de 3 meses, una oferta de estudio interrumpió su gestión, aunque no llego a cumplir las metas de venta, aportó con algunos clientes concretando algunas ventas, sin embargo estuvo lejos de cumplir la meta de venta.

Se logró conseguir finalmente la cuenta de Embotelladora Azuaya con unos packs de *Ron 2300* y Vodka Myst. Lamentablemente no se logró cerrar dos contratos importantes, 30 mil Packs de Whisky Black Castle, elaborado anteriormente por IMM, por una contraoferta de última hora y un contrato de 150mil packs de Whisky William Lawson's por un algunos inconvenientes suscitados en 2013 en la entrega del producto.

En cuanto a la cuenta con Almacenes Juan *Eljuri, se registró una disminución* significativa en el volumen de venta, afectó en gran parte por la Ley de Comunicación en vigencia, que prohibió todo material POP exhibido en tiendas y/o lugares cercanos a escuelas y colegios. Dicho material tales como Afiches, Colgantes, Vibrines, Preciadores, Rometraficos, etc., significó una reducción muy importante en *nuestras ventas, comparado* a 2012 y 2013, siendo en 2012 de $255 mil, representando el 51.43% de las ventas, $176 mil en 2013, que representó un 35.26% de las ventas y $86.788 que representa un 17.39%, ubicando a Zoegraf en el primer puesto.

CUADRO COMPARATIVO VENTAS 2012 - 2013 - 2014								
CLIENTE	VENTAS 2012	%	VENTAS 2013	%	VENTAS 2014	%
ZOEGRAF	$ 58,356	11.77%	$ 80,127	16.05%	$ 89,854	18.00%
ALMACENES JUAN ELJURI	$ 254,952	51.43%	$ 175,982	35.26%	$ 86,788	17.39%
ELECTROEXITO	$ 1,033	0.21%	$ 1,298	0.26%	$ 38,135	7.64%
INDUSTRIAS MOTORIZADAS	$ 20,654	4.17%	$ 26,563	5.32%	$ 39,492	7.91%
EDITORIAL DON BOSCO	$ -	0.00%	$ 3,336	0.67%	$ 51,253	10.26%
CENTRO CRISTIANO DE CUENCA	$ 10,054	2.03%	$ 15,076	3.02%	$ 18,523	3.71%
HELADERIAS TUTTO FREDO	$ 8,579	1.73%	$ 22,452	4.50%	$ 16,454	3.30%
COSMICA	$ 3,806	0.77%	$ -	0.00%	$ 10,642	2.14%
KERAMICOS	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 10,563	2.12%
INDUANTMOTOS	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 10,253	2.05%
CLASIFICADOS SP	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 9,532	1.91%
DINERS CLUB	$ -	0.00%	$ 5,825	1.17%	$ 9,326	1.87%
BCO DEL AUSTRO	$ 22,365	4.51%	$ 18,597	3.73%	$ 8,963	1.80%
MA&M	$ 5,460	1.10%	$ 1,330	0.26%	$ 8,796	1.76%
CELYASA	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 7,687	1.54%
COLEMUN	$ -	0.00%	$ 40,236	8.06%	$ 5,734	1.15%
LICEO CRISTIANO	$ 3,470	0.70%	$ 3,569	0.72%	$ 5,372	1.08%
KARNATAKA	$ 13,229	2.67%	$ 4,033	0.81%	$ 5,145	1.03%
VIARTTEN GROUP	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 4,893	0.98%
REPYCOM	$ -	0.00%	$ 20,426	4.09%	$ 4,366	0.87%
MIRASOL	$ 35,622	7.19%	$ 4,569	0.92%	$ 3,877	0.78%
IMP. JAHER	$ 9,712	1.96%	$ 420	0.08%	$ 3,799	0.76%
IMPORIADORA ROLORTIZ	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 3,434	0.69%
UNIVERSIDAD DE CUENCA	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 3,356	0.67%
RED MANGROVEN	$ 5,960	1.20%	$ 2,804	0.56%	$ 3,324	0.67%
COOP ALFONSO JARAMILLO CAJA	$ 2,039	0.41%	$ -	0.00%	$ 3,311	0.66%
EMBOTELLADORA AZUAYA	$ 1,907	0.38%	$ 3,950	0.79%	$ 3,103	0.62%
SOCELEC	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 3,090	0.62%
QUEZADA JOSE ANTONIO	$ 3,980	0.80%	$ 3,006	0.60%	$ 2,938	0.59%
DRACMA	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 2,729	0.55%
AZUAY NUEVO MILENIUM	$ 2,106	0.42%	$ 2,376	0.48%	$ 2,707	0.54%
HOMEDEKO	$ -	0.00%	$ 2,647	0.53%	$ 2,692	0.54%
MARKETPRINT	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 2,553	0.51%
E&A BROKERS	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 2,512	0.50%
INDUGLOB	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 2,460	0.49%
CAMARA ECUATORIANA AMERICANA	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 2,423	0.49%
HOTEL RIONE	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 2,031	0.41%
ACOSTA MARIA GABRIELA	$ -	0.00%	$ 10,856	2.18%	$ 1,857	0.37%
COMPUFACIL	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 1,623	0.33%
C. RIALTO	$ 256	0.05%	$ 1,848	0.37%	$ 1,616	0.32%
SAUDEC	$ -	0.00%	$ -	0.00%	$ 1,494	0.30%
GUILLERMO VAZQUEZ JOYERIA	$ -	0.00%	$ 6,589	1.32%	$ 847	0.17%
GASGUA	$ -	0.00%	$ 18,542	3.72%	$ -	0.00%
BACARDI CENTROAMERICA	$ -	0.00%	$ 8,896	1.78%	$ -	0.00%
IGLESIA CRUZADA CRISTIANA	$ -	0.00%	$ 7,523	1.51%	$ -	0.00%
AXION PREVIA	$ 1,566	0.32%	$ -	0.00%	$ -	0.00%
TOTAL CUENTES FRECUEN.	$ 465,200	93.8%	$ 492,931	98.76%	$ 475,772	95.32%
OTROS	$ 30,507	6.2%	$ 6,177	1.24%	$ 12,017	2.41%
TOTAL VENTAS	$ 495,707	100%	$ 499,108	100.00%	$ 487,789	97.73%

Clientes Nuevos:

En 2014 se logró incorporar a nuestra lista de clientes: Cooperativa Multiempresarial, Cooperativa La Merced, Indurama, Induglob, Motricentro, Editorial Don Bosco, Multimotos, E&A Brokers, Publikarte, Keramikos, Viartten Group, MIPRO, Municipio de Cuenca – Dep. Tranvia, MP3, Hotel Rioné, Hotel Zahir, Hotel San Juan, Socelec, entre otras, si bien es cierto los montos no han sido significativos para este 2015 esperamos fidelizarlos y lograr mayores volúmenes de venta.

Clientes Recuperados:

Asimismo, se logró recuperar cuentas que por uno u otro motivo dejaron de trabajar con Colornova, como son el caso de: Comercial Jaher, Electroexito, CAJA, Clasificados SP, Arturo Zavala, Cámara de Comercio Ecuatoriana Americana, Diseo, etc., procurando mantener y reforzar la relación comercial.

Cotizaciones:

El año 2014 se caracterizó además por la tendencia de pedidos pequeños, de bajo volumen, que comparativamente son menos rentables que los pedidos más grandes. En comparación a 2013, en 2014 se elaboraron 3101 cotizaciones de las cuales fueron aprobadas 837 que representa una eficacia del 27.5%, en relación al 2013 que se elaboraron 2722 cotizaciones, aprobadas 708 que representa un 26.2%, representa un incremento de un 1.3%, lo mencionado podemos apreciar en el cuadro comparativo mes a mes a continuación, siendo el valor promedio por pedido en 2013 de $705 por pedido y en 2014 $583 por pedido, disminuyendo en un 17%:

MES	2013				2014			
	NO APROBADAS	APROBADAS	TOTAL	EFICACIA	NO APROBADAS	APROBADAS	TOTAL	EFICACIA
ENERO	157	45	202	22%	178	79	257	31%
FEBRERO	126	40	166	24%	133	53	186	28%
MARZO	251	75	326	23%	173	46	219	21%
ABRIL	219	62	281	22%	167	63	230	27%
MAYO	234	81	315	26%	180	77	257	30%
JUNIO	151	51	202	25%	333	71	404	18%
JULIO	109	52	161	32%	183	79	262	30%
AGOSTO	104	43	147	29%	145	59	204	29%
SEPTIEMBRE	115	48	163	29%	185	80	265	30%
OCTUBRE	233	82	315	26%	240	64	304	21%
NOVIEMBRE	190	95	285	33%	196	102	298	34%
DICIEMBRE	125	34	159	21%	151	64	215	30%
TOTALES	2014	708	2722	26.2%	2264	837	3101	27.5%

Vale la pena mencionar algunos puntos sobre las ventas, entre los cuales están:

- Hemos mantenido las alianzas estratégicas y mejorado condiciones de negocio con otras imprentas, tanto para el servicio de impresión en grandes tirajes, como en tercerización de servicios de acabados, como es el caso de Editorial Don Bosco, donde nos mantenemos trabajando mutuamente dando servicio de plastificado y también impresión en muy cortos tirajes, registrándose un importante incremento en ventas de esta cuenta.
- A diferencia de 2012 y 2013, no tuvimos pedidos significativos de gran volumen, que aunque resultan ser un desafío para la empresa y son muy rentables, se ha mejorado sustancialmente los procesos de esta modalidad de negocio, logrando mejorar el Know How, a través de alianzas con proveedores locales, evitando así movilizar grandes volúmenes a otras ciudades para obtener el servicio, esta modalidad representa una gran oportunidad para la empresa, en 2015 buscaremos más contratos de gran volumen.
- Se ha mantenido el nivel de negociación con proveedores, aprovechando los volúmenes de compra, generando más beneficios favorables, en precio y plazos de pago, aunque me atrevo a decir que hemos perdido terreno en este aspecto, debido a que hemos tenido dificultades con la liquidez, siendo un factor que no permite mejorar las condiciones de negociación, sin embargo se han mantenido las condiciones de negociación.
- Se ha intensificado la presencia de grandes imprentas como Grupo El Comercio y particularmente El Telégrafo, ambas con tecnología de máquinas rotativas, con capacidad de manejar grandes volúmenes en 24 y 48 horas, con

oficinas ya en Cuenca, con costos mucho más accesibles, a los que no hemos logrado igualar. El caso de clientes como Repycom (B. Pichincha, Produbanco y Cuotafácil), Comerical Jaher, entre otros. Sin embargo buscamos la posibilidad de una Alianza estratégica con El Telégrafo, con la distancia, prudencia y reservas del caso, para conseguir participar en pedidos de gran volumen donde la producción se hace en máquinas Rotativas. Esto nos dio la oportunidad de suplir un pedido a Electroexito de 150 mil revistas en 3 días, pese a que se han solicitado algunas cotizaciones, no hemos logrado concretar otros trabajos, sin embargo nos mantenemos reforzando esa relación comercial con El Telégrafo, con miras a generar pedidos más adelante.

MATERIAL DE RECICLAJE

Respecto al Reciclaje de Placas y Papel se registró una recuperación respecto al año anterior, aunque en placas no se incrementó el precio del aluminio, por falta de espacio, estética y orden del dpto. de diseño se decidió vender el material, se están buscando otros oferentes que requieran aluminio con el afán de mejorar el ingreso de este rubro. Los precios del papel y cartulina no han variado en relación al año 2013 y las ventas han registrado un incremento de un 16%. A continuación un cuadro comparativo los últimos 4 periodos:

INGRESOS RECICLAJE	2011	2012	2013	2014
VENTA DE PAPEL RECICLADO	1290.37	1392.92	943.44	1118.08
VENTA DE PLACAS RECICLADAS	191.95	738.8	102	717
VENTA DE PALLETS	0	0	6	0
VENTA DE CHATARRA	0	300	0	0
TOTAL	**1482.32**	**2431.72**	**1051.44**	**1835.08**

OTROS INGRESOS

En el cuadro a continuación se resume comparativamente de los últimos 4 periodos el comportamiento de los diferentes ítems, donde en 2014 se destaca el incremento de un casi 50 en servicio de Plastificado:

INGRESOS VARIOS	2011	2012	2013	2014
VENTA DE MATERIAL RECICLABLE	1290	1393	1051	1835
OPERCION FACTORING	3006	1754	7500	7265
SERVICIO DE IMPRESIÓN		563	800	5537
SERVICIO DE NUMERADO		115	220	0
SERVICIO DE PLASTIFICADO		1430	5268	25763
SERVICIO DE ENCOLADO		69	40	166
OTRO	192	739	2393	928
TOTAL	**4488**	**6062**	**17272**	**41494**

Esto se debe a que a través de un convenio entre El Telégrafo y Editorial Don Bosco, la sobre demanda que tiene El Telégrafo, es canalizada a Editorial Don Bosco, quienes a su vez tercerizan el servicio de Plastificado y Selectivo UV Brillante. De los cuales Colornova da servicio únicamente en plastificado, cabe acotar que los primeros meses del año 2104 tuvimos un alto volumen de este servicio y aunque todos los meses del año muestra un incremento en el servicio, otros proveedores de EDB, iniciaron una

estrategia disfrazada de queja-reclamo a EDB del plastificado de Colormova que dificultaba colocar el Selectivo UV Brillante, por lo que presionaron a que se les incluya el plastificado a dichos proveedores, dejando de trabajar con Colormova por no tener el servicio de Selectivo UV. EDB a su vez se mantuvo favoreciéndonos con el servicio de plastificado que no requería Selectivo UV. Por esa razón luego de junio no pudimos mantener el nivel de ventas del servicio. Esto originó la idea de comprar el equipo de Laca UV Selectivo y poder satisfacer a este cliente.

SERVICIO PLASTIFICADO				
MES	2011	2012	2013	2014
ENERO	$ -	$ 194	$ 1,294	$ 1,303
FEBRERO	$ -	$ 73	$ 495	$ 1,499
MARZO	$ -	$ 227	$ -	$ 3,920
ABRIL	$ -	$ 280	$ 15	$ 4,238
MAYO	$ -	$ 187	$ 355	$ 1,574
JUNIO	$ -	$ 206	$ 872	$ 5,674
JULIO	$ 733	$ 210	$ 773	$ 2,311
AGOSTO	$ 191	$ 282	$ 69	$ 1,130
SEPTIEMBRE	$ 601	$ 937	$ 214	$ 417
OCTUBRE	$ 319	$ 415	$ 310	$ 742
NOVIEMBRE	$ 561	$ 551	$ 691	$ 1,010
DICIEMBRE	$ 442	$ 464	$ 180	$ 1,946
TOTAL	$ 2,247	$ 4,027	$ 5,268	$ 25,763

También tuvimos un incremento importante en el servicio de impresión, a EDB que por 2 ocasiones imprimimos un libro de bajo tiraje, que para ellos significó una sobredemanda y por ser bajo tiraje les convenía elaborarlo en máquinas más pequeñas.

2.2 PRODUCCIÓN

El 2014 fue un año de muchos retos y con obstáculos. Principalmente por la alta rotación del personal registrada en este año y el tiempo que tomo la puesta en marcha de la Roland, que se mantuvo en pruebas y paradas, reparaciones y calibraciones de máquina. Tuvimos la renuncia de 2 prensistas: Danilo C. y Xavier C. En la que la renuncia permanente de Danilo provocó una mejora en el ambiente laboral. La renuncia de Xavier C. fue temporal pero saludable solicitando ser aceptado nuevamente a Colomova. Aceptamos su regreso con las condiciones y nuevas reglas del caso, terminando un año con buenos resultados de desempeño y compromiso, incluso aprendió a manejar la Roland.

La puesta en marcha de esta máquina nos han resultado costosas por el hecho de que Roland es una maquina con menos aceptación en el mercado Ecuatoriano que Heidelberg, lo que significa que no existen tan cercanamente y fácilmente disponibles repuestos, técnicos, prensistas, etc., lo que ha dificultado y retrasado el arranque de la misma.

Finalmente la maquina se logró poner en marcha en agosto, con excelentes resultados de impresión, rapidez y muy buen desempeño en cartulinas gruesas de hasta 390g (En la KORD máximo gramaje fue de 345g), se cumplir con éxito un pedido de cajas de pequeño y medio tiraje, con excelente calidad en los acabados.

En cuanto al manejo de la misma, se contrató a un Prensista que estuvo por aproximadamente 3 meses teniendo que retirarse por problemas disciplinarios, quien lo

reemplazo fue Luis Campoverde, y en la medida de lo posible Xavier C. se ha mantenido instruyéndose en el manejo de la máquina.

Los sistemas de esta máquina de mojado, el registro y la continuidad del agarre del papel, fueron finalmente superados, logrando ubicar dentro de la maquina donde se produce el problema y poder en la mayoría de casos solucionar sin mayor complicación, se prevee un mantenimiento para inicios de 2015 en los que se deberá completar algunos rodillos de la batería, tanto entintado como de mojado, ya que los que vinieron en la maquina estaban a medio uso. Revisión, limpieza y reajuste general de todos los sistemas,

Las dos máquinas GTO se han mantenido con una producción estable, sin embargo en los meses de julio y agosto, presentó la GTOz un problema de registro que no logro superarse con calibración mecánica, por lo que fue necesario contratar a un técnico para dar solución al problema. Se tuvo que invertir una considerable cantidad para solucionar este problema, detalle en cuadro más adelante. Se logró corregir el registro de la máquina. Quedando planificado un mantenimiento exhaustivo a inicio de 2015, que incluye cambio de baterías (rodillos) y algunos repuestos, como rodamientos, pinzas, etc., además de la limpieza y recalibración de todos los sistemas.

En el caso de la GTO PM, aunque se mantuvo operativa sin mayores contratiempos, también se hizo algunas reparaciones y cambios de repuestos. Se debe hacer un mantenimiento general a inicios de 2015.

Aunque no tenemos una máquina de 4 colores, abastecen bastante bien con esta configuración de 2 máquinas de igual formato, obviamente el costo es mayor por tener 2 prensistas en lugar de uno, y en cada trabajo tiempos de secado entre una y otra máquina, hablando comparativamente frente a nuestro competidor que tiene máquinas de 4 colores.

Con la puesta en marcha de la Roland, se agudizó el problema del abastecimiento de placas, las 4 máquinas requieren un flujo alto de placas, por lo que se vio la necesidad urgente de contratar un segundo diseñador, que además de preprensa nos hemos enfocado en ofrecer también servicio de diseño, así el impacto de este rubro se reduce. Pero el resultado de mantener las maquinas con el suministro adecuado de placas es excelente, hemos reducido en más de un 80% los tiempos muertos de maquina por no tener las placas a tiempo comparado a 2013.

Dentro de sus limitaciones, la KORD nos ha apoyado en trabajos sencillos de uno o dos colores, donde no existen fondos, ni un requerimiento de calidad mayor, además de que la maquina está en capacidad de hacer hendidos y/o perforados, aprovechándola al máximo su capacidad, la misma que tiene que hacerse una reparación importante y urgente dentro de 2015, que consistiría en desarmar el 80% de la máquina, con el consiguiente costo y tiempo, sin embargo es una maquina confiable y será de gran ayuda tenerla operativa, cabe recalcar que se capacitó un prensista durante el 2014 y este momento está 100% preparado para los trabajos que esta máquina elabora.

En cuanto a los mantenimientos preventivos y correctivos en la producción y costos que se detallan a continuación:

MANTENIMIENTO PREVENTIVO Y CORRECTIVO MAQUINAS 2014			
MAQUINA	REP., MAQ., TECNICO	ASISTENCIA LUIS C. APROX.	TOTAL
GTO 52-2 PM 2002	$ 1,523.00	$ 222.90	$ 1,745.90
GTO 52-2 1988	$ 2,695.32	$ 394.47	$ 3,089.79
KORD	$ 763.00	$ 111.67	$ 874.67
GUILLOTINA POLAR	$ 175.60	$ 25.70	$ 201.30
PLASTIFICADORA	$ 430.14	$ -	$ 430.14
ENCOLADORA	$ 555.63	$ -	$ 555.63
ROLAND 200	$ 4,789.63	$ 700.99	$ 5,490.62
TOTAL	$ 10,932.32	$ 1,600.00	$ 12,532.32

En este año 2014, ha sido más notoria la tendencia anunciada en comparación a años atrás respecto a decremento de trabajos en altos tirajes, volviéndose más numerosos los pedidos pequeños que reemplazan a los medianos y grandes. Hemos podido constatar que existe la tendencia que presiona a reducir sustancialmente los volúmenes impresos, dando lugar a la era digital en promoción de productos y servicios, o tecnología de impresión Láser. Producir pedidos de bajo tiraje es menos rentable producirlos en Offset en comparación con los trabajos de gran tiraje. En algunos casos competimos con la imprenta digital, que es una tecnología exclusivamente para bajos y medios tirajes, que no puede competir con Offset, la impresión láser es un excelente complemento abarcar todo el espectro de volúmenes cubriendo los pedidos de bajo tiraje, a su vez se puede ver un gran potencial como una línea de negocio complementaria.

Respecto a los Acabados: hemos continuado con mantener los puntos de armado y procesos manuales en diferentes localidades de la ciudad, evitando así la congestión de material y saturación de espacio dentro de la planta, siendo uno de ellos la Cárcel de Mujeres, sin que se genere una relación de dependencia, evitando así contratar más personal, lamentablemente la cárcel fue trasladada a Turi, con nuevas y estrictas medidas de seguridad y restricciones por lo que aún nos encontramos tramitando y viendo la posibilidad de continuar con esta modalidad, quedándonos todavía con dos puntos de armado en diferentes partes, es importante buscar nuevas alternativas.

La plastificadora se ha mantenido en constante operación. Representa hoy una parte fundamental de la producción puesto que el acabado de plastificado sigue teniendo una gran demanda. Como se mencionó anteriormente el servicio de esta máquina es más atractiva si cuenta con el equipo complementario de Selectivo UV Brillante, tanto para nosotros que aun tercerizamos el servicio como para nuestros dos clientes aliados, que podemos ofrecer un servicio de terminados completo. En nuestro caso podemos aumentar la rentabilidad de los trabajos que solicitan este servicio (selectivo UV), que representan de un 10% a un 20% aproximadamente, donde predominan los packs, catálogos, carpetas, libros, etc.

Solamente Editorial Don Bosco con quien hemos mantenido una estrecha relación nos ha sugerido la adquisición de este equipo, pues están buscando mejores alternativas de proveedores, a su vez se nos proporcionó su presupuesto para estos dos rubros en 2014 que fue:

PLASTIFICADO	$ 42.000
UV SELECTIVO	$ 28.000

Se pretende participar para que al menos un 40% de estos dos valores tanto Plastificado como Selectivo UV lleguen a Colomova, aprovechando este fuerte nexo por ser Alianza Estratégica, y que ventajosamente existen contados oferentes, por lo que la percepción de la calidad del servicio es pobre y capacidad insuficiente. Este proyecto está destinado en recuperar esa participación en este servicio que en 2013, nos disminuyeron drásticamente por no contar con este equipo complementario limitándose únicamente para los productos con plastificado.

En relación a la Encoladora, nuevamente se ha mantenido operativa durante todo el año. Con esta máquina, de uso interno, ahorramos mensualmente una factura de aproximadamente de $400 a $500. Cabe recalcar que tener el equipo dentro de la imprenta, favorece la producción, en tiempos y en costos.

En el caso del CTP, hemos comprobado que el servicio durante 2014, logramos reducir los tiempos muertos de las maquinas, debido a que contamos con 2 diseñadores que a diferencia de 2013 que se incrementó moderadamente los tiempos muertos de máquinas y prensistas, que deterioró la percepción en el servicio y ocasionándonos retrasos en la producción y por ende generando un incremento en el costo, en años posteriores se tendrá que pensar en la adquisición de este equipo.

En la siguiente tabla podemos apreciar la información desde 2010:

PROCESOS TERCERIZADOS												
	2010		2011		2012		2013		2014	
Placas Finalizadas CTP	$ 24,175	43.90%	$ 20,576	78%	$ 37,895	46.94%	$ 23,479	32.42%	$ 36,365	50.21%
Impresión OFFSET					$ 10,498	13.00%	$ 24,595	33.96%	$ 17,880	24.69%
Servicio de Impresión Laser					$ 2,624	3.25%	$ 2,932	4.05%	$ 3,263	4.51%
Servicio Troquelado	$ 4,030	7.30%	$ 6,143	23%	$ 8,797	10.90%	$ 8,214	11.34%	$ 3,165	4.37%
UV Selectivo	$ -	0.00%	$ 17,127	65%	$ 4,189	5.19%	$ 3,165	4.37%	$ 3,125	4.32%
Troquel	$ 3,837	7.00%	$ 4,300	16%	$ 2,212	2.74%	$ 3,658	5.05%	$ 3,062	4.23%
Servicio Lacado UV	$ 2,648	4.80%	$ 2,267	9%	$ 5,389	6.68%	$ 2,548	3.52%	$ 3,045	4.20%
Numerado y Perforado	$ 540	1.00%	$ 266	1%	$ 96	0.12%	$ 458	0.63%	$ 703	0.97%
Doblado dip/trip/pleg	$ 446	0.80%	$ 115	0%	$ 260	0.32%	$ 1,930	2.66%	$ 590	0.81%
Plegado de Cajas	$ 506	0.90%	$ 220	1%	$ 2,606	3.23%	$ 822	1.13%	$ 569	0.79%
Servicio de Fotocomposición	$ 584	1.10%	$ 972	4%	$ 1,349	1.67%	$ 412	0.57%	$ 556	0.77%
Hendido, Barnizado, Repujados	$ 2,999	5.40%	$ 192	1%	$ 3,880	4.81%	$ 132	0.18%	$ 96	0.13%
Refilado y Afines	$ 216	0.40%	$ 1,400	5%	$ 836	1.04%	$ 85	0.12%	$ 7	0.01%
Servicio Plastificado	$ 15,068	27.40%	$ 10,403	40%	$ 96	0.12%	$ -	0.00%	$ -	0.00%
TOTAL	$ 55,048	100%	$ 26,277	100%	$ 80,728	100%	$ 72,430	100%	$ 72,428	100%

Aunque la impresión láser se tercerizó siempre, no tenemos registros hasta 2012 por no haber sido muy relevantes, por lo que se dividió la cuenta en 2 partes, offset y laser, para tener una mejor apreciación del asunto.

Las impresiones laser han ido incrementando desde 2012 con un aumento del 11% en 2013, y en un 10.14% en 2014, dentro de las cuales básicamente se encuentran catálogos, folletos, tickets, boletos, invitaciones, partes, etiquetas, diplomas, certificados, afiches, cartas o tarjetas, tarjetas de presentación, nemados, numerados, algún tipo de personalización, etc., y pruebas de color. Otros productos como los mencionados en cantidades más altas, conviene hacerlas en Offset, sin embargo si consideramos este volumen de pedidos, estimaría conservadoramente que podemos llegar a producir de 1000 a 2000 impresiones A3 al mes. Por lo que sería conveniente retomar el proyecto para la adquisición de una Impresora Láser, que supla este requerimiento, mejorando nuestros tiempos, dejar la dependencia con el proveedor, y crear una línea paralela de negocio de la imprenta.

2.3 MERCADEO

El enfoque de 2014 se basó en la misma estrategia de fidelización de clientes y rescatar clientes que dejaron de trabajar con Colornova, utilizando el recurso en *donde priman las relaciones*, enfocados en cumplir con excelencia.

Además de buscar y contratar un vendedor que pueda encargarse de buscar, contactar, visitar y permanentemente mantener el contacto con los clientes, buscar nuevos nichos, nuevos productos, etc., *procurando competir con más agresividad.*

Se da seguimiento a las ofertas enviadas, y enfocándonos en el cierre de ventas, lo que nos ha seguido dando un buen resultado, desde cotizaciones.

Se ha procurado mantener y mejorar la relación cliente-imprenta, se lo ha mantenido haciendo de una manera personalizada, oportunamente cuando lo han requerido. *Hemos percibido una favorable respuesta*, retroalimentados por los mismos clientes, el hecho de que la Gerencia se tenga un estrecho.

2.4 INVERSIONES

En 2014 se realizó la inversión de una camioneta Nissan Frontier del año 2012 con un costo de $18.000, con un 25.000Km de recorrido, además una computadora Mac para *diseño de características en un precio* de $2.500+iva.

CUADRO SUGERIDO DE EQUIPOS POR PRIORIDADES 2014			
EQUIPO	**AÑO SUG. COMPRA**	**COSTO APROX. VALORES ENTRE**	
UNIDAD DE LACADO SELECTIVO UV	2015	$ 18,000	$ 35,000
IMPRESORA LASER XEROX	2015	$ 20,000	$ 35,000
DOBLADORA CAPACIDAD MEDIA	2015	$ 2,000	$ 4,000
MOTO DE REPARTICION Y MENSAJERIA	Por definir	$ 1,500	$ 3,000
COMPUTER TO PLATE SYSTEM CTP	Por definir	$ 60,000	$ 80,000
PARA DAR EL SIGUIENTE PASO SE REQUIERE TENER UN LOCAL PROPIO			
GUILLOTINA AUXILIAR POLAR	Por definir	$ 12,000	$ 18,000
OFFSET HEIDELBERG SM52-5 COLORES	Por definir	$ 140,000	$ 320,000
DOBLADORA INDUSTRIAL	Por definir	$ 10,000	$ 13,000
TROQUELADORA	Por definir	$ 25,000	$ 35,000
PLEGADORA DE CAJAS	Por definir	$ 35,000	$ 80,000
TUNEL DE SECADO DE LACA UV	Por definir	$ 15,000	$ 28,000

- *Existe la oportunidad ahora de adquirir* el Equipo de Selectivo UV, gracias a la coyuntura de EDB de complementar el servicio de acabados de Plastificado con el Selectivo UV, que son procesos complementarios, extensible para nuestro uso y para Grupo Grafico, con quien mantenemos la Alianza estratégica desde hace 6 años, *además les proveemos actualmente* de servicio de plastificado. Contamos con el espacio disponible por tratarse de un equipo integral, compacto y completo. Se requiere una persona capacitada para operar, la que deberemos contratar, sin embargo el resto de personal de acabados deberán aprender el proceso, aplicando el mismo método que nos ha dado buen resultado, usado para plastificado y encolado.
- Considerar la alternativa de negocio se presenta una impresora láser, que *permita: Una oportunidad* de un negocio que está iniciando, aprovechando el decremento en los volúmenes de algunos trabajos. Infraestructura disponible inmediatamente (buena ubicación, espacio físico, dep. de diseño, diseñadores, clientes, etc.), proveer al cliente de un servicio de impresión completo, aprovechar el *posicionamiento en el mercado de Colornova*,

3.- ASPECTOS LABORALES

3.1 LABORAL

Al cierre del año 2014 la compañía cuenta con 15 empleados contratados con las siguientes novedades:

- Presentó la renuncia de dos de los prensistas, Danilo C en julio 2014, trabajaba desde abril de 2010 y Xavier C, en marzo 2014, él está desde 2007, como resultado de su ausencia se mejoró el ambiente de trabajo, que comenzó a deteriorarse desde 2013, en ambos casos fue con la debida renuncia y se los liquido sin novedad.
- Xavier fue contratado nuevamente el 1° de mayo de 2014.
- Presentó la renuncia el Guillotinero y encargado de Bodegas e Inventarios, el 22 Septiembre el Sr. Mauricio O, quien renunció y se lo liquidó sin novedad.
- En el area de Guillotina y Bodegas de Materia Prima hemos tenido también alta rotación, luego de Mauricio O, ingresó Andres M (entra 1 oct 2014 y sale 15 dic), quien permaneció menos de 3 meses por asuntos de disciplina, también se finiquitó la relación sin novedad.
- Se contrató a un prensista, para el manejo de la Roland, Joselo O, (ingresa 1 octubre y sale 15 dic, renunció y se liquidó sin contratiempo.
- El vendedor Renato M, ingreso el 20 de septiembre y renunció los primeros días de diciembre, se lo liquidó sin novedad el 15 de diciembre.
- Las novedades más importantes de dieron en el departamento de diseño, donde P.A estuvo a cargo del mismo, pero con gran retraso y saturación en los trabajos, por ende retraso en las placas, por ello se buscó una persona que refuerce esa area y se contrató a Fernando Q, que ingreso en 2013 y sale en febrero 2014, sin embargo y pese a que estuvieron 2 personas en diseño, los retrasos se mantuvieron, por lo que presentó la renuncia PA en agosto 2014, y quedo FQ a Cargo, quien poco después en noviembre 2014, también presento la renuncia. Esto provocó un serio problema en la producción por lo que se contrató a un nuevo diseñador Juan R, quien permaneció 1° octubre hasta últimos días de noviembre (liquidado el 12 ene 2015), abandonando su puesto de trabajo sin querer entregar ni asumir las responsabilidades del mismo, cabe recalcar que finalmente se finiquitó el contrato sin más contratiempos. Nuevamente se buscó susfifutos y se contrató a Franklin R, desde el 1 diciembre y posteriormente se contrató a Fernando M, quienes han demostrado conocer y tener experiencia en el área de Preprensa, con quienes hemos logrado poner en orden el departamento de Diseño y actualmente ellos siguen trabajando con normalidad. Cabe acotar que en todos los casos se cumplieron con los finiquitos sin ningún inconveniente.

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	AL CIERRE 2010	AL CIERRE 2011	AL CIERRE 2012	AL CIERRE 2013	AL CIERRE 2014
Personas Contrato Plazo Fijo	9	9	14	12	16	16	15
Personas Contrato por Horas	-	-	0	0	0	0	0
Personas Tercerizado	-	-	0	0	0	0	0
Personas Intermediarios	-	-	0	0	0	0	0
TOTAL	9	9	14	12	16	16	15

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 2014 se han realizado mejoras e implementaciones en la parte administrativa, respecto los siguientes puntos específicos:

- Al igual que en 2013, trabajamos con la finalidad de continuar con el compromiso del personal y en una relación de ganar-ganar, proponiendo retos y desafíos del equipo y comprometiéndonos con la finalidad de cumplirlos, trabajando por metas y visión común claras donde todos participan y pertenecen, sin embargo no hemos logrado llegar a cumplir esta meta en su totalidad, habiendo alcanzado un 70%, y pese a que se ha trabajado en esta área, todavía quedaron algunos factores como presión por activar a la Roland daños en máquinas, cortos plazos de entrega, etc., han influido a que el equipo se vea presionado y frustrado en algunas áreas, deteriorando el ambiente de trabajo.
- Respecto al Sistema Contable, no logramos superar los inconvenientes de automatización de los costos en nuestras bodegas, situación que nos mantenía en constante y permanente revisión de la información, destinando un 70% del tiempo de la Aux. Contable en estas infructíferas tareas, descuidando otras tareas, o cargando y encargando de otras a Cotizaciones, Logística y Gerencia. Finalmente se optó por eliminar el módulo de costos desde octubre para hacerlo manualmente, aunque se logró que el proceso de control de inventarios sea más manejable y reducido en tiempo, coincidió con la salida del Guillotinero que estaba a cargo de los inventarios físicos además de las vacaciones de Luis Campoverde, (quien estuvo a cargo antes de Mauricio) lo que provocó acumulación en los procesos. Se buscó rápidamente un sustituto que comenzó a adiestrarse y preparase, pero por problemas de conducta se tuvo que prescindir de él y buscar otro sustituto. En la búsqueda de este segundo sustituto el volumen de pedidos y trabajos aumentaba por lo que tuvimos 2 aprendices más, sin tener el tiempo y la disponibilidad de entrenar y discípularlos por la gran cantidad de trabajo en el que nos encontrábamos. Ninguno permaneció, su aporte fue básicamente en guillotina mas no en inventarios, por lo que Luis Campoverde en su limitado tiempo estuvo a cargo.
- Hemos mejorado en relación a 2013 el orden y la coordinación logística de procesos tercerizados, despachos, traslados de material y productos, logrando mejores tiempos, tratando de mantenernos siempre en contacto y controlando el proceso lo que está a nuestro alcance, sin embargo, aún persiste el problema del incumplimiento de los tiempos ofrecidos y en algunos casos deficiencia en la calidad del producto (selectivo UV), aumento nuestros tiempos de producción y provocando los inconvenientes del caso. Una vez más, el dejar la dependencia de ellos aliviaría nuestros procesos.
- A diferencia de 2013, donde se lograron sustanciales rebajas y descuentos en la materia prima y servicios, este 2014 se tornó en una permanente negociación de aumentos en el plazo del crédito, logrando con todos los proveedores hasta 120 días de crédito, esto afectó a la rentabilidad por que aceptaron nuestra propuesta de crédito pero no de lograr considerables descuentos por volumen de compra.
- Cabe mencionar que luego del cálculo actuarial en relación al periodo 2014, los valores de Jubilación Patronal tuvieron una disminución respecto a 2013 de USD 8.301,52 por la reversación del cálculo por Jubilación Patronal del Gerente, debido a que por tener la condición de mandatario, no tendría acceso al cobro de este rubro, situación que resulta desfavorable para el gerente,

Aunque existe la posibilidad de en las reformas laborales para el año 2015 este cálculo sea cambiado y que permita el beneficio al gerente.

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

El resultado del periodo 2014 fue de USD 6.206. Considerando que de este valor se provisiona el pago de los trabajadores que es USD 930.84 y el pago del Impuesto a la renta del ejercicio, que en 2015 se tendrá que cancelar USD 4994.70 que es la tercera cuota del anticipo a la Renta calculada en el año 2013.

RESULTADOS								
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
RESULTADO ANUAL	($ 2.430)	$ 7.188	($ 3.528)	$ 14.347	$ 19.025	$ 38.430	$ 45.312	$ 6.206

5.2 PATRIMONIO

Al cierre del año 2014 la compañía registra un patrimonio que asciende a 218.310 registrando un decremento del 1.2%; por lo que se debe cubrir *la cuota del anticipo* del impuesto a la renta calculado con los estados financieros del 2013.

PATRIMONIO								
	AL CIERRE 2007	AL CIERRE 2008	AL CIERRE 2009	AL CIERRE 2010	AL CIERRE 2011	AL CIERRE 2012	AL CIERRE 2013	AL CIERRE 2014
PATRIMONIO	$ 35.070	$ 65.637	$ 90.109	$ 95.606	$ 98.406	$ 136.877	$ 221.030	$ 218.310
% VARIACION		47.0%	2.0%	8.5%	4.1%	28.0%	38.1%	-1.2%

6. OBJETIVOS Y RECOMENDACIONES

1. Viabilizar la compra de la máquina de acabados de selectivo UV, con un costo de $25.000 ya instalada, complementando *el servicio de acabados*, considerando que tenemos la ventaja de que las imprentas con quienes tenemos alianzas estratégicas requieren una mejora del servicio que reciben de selectivo UV, al tratarse de que son 3 proveedores (calificados por ellos: El Troquel, Marlene Jara e IMM) en Cuenca los que lo tienen.
2. Hacer un mantenimiento Correctivo y Preventivo a fondo, a todas las maquinas dentro de un cronograma que permita seguir operando y cumpliendo pedidos, aunque tomará más tiempo de lo que usualmente toma y el costo será más alto es importante que las maquinas garanticen fiabilidad y su óptimo funcionamiento, entregando impresiones de alta calidad, y más que nada evitando al máximo las interrupciones y paradas en la producción, que en 2014 fue un factor adverso que provocó algunos retrasos y problemas.
3. Levantar un departamento de ventas con uno o dos vendedores quienes dinamicen las ventas con objetivos alcanzables y logro de resultados, busquen más clientes y nuevos nichos, fortalezcan la relación con algunos clientes actuales.
4. Considero fundamental continuar mejorando el ambiente de trabajo, con el objetivo lograr una comunicación eficaz, cooperación ante los desafíos de todo el equipo, mejorar nuestra respuesta productiva frente a gran volumen de *trabajos* y cortos plazos. Además, consideramos la posibilidad de continuar adiestrando aprendices en prensa y que dentro del equipo de acabados todas puedan manejar cualquiera de las maquinas disponibles y las que estén por

venir. Identificar puntos débiles dentro de los procesos para reforzar a través de capacitación interna.

5. Replantear la distribución de las máquinas y prensistas, procurando que puedan rotar de máquina, familiarizarse con cada una, así ir ganando *experiencia que permita mayor* flexibilidad y capacidad, lograr tener siempre disponible un reemplazo en caso de ausencia de un prensista, paralelamente se formalizará la planificación semanal y/o diaria con el personal de Prensa y Acabados, con el objetivo lograr cumplir eficazmente las fechas de entrega ofrecidas.
6. Continuar con el adiestramiento y perfeccionamiento de Edgar en la KORD, con miras a que a en un corto plazo aprenda y se instruya en la GTO y pueda *aportar en la producción con más flexibilidad* al poder rotar de máquina.
7. Viabilizar el proyecto inicial de la Impresora Láser dentro del año 2015, esto logrará reducir el costo por tercerizar este servicio, además de ahorro en tiempo de mensajería y recursos como furgón o taxi, disminuyendo el tiempo de respuesta al cliente.
8. Continuar buscando negocios de contratos grandes y de gran volumen similares a los elaborados en 2012 (300mil packs B&W y 2013, 166mil packs *William Lawson's), que fueron* los que aportaron significativamente esos dos años, a través de nuestras alianzas estratégicas con otras imprentas.
9. Continuar y seguir creando nuevos conceptos de negocio o productos, los que podamos desarrollar, persiguiendo mayor rentabilidad.
10. Continuar y potenciar la estrategia de "Excelencia de Servicios", personalizado, con asesoría, oportuna, para los clientes por parte de todos los miembros del equipo.
11. *Buscar opciones de negocio que generen* contratos de trabajo por tiempo definidos y frecuentes.
12. Procurar minimizar la dependencia con proveedores de servicios tercerizados, como: Placas, Impresiones Laser, Selectivo UV, Troquelado y Doblado, procurando que los procesos puedan elaborarse en Colomova, esto nos ayudará a mejorar nuestra rentabilidad y ser más eficientes en nuestros procesos, reduciendo los tiempos de entrega, además seguir intentando conseguir y atraer a *otras imprentas y poder brindar los servicios* de acabados, que por motivos de celo profesional no hemos tenido la mejor apertura de su parte.
13. Participar de las ferias y eventos de la industria gráfica a nivel internacional, con la finalidad de conocer tendencias de mercado y nuevas tecnologías para mejorar los procesos y establecer contactos y acuerdos con posibles proveedores.
14. Reforzar y *gestionar más efectiva la recuperación* de cartera, percibimos una situación de iliquidez general, que particularmente en 2014 nos afectó y nos mantuvo con un flujo apretado.
15. 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, una vez más, la dependencia con *los proveedores tradicionales de procesos* tercerizados que la compañía los podría manejar.

7. CUMPLIMIENTO DE NORMAS

La empresa durante el período 2014 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, 9 de febrero de 2015

Atentamente,

Ing. Diego Jara Mascoso
Gerente
Colamova Cía. Ltda.