

# INFORME DE GERENCIA PERIODO 2015

## COLORNOVA CIA. LTDA.

El presente Informe de Labores resume las actividades productivas de la Imprenta Colornova Cía. Ltda. durante el periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2015, 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 2015 con una inflación de 3,38% anual, lo que representa una disminución frente al 0.29 % registrado en el 2015, según el INEC.

Los precios del petróleo siguen sin levantar su valor y encadenan de esta forma su segundo año de pérdidas, y acumulan desde mediados de 2014 una caída cercana al 70%.

El precio del petróleo, cerró 2015 en el mercado en 37,10 dólares, lo que representa una caída anual del -34,70% respecto a los 56,82 dólares con que cerró el 31 de diciembre de 2014.

En el 2015 el salario básico tuvo un alza de USD 340 dólares a USD 354, es decir USD 14, en comparación a los USD 22 dólares del periodo anterior.

El salario digno para el año 2015 se estableció en USD 415.59

El costo de la canasta básica familiar cerró el 2015 con un precio de US\$673.21, frente a La Canasta básica del año anterior que se ubicó en US\$646.30 a diciembre de 2014.

### 2.- CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

En este periodo se logró cumplir la meta de un crecimiento de 10% en ventas y producción, la misma que fue superada llegando a USD 583.967, debido a algunos aspectos importantes que vale la pena mencionar:

- Fue nuevamente un año en el que se vivió una contracción económica, por parte de muchos clientes que redujeron drásticamente presupuesto de campañas publicitarias donde participa el sector imprenta, especialmente los meses desde abril hasta septiembre. Este comportamiento se vio agravado por la fuerte competencia que venimos viviendo en la industria.
- Este año hemos presenciado el cierre de algunas imprentas pequeñas, o el anuncio de posible cierre de algunos negocios, ventas de las mismas y en otros casos reducirse de tamaño, no solo en Cuenca sino en el país en general, siendo más pronunciado el efecto en Quito. Este efecto trajo consigo una oferta inusual de mano de obra calificada, (que se ha mantenido en nuestros 9 años escasos), y no solo en MDO de imprenta sino de todos los sectores, además de una disminución en la rotación de nuestro personal, posibilidades de negociación para mejorar condiciones con proveedores, etc. Aunque este efecto causó también el ingreso de más máquinas 4 o 5 colores a imprentas cuencanas, recrudesciendo la oferta en nuestro mercado.
- Hemos dado un gran paso en cuanto a cooperación del equipo de la imprenta, con el enfoque de hacer más eficientes los procesos, mejorar la comunicación del equipo, redefiniendo y corrigiendo procedimientos, delimitando responsabilidades y funciones de cada uno y por secciones.

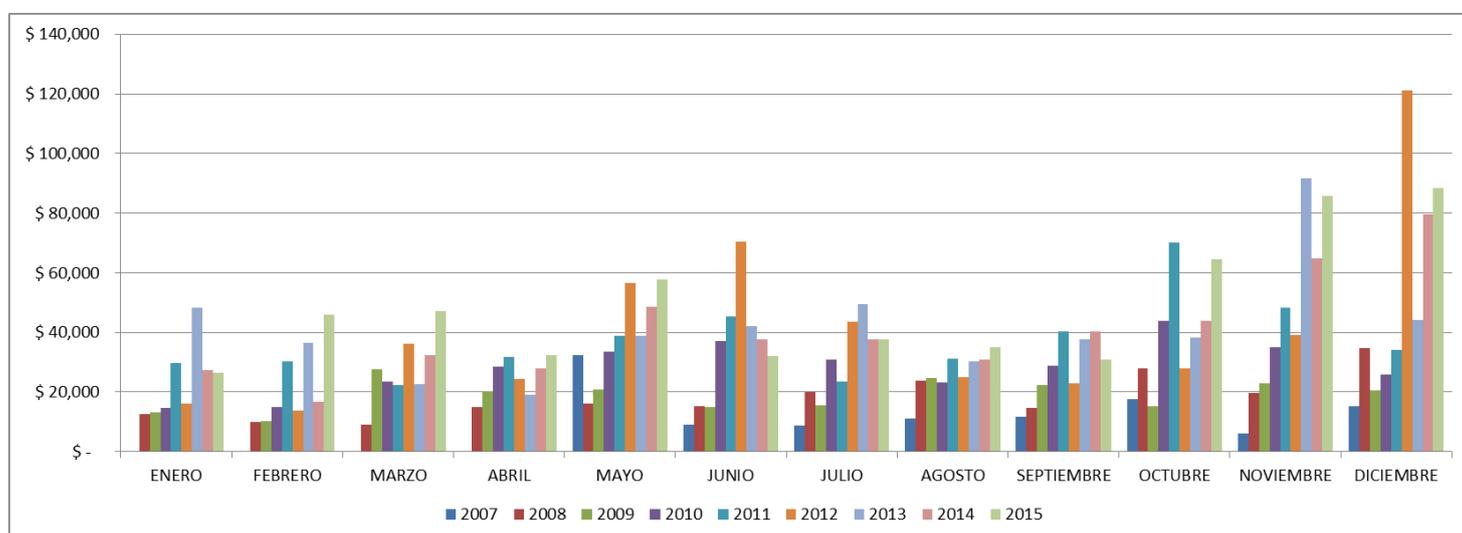
## 2.1 VENTAS

La producción desde enero fue la apropiada puesto que se concretó un pedido grande de Packs B&W para los meses de enero y febrero, lo que las ventas en el primer trimestre superaron en gran manera a los mismos meses de todos los periodos anteriores.

En los meses desde abril a septiembre, las ventas bajaron su ritmo y velocidad de concretar y cerrarse, más bien los resultados lentos, pese a que logramos colocar un gran número de ofertas, sin embargo se pudo sentir una fuerte recesión, más marcada en esta época, la desconfianza por invertir, reduciendo, postergando o eliminando la inversión.

La recuperación inicia desde octubre, que fue donde inicia la temporada alta del último trimestre de 2015.

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



Se contrató a una vendedora para que impulse venta de libros "TCD", "QT Life", "Cuentos que no son Cuentos", otros libros de diferentes ministerios de Centro Cristiano, de nuestra producción, se lograron dar los primeros pasos, pero lamentablemente no tuvimos éxito en este periodo, obligándonos a replantear la estrategia que dará lugar en 2016. El libro "QT Life" de producción mensual, no era rentable para el cliente, por lo que se produjo hasta diciembre de 2015 y se suspendió su producción. Formamos parte activa y conjunta con CCC para el desarrollo de esta estrategia y para lograr los resultados propuestos.

Aunque no hemos logrado hasta aquí tener óptimos resultados con los vendedores contratados, si logramos obtener un buen volumen de ventas a través de nuestra colaboradora de Cotizaciones, a través de una comisión q oscila entre el 1% hasta el 4%, dependiendo, cliente, monto, poder de negociación y cobranza.

Este sistema ha dado resultado un incremento en las ventas, conseguir nuevos clientes, desarrollarlos y fidelizarlos. Cabe aclarar que dichas ventas son revisadas, auditadas y verificadas por mi persona, por lo que esta estrategia es viable y sustentable.

En 2015 la distribución de las ventas según los clientes se observa en el siguiente cuadro:

CLIENTE	VENTAS 2015	%	VENTAS 2014	%
AJE	198,256.25	33.95%	86,787.78	17.79%
ZOEGRAF	54,368.98	9.31%	89,854.04	18.42%
CCC	34,147.24	5.85%	18,523.36	3.80%
COMERCIALIZADORA FOODS &GOODS	31,072.73	5.32%	-	0.00%
HELADERIAS TUTTO FREDDO	22,057.79	3.78%	16,453.52	3.37%
COSMICA	20,271.24	3.47%	10,661.50	2.19%
EMBOTELLADORA AZUAYA	17,298.99	2.96%	3,103.12	0.64%
INDUSTRIAS MOTORIZADAS	15,328.30	2.62%	35,693.36	7.32%
BCO DEL AUSTRO	15,124.74	2.59%	8,963.36	1.84%
CELYASA	12,934.21	2.21%	7,687.01	1.58%
ELECTROEXITO	9,936.25	1.70%	38,135.41	7.82%
KERAMICOS	9,823.59	1.68%	10,563.32	2.17%
ARTE FINAL	9,711.43	1.66%	-	0.00%
IMP. JAHER	9,276.08	1.59%	3,799.24	0.78%
DINERS CLUB	9,238.54	1.58%	9,325.76	1.91%
INDIAN MOTOS	8,638.61	1.48%	10,253.36	2.10%
ADRIAN MOLINA	7,699.64	1.32%	-	0.00%
INDUGLOB	7,286.56	1.25%	2,459.82	0.50%
SOCELEC	6,092.60	1.04%	3,090.49	0.63%
REPYCOM	5,894.00	1.01%	4,366.39	0.90%
MIPRO	5,042.78	0.86%	-	0.00%
KARNATAKA	4,843.64	0.83%	5,144.56	1.05%
RED MANGROVEIN	4,367.80	0.75%	3,324.34	0.68%
UNIVERSIDAD DE CUENCA	3,904.56	0.67%	3,355.76	0.69%
CARLOS ALBERTO MALES PONCE	3,508.80	0.60%	-	0.00%
VIARTTEN GROUP FARMACEUTICA	2,768.21	0.47%	4,893.36	1.00%
MIRASOL	2,745.43	0.47%	3,876.90	0.79%
HYPOO	2,352.74	0.40%	-	0.00%
ACCION PREVIA	2,011.72	0.34%	-	0.00%
CUENCA ORO VERDE	1,829.96	0.31%	-	0.00%
E&A BROKERS	1,792.24	0.31%	2,511.79	0.51%
EDITORIAL DON BOSCO	1,746.61	0.30%	31,253.36	6.41%
IVAN PALACIOS	1,567.35	0.27%	2,030.89	0.42%
COLEMUN	1,562.46	0.27%	5,734.45	1.18%
CAMARA ECUATORIANA AMERICANA	1,358.05	0.23%	2,422.91	0.50%
C. RIALTO	1,195.75	0.20%	1,615.59	0.33%
ACOSTA MARIA GABRIELA	1,172.27	0.20%	1,856.66	0.38%
APPSOK TECHNOLOGY	1,107.17	0.19%	-	0.00%
QUEZADA JOSE ANTONIO	1,046.04	0.18%	2,938.36	0.60%
COOP ALFONSO JARAM	1,019.42	0.17%	3,311.35	0.68%
IMPORTADORA ROLORTIZ	767.78	0.13%	3,434.48	0.70%
SAUDEC	746.44	0.13%	1,493.60	0.31%
HOME DEKO	731.87	0.13%	2,692.09	0.55%
LICEO CRISTIANO	411.42	0.07%	5,372.19	1.10%
MARKETPRINT	384.72	0.07%	2,553.28	0.52%
DRACMA	367.17	0.06%	2,728.76	0.56%
AZUAY NUEVO MILENIUN	178.19	0.03%	2,707.30	0.56%
GUILLERMO VAZQUEZ JOYERIA	-	0.00%	847.09	0.17%
VALERIA REINOSO	-	0.00%	9,532.36	1.95%
MA&M	-	0.00%	8,796.36	1.80%
COMPUFACIL	-	0.00%	1,623.11	0.33%
<b>TOTAL CLIENTES FRECUEN.</b>	<b>554,988.36</b>	<b>95.04%</b>	<b>475,771.74</b>	<b>97.54%</b>
<b>OTROS CLIENTES</b>	<b>28,978.80</b>	<b>4.96%</b>	<b>12,017.26</b>	<b>2.46%</b>
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>583,967.16</b>	<b>100.00%</b>	<b>487,789.00</b>	<b>100.00%</b>

Las ventas en el último trimestre han mantenido ocupadas a las 4 máquinas de impresión (primer año que conseguimos que todas operen simultáneamente), lo que nos produjo altos niveles de venta fueron: un pedido de 330 mil estuches B&W (el pedido más grande que hayamos procesado hasta la hoy) y el material POP para lanzamiento de la cerveza SOL, en estos dos pedidos alcanzamos más de USD 100 mil.

#### Clientes Nuevos:

En 2015 se logró incorporar a nuestra lista de clientes: Foods & Goods,

- Plurialiment, se hizo un convenio para la producción de 100.000 cajas de cerveza Latitud 0° en un año, por lo que invertimos en el desarrollo del producto, y una producción piloto, la que se requirió de replantear diseño estructural, y finalmente logramos obtener el producto deseado, con lo que comenzamos la producción de dichas cajas, planeamos mantenernos en la producción de la misma y que los volúmenes aumenten para que la rentabilidad de este proyecto vaya creciendo en 2016, como lo fue planificado.
- Indurama-Induglob logramos entrar como su 4° proveedor de imprenta e iniciamos ya producciones pequeñas y piloto, esto conllevó a demostrar la capacidad, tiempos de respuesta, calidad y precios con rigurosas exigencias de cumplimiento y evaluaciones periódicas. Esto nos llevó a desarrollar procedimientos de desarrollo, elaboración, evaluación y aprobación, pruebas piloto para posteriormente Indurama pueda colocar semanalmente las órdenes de compra. Hasta el cierre de 2015 esto representó más una inversión que un beneficio rentable, sin embargo el logro es haber entrado y superado las pruebas, para que en 2016 podamos evaluar resultados. Lamentablemente vieron afectada seriamente el volumen de su producción instalada, por las cocinas de inducción, proyecto del gobierno iniciado e incentivado a los diferentes sectores del país, el cual tuvo un contratiempo, al traer las cocinas de procedencia China, a competir con las nacionales, en un ambiente del mercado de poca aceptación y escepticismo al nuevo producto. Esto sumado al bajón en la economía, los pedidos se vieron disminuidos considerablemente, en el momento, en las que las proyecciones de venta y producción se estimaban muy buenas. Eso contrajo momentáneamente el volumen de venta a Indurama.
- Arte Final, es un cliente de nuestra Cotizadora, quien trabaja en un negocio complementario a imprenta, que nos ha dado un volumen interesante en esta primera etapa de relación. Ellos producen artículos publicitarios, por lo que estamos en conversaciones para viabilizar una relación sustentable complementaria tanto ellos como nosotros. Las primeras pruebas indican que podemos desarrollar este negocio por ambas partes, puede ser sustentable a través de una adecuada alianza estratégica. Iniciamos con este proyecto desde finales del primer semestre de 2015, lo continuamos y planeamos potencializar el mismo en 2016.
- Otros nuevos clientes de Cotizaciones son: ARTE FINAL, ADRIAN MOLINA, CARLOS MALES, SAUDEC, APPSOCK TECHNOLOGY, entre otros más.

#### Clientes Recuperados:

Asimismo, se logró recuperar cuentas que por uno u otro motivo dejaron de trabajar con Colomova, como son el caso de: Comercial Jaher, Colemun, Axion Previa y Viartten Group Farmacéutica, cabe mencionar que nuestra política es rescatar esa relación comercial con todo cliente con los que hemos trabajado, estamos atentos al momento.

Considero importante mencionar el cierre de algunas empresas o clientes durante el periodo 2015:

La agencia de publicidad Ma&m, que se mantuvo como cliente de Colornova desde 2008 cierra sus puertas por liquidación del negocio.

Ocurre de similar forma con Naranja Estudio de Gabriela Acosta, (quien cerro el local y ahora trabaja sola), el volumen disminuyó considerablemente.

Valeria Reinoso con la revista Clasificados SP, dejo de producir su revista quincenal por falta de auspicios y mayor tendencia a la promoción digital

Cotizaciones:

El año 2015 se repitió el comportamiento del 2014, en la tendencia de pedidos pequeños y bajo volumen, que son menos rentables que los pedidos más grandes. En comparación a 2014, en 2015 se elaboraron 2929 cotizaciones de las cuales fueron aprobadas 764 que representa una eficacia del 25.9%, en relación al 2014 que se elaboraron 3101 cotizaciones, aprobadas 837 que representa un 27.5%, representa una disminución del 5.5%, lo mencionado podemos apreciar en el cuadro comparativo mes a mes a continuación, siendo el valor promedio por pedido en 2015 de 64.67 órdenes mensuales.

MES	2014				2015			
	NO APROBADAS	APROBADAS	TOTAL	EFICACIA	NO APROBADAS	APROBADAS	TOTAL	EFICACIA
ENERO	178	79	257	31%	139	40	179	22%
FEBRERO	133	53	186	28%	85	38	123	31%
MARZO	173	46	219	21%	216	56	272	21%
ABRIL	167	63	230	27%	234	80	314	25%
MAYO	180	77	257	30%	169	61	230	27%
JUNIO	333	71	404	18%	182	83	265	31%
JULIO	183	79	262	30%	230	79	309	26%
AGOSTO	145	59	204	29%	148	54	202	27%
SEPTIEMBRE	185	80	265	30%	224	104	328	32%
OCTUBRE	240	64	304	21%	169	66	235	28%
NOVIEMBRE	196	102	298	34%	201	75	276	27%
DICIEMBRE	151	64	215	30%	168	28	196	14%
<b>TOTALES</b>	<b>2264</b>	<b>837</b>	<b>3101</b>	<b>27.5%</b>	<b>2165</b>	<b>764</b>	<b>2929</b>	<b>25.9%</b>

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

- Hemos mantenido las alianzas estratégicas para el servicio de impresión en grandes tirajes, como en tercerización de servicios de acabados, como es el caso de Editorial Don Bosco, lamentablemente adquirieron una plastificadora lo que redujo a prácticamente a 0 las ventas por servicio de plastificado.
- Este año tuvimos 2 producciones una mediana a inicios de año y otra grande al final del año de cajas B&W, las que ayudó considerablemente el resultado.
- Se ha mantenido el nivel de negociación con proveedores, aprovechando los volúmenes de compra, generando más beneficios favorables, en precio y plazos de pago.

#### MATERIAL DE RECICLAJE

Respecto al Reciclaje de Placas y Papel se registró una recuperación considerable respecto a años anteriores, el precio del aluminio disminuyó en el mercado, eso nos

afectó al momento de venderlo, de la misma manera ocurrió con la pulpa, aunque aumentaron los volúmenes. Este año el gobierno obliga a los recicladores a comprar con factura y cargarle el 12%, el que nos tocó asumir a nosotros, por el comportamiento y tendencia del mercado, pese a que se intentó negociar. Sin embargo el aumento en las ventas de material reciclado han registrado un incremento de un 41% en papel, y un disminución del 8.2% en placas. A continuación un cuadro comparativo los últimos 5 periodos:

<b>INGRESOS RECICLAJE</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
VENTA DE PAPEL RECICLADO	1290.37	1392.92	943.44	1118.08	1884.79
VENTA DE PLACAS RECICLADAS	191.95	738.8	102	717	658.85
VENTA DE PALLETS	0	0	6	0	1.25
VENTA DE CHATARRA	0	300	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>1482.32</b>	<b>2431.72</b>	<b>1051.44</b>	<b>1835.08</b>	<b>2544.89</b>

#### OTROS INGRESOS

En el cuadro a continuación se resume comparativamente de los últimos 5 periodos el comportamiento de los diferentes ítems:

<b>INGRESOS VARIOS</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
VENTA DE MATERIAL RECICLABLE	1290	1393	1051	1835	2377
OPERACION FACTORING	3006	1754	7500	7265	6272
SERVICIO DE IMPRESIÓN LASER	0	0	0	0	5234
SERVICIO DE IMPRESIÓN	0	563	800	5537	1705
SERVICIO DE NUMERADO	0	115	220	0	38
SERVICIO DE PLASTIFICADO	0	1430	5268	25763	6420
SERVICIO DE ENCOLADO	0	69	40	166	211
OTRO	192	739	2393	928	75
<b>TOTAL</b>	<b>4488</b>	<b>6062</b>	<b>17272</b>	<b>41494</b>	<b>22331.65</b>

En este año 2015, se registró una disminución grande del servicio de plastificado, en relación al 2014, que paso de USD25763 a USD6420 en 2015, la razón fue que en Junio nuestro principal cliente, (con quien tenemos Alianza Estratégica) Editorial Don Bosco, adquirió una plastificadora, por lo que desde julio no registramos ninguna venta, cabe recalcar que el servicio afuera de este terminado resulta para el resto de imprentas un "riesgo" entregar al cliente a otra imprenta, por lo que el resto de colegas prefiere el servicio de un proveedor independiente. Eso lo podemos apreciar en el siguiente cuadro:

#### **SERVICIOS PRESTADOS PLASTIFICADO**

<b>MES</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
ENERO	193.85	1294.48	1303.36	1514.65
FEBRERO	73.08	494.5	1498.52	640.36
MARZO	226.7	0	3919.71	352.37
ABRIL	280.12	15	4238.08	755.5
MAYO	186.59	355.03	1573.7	1260
JUNIO	206.2	871.87	5673.7	1481.14
JULIO	209.93	773.29	2310.74	0
AGOSTO	282.37	68.7	1130.09	416.33
SEPTIEMBRE	937.21	213.54	416.73	0
OCTUBRE	415.49	310.06	742.23	0

NOVIEMBRE	550.82	690.71	1010.24	0
DICIEMBRE	464.4	180.38	1945.99	0
<b>TOTAL</b>	<b>1429.51</b>	<b>5267.56</b>	<b>25763.09</b>	<b>6420.35</b>

Además, incrementamos la impresora Láser para no tercerizar ni Pruebas de Color (PDC), ni tercerizar los trabajos de bajo tiraje. Desde abril del año pasado que se adquirió la maquina Xerox hemos eliminado el rubro Tercerización impresiones laser cuyo promedio de consumo era USD2940 aproximadamente.

	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Servicio de Impresión Laser	\$ 2,624	\$ 2,932	\$ 3,263	\$ 990
Promedio:	\$ 2,940			

Además se creó el servicio Colornova Express, con el servicio de impresiones inmediatas, las que lograron las siguientes ventas durante el 2015, en el mes de julio la maquina presenta un desperfecto en el Drum de impresión, el cual tomo hasta octubre la solución con el proveedor puesto que resulto haberse omitido la capacitación del mantenimiento del mismo a nuestros operadores, por lo que luego de ese tiempo el repuesto fue cambiado sin ningún costo, pero interrumpió la producción.

<b>IMPRESIONES LASER</b>	
<b>MES</b>	<b>2015</b>
ENERO	469.82
FEBRERO	283.78
MARZO	170.15
ABRIL	460.61
MAYO	344.95
JUNIO	758.88
JULIO	216.37
AGOSTO	365.35
SEPTIEMBRE	453.71
OCTUBRE	140.05
NOVIEMBRE	269.18
DICIEMBRE	1301.26
<b>TOTAL</b>	<b>5234.11</b>

## 2.2 PRODUCCIÓN

El 2015 fue un año de muchos retos y con obstáculos, sin embargo más fluida y continua que en 2014.

Por primera vez las 4 máquinas offset comienzan a operar simultáneamente, aunque la KORD con bastantes paradas por las condiciones técnicas que se encontraba, siendo la máquina que más interrumpía la producción, cabe resaltar que el prensista aprendiz, logro dominar la máquina, por lo que él ahora está aprendiendo el manejo de las GTO con excelentes resultados. La KORD se mantuvo trabajando en hendidos y perforados, y haciendo todos los trabajos a un color.

Las dos máquinas GTO se han mantenido con una producción estable, siempre tomando en cuenta las piezas, sistemas y repuestos consumibles que requieren cambio, hemos hecho mantenimientos correctivos y preventivos a todas las máquinas, estamos con un sistema de planificación, ejecución y verificación de funcionamiento de las máquinas a cargo de Luis Campoverde, el que nos ha ido arrojando mejores resultados cada vez que hacemos mantenimiento.

Mantengo mi postura sobre: aunque no tenemos una máquina de 4 colores, abastecen 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.

Hemos alcanzado una mejora sustancial respecto a la gestión de placas, reduciendo considerablemente los tiempos muertos que producían sus retrasos, hemos logrado establecer un nuevo sistema de gestión con el proveedor en el que incluye, evaluación de servicio, tiempos de entrega, control de entregas codificadas, procedimiento de reclamos eficaz, esto está a cargo de los diseñadores de pre prensa.

Lo más importante que quiero anotar que llegamos a una importante negociación de precios de las placas, la que nos ha disminuido considerablemente el costo de la misma, registrándose una variación USD36.365 en 2014 a USD20.856 en 2015

En la siguiente tabla podemos apreciar la información comparativa desde 2010:

PROCESOS TERCERIZADOS								
	2015	%	2014	%	2013	%	2012	%
Placas Finalizadas CTP	\$ 20,856	28.79%	\$ 36,365	50.21%	\$ 23,479	32.42%	\$ 37,895	46.94%
Impresión OFFSET	\$ 13,562	18.72%	\$ 17,880	24.69%	\$ 24,595	33.96%	\$ 10,498	13.00%
Servicio Troquelado	\$ 8,956	12.37%	\$ 3,165	4.37%	\$ 8,214	11.34%	\$ 8,797	10.90%
Servicio Lacado UV	\$ 5,785	7.99%	\$ 3,045	4.20%	\$ 2,548	3.52%	\$ 5,389	6.68%
Troquel	\$ 5,567	7.69%	\$ 3,062	4.23%	\$ 3,658	5.05%	\$ 2,212	2.74%
UV Selectivo	\$ 4,406	6.08%	\$ 3,125	4.32%	\$ 3,165	4.37%	\$ 4,189	5.19%
Servicio de Impresión Laser	\$ 4,178	5.77%	\$ 3,263	4.51%	\$ 2,932	4.05%	\$ 2,624	3.25%
Plegado de Cajas	\$ 3,985	5.50%	\$ 569	0.79%	\$ 822	1.13%	\$ 2,606	3.23%
Doblado dip/trip/pleg	\$ 2,588	3.57%	\$ 590	0.81%	\$ 1,930	2.66%	\$ 260	0.32%
Hendido, Barnizado, Repujado	\$ 1,012	1.40%	\$ 96	0.13%	\$ 132	0.18%	\$ 3,880	4.81%
Numerado y Perforado	\$ 856	1.18%	\$ 703	0.97%	\$ 458	0.63%	\$ 96	0.12%
Servicio de Fotocomposición	\$ 300	0.41%	\$ 556	0.77%	\$ 412	0.57%	\$ 1,349	1.67%
Refilado y Afines	\$ 115	0.16%	\$ 7	0.01%	\$ 85	0.12%	\$ 836	1.04%
Servicio Plastificado	\$ -	0.00%	\$ -	0.00%	\$ -	0.00%	\$ 96	0.12%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 72,167</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 72,428</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 72,430</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 80,728</b>	<b>100%</b>

Dentro de sus limitaciones, (velocidad y eficiencia) 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 máquina 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 máquina 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 del 2015, tanto preventivos como correctivos en la producción y costos, se detallan a continuación:

<b>MANTENIMIENTO PREVENTIVO Y CORRECTIVO MAQUINAS</b>		
<b>MAQUINA</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
GTO 52-2 1988	\$ 3,089.79	\$ 3,061.04
GTO 52-2 PM 2002	\$ 1,745.90	\$ 1,913.41
KORD	\$ 874.67	\$ 1,333.57
GUILLOTINA POLAR	\$ 201.30	\$ 1,994.31
PLASTIFICADORA	\$ 430.14	\$ 904.82
IMPRESORA LASER	\$ -	\$ 376.26
UV SELECTIVO	\$ -	\$ -
ENCOLADORA	\$ 555.63	\$ 1,065.18
ROLAND 200	\$ 5,490.62	\$ 3,021.49
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 12,388.05</b>	<b>\$ 13,670.07</b>

En este año 2015, continúa 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, mantenemos los puntos de armado y procesos manuales en diferentes localidades de la ciudad, flexibilizando y ampliando nuestra capacidad productiva, además evitando así la congestión de material y saturación de espacio dentro de la planta, sin que se genere una relación de dependencia, evitando así contratar más personal.

La plastificadora se ha mantenido en constante operación. Representa hoy una parte importante de la producción puesto que el acabado de plastificado sigue teniendo una gran demanda. Ahora que contamos con el equipo de Selectivo UV el servicio de esta máquina es más atractiva si cuenta con este equipo complementario.

En relación a la Encoladora, nuevamente se ha mantenido operativa durante todo el año. Con esta máquina, de uso interno, ahorrarnos 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.

### 2.3 MERCADEO

El 2015 fue un año en el que nos enfocamos en levantar propuestas de negocios complementarios, fortalecer la relación con clientes antiguos (Zoegraf, Fortalecer TCD y QT Life, y libros en general), propuesta de desarrollo de productos (Plurialiment y los packs de Latitud 0°; Indurama desarrollo de productos; Cósmica con desarrollo de packs elaborados en Colombia, etc.), iniciación del proyecto "Cuadernos", Ventas desde Cotizaciones, Plan Piloto Productos Publicidad, (buscamos alianza estratégica con empresas competitivas, complementarias, afines y donde se encuentre reciprocidad, cooperación mutua, solidez, seriedad y cumplimiento, calidad, y objetivos afines.

Dimos un refuerzo a la 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.

Se contrató una vendedora que pueda encargarse de fortalecer la venta de TCD y QT Life, además de buscar, contactar, visitar y permanentemente mantener el contacto con los clientes, buscar nuevos nichos, nuevos productos, etc., sin embargo los resultados no fueron los esperados, lo que nos obliga a buscar una mejor y eficaz estrategia para fortalecer al cliente y sus productos.

Desde Cotizaciones, se da seguimiento sistemático a las ofertas enviadas, enfocadas en el cierre de ventas, lo que nos ha seguido dando un buen resultado, desde cotizaciones, además de tener una retroalimentación del cliente que nos ayuda a ver, observar y entender ciertas variables y cambios en el negocio para tomar oportunamente correctivos o decisiones acertadas.

Hemos continuado en fortalecer, 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 2015 se realizó la inversión de una máquina de Selectivo UV Brillante por un valor total de \$23.985, para todos los trabajos de selectivo, las comenzamos a utilizar el último trimestre con resultados satisfactorios de calidad. Esta máquina debe necesariamente disponer de un sistema muy eficaz de evacuación de olores y sonido, por lo que tuvimos que adecuar una cabina aislada adecuada que permita la instalación de extractores de olores a la vez que disminuir al máximo la contaminación acústica.

Además, se adquirió una Impresora Digital Xerox nueva, modelo 7830 por un valor de USD 6720.02, la que se encarga de los trabajos de mínimos y bajos tirajes, como tarjetas de presentación, identificaciones, gafetes, diplomas, invitaciones, nemados, adhesivos, etc., dejando así de tercerizar este servicio que lo veníamos haciendo desde 2007.

CUADRO SUGERIDO DE EQUIPOS POR PRIORIDADES 2015				
EQUIPO	AÑO SUG. COMPRA	COSTO APROX. VALORES ENTRE		OBSERVACIONES
EQUIPO DE PERFORADO Y ANILLADO	2016	\$ 700	\$ 1,500	
LAMINADORA DE PLIEGOS	2016	\$ 8,000	\$ 13,000	
OFFSET HEIDELBERG SM52-5 COLORES	2017	\$ 140,000	\$ 320,000	SE REQUIERE VENDER LAS 2 GTO.
DOBLADORA CAPACIDAD MEDIA	2017	\$ 3,500	\$ 6,000	
MOTO DE REPARTICION Y MENSAJERIA	Por definir	\$ 1,500	\$ 3,000	
COMPUTER TO PLATE SYSTEM CTP	Por definir	\$ 60,000	\$ 80,000	
<b>PARA DAR EL SIGUIENTE PASO SE RECOMIENDA CONTAR CON LOCAL PROPIO O MAS AMPLIO</b>				
GUILLOTINA AUXILIAR POLAR	Por definir	\$ 12,000	\$ 18,000	
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	

- Una inversión que se viene cada año más apremiante es la de una prensa de 4 o 5 colores, (recomendable 5 colores), por la cantidad de máquinas de 4

colores que están operativas en la actualidad en Cuenca, eso ha dado una gran ventaja competitiva a nuestros competidores, por dos razones fundamentales: en tiempo y costos. Nuestra configuración de dos máquinas de dos colores sin duda logra realizar trabajos similares a lo que se logra con una de 4 colores, sin embargo requiere un solo prensista, lo que baja significativamente los costos de impresión, hablamos que el costo de un prensista mensual oscila entre los USD800 y USD 1000 por mes, además de los tiempos muertos de secado entre la salida de la primera máquina a la entrada de la segunda, de todos y cada uno de los trabajos, algunos la demora es mínima según la carga de color, materiales, etc. pero en otros la espera es significativa y no solo toma más tiempo producir, sino que nos cuesta más. Una máquina de 5 colores permitiría que podamos ser más competitivos ofreciendo a bajo costo un 5º color, que puede ser metalizado, directo o barniz brillo o mate, cosa que para un competidor con una máquina de 4 colores, duplicar el tiraje en ella.

- Una laminadora que pega una lámina de papel fino con una lámina de cartón prensado o micro corrugado o corrugado. Este equipo se vuelve atractivo por que la demanda de algunos packs hoy por hoy, requiere que la dureza y rigidez del pack será alto. El 2015 estuvimos fuera de participación en ese rubro de cajas, esperamos que para el 2016 podamos incluir este proceso a la imprenta.
- Una perforadora para anillos, de tipo cuadrado industrial, es una maquina más robusta, mas durable en comparación a las que tenemos actualmente, la que nos eleva el costo del mantenimiento por el desgaste de las brocas/sacabocados que resultan costosos y de duración media. A diferencia de esta máquina el mantenimiento es menos frecuente y más sencillo, además el costo de mantenimiento es mucho más bajo.
- Dobladora que pliega y termina dípticos, trípticos, plegables, pliego de libros, etc., en grandes cantidades, proceso que antes lo hacíamos manual, ahora lo tercerizamos con EDB, lo que nos ha permitido competir con otras imprentas. Es recomendable contar con un equipo de doblado de menor capacidad para atender pedidos manejables, y continuar tercerizando con los pedidos de mayor volumen.
- Una Plegadora de cajas, muy útil cuando se trata de un alto volumen de armado de cajas con sistema fondo automático. Sin embargo esta prioridad dejo de ser prioridad. gracias a que tenemos un proveedor local que nos asiste cuando tenemos este requerimiento.
- Se debe ir anticipando en su momento la adquisición de un local propio, donde el espacio no sea una limitación para crecer, y aunque todavía nos encontramos en un lugar estratégico y cómodo por contar con nuestros principales proveedores (especialmente dos proveedores de placas) a solo cuadras de distancia, es importante ir pensando en ello.

## 2.5 INVENTARIOS

Los inventarios al 31 de diciembre de 2015 se muestran en el siguiente cuadro comparativo respecto a ejercicios anteriores:

INVENTARIOS	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MATERIA PRIMA	\$ 2,815.18	\$ 2,131.69	\$ 1,532.31	\$ 1,529.14	\$ 4,501.04	\$ 21,727.10	\$ 39,480.93	\$ 14,384.71	\$ 10,413.84
PRODUCTO EN PROCESO	\$ 222.53	\$ 2,293.89	\$ 993.47	\$ 2,641.78	\$ 507.17	\$ 10,055.34	\$ 2,881.10	\$ 0.00	\$ 0.00
PRODUCTO TERMINADO	\$ -	\$ -	\$ 3,225.71	\$ 7,705.02	\$ 1,258.97	\$ 10,640.53	\$ 14,338.22	\$ 0.00	\$ 10,610.89
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3,037.71</b>	<b>\$ 4,425.58</b>	<b>\$ 5,751.49</b>	<b>\$ 11,875.94</b>	<b>\$ 6,267.18</b>	<b>\$ 42,422.97</b>	<b>\$ 56,700.25</b>	<b>\$ 14,384.71</b>	<b>\$ 21,024.73</b>

## 2.6 CARTERA

El valor de cartera por cobrar al 31 de diciembre de 2015 fue de USD 146.547 en comparación con la cartera del 2014, registrando una disminución de 21.4%, detalle en cuadro a continuación:

CARTERA	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
CLIENTES POR COBRAR	\$ 10,673	\$ 39,915	\$ 41,817	\$ 50,507	\$ 74,147	\$ 164,810	\$ 173,295	\$ 186,476	\$ 146,547

## 2.7 ENDEUDAMIENTO

La empresa cerró 2015 un incremento en su endeudamiento total en relación al año 2014 en un 8%, quedando 12USD 1.842 con el B. Bolivariano por la deuda del Vehículo, USD 15.621 en B. Pichincha y USD 10.374 en B. Machala por máquina de Selectivo UV + Túnel UV e Impresora Digital Xerox. Se canceló la totalidad del Crédito de USD 12.000. En relación a proveedores la cuenta registro una disminución de un 1.4%, cabe anotar que el mayor volumen de ventas se registró en octubre, noviembre y diciembre. El detalle en la siguiente tabla:

ENDEUDAMIENTO									
RUBRO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Proveedores	\$ 27,758	\$ 35,379	\$ 37,636	\$ 49,355	\$ 38,405	\$ 74,596	\$ 69,506	\$ 98,012	\$ 96,574
Prestamo Bolivariano 20000 VEHICULO	\$ 17,792	\$ 8,156	\$	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 8,807	\$ 12,207	\$ 1,842
Prestamo Banco Bolivariano 12000	\$	\$ 3,600	\$	\$ 0	\$ 3,456	\$ 0	\$ 0	\$ 4,140	\$ 0
Bolivariano USD 8.000	\$	\$	\$ 8,000	\$ 706	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
B. Pichincha USD 40.000	\$	\$	\$ 39,060	\$ 28,842	\$ 13,669	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Banco de Pichincha 24000									\$ 15,621
Banco de Machala 15000									\$ 10,374
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 45,550</b>	<b>\$ 47,134</b>	<b>\$ 84,696</b>	<b>\$ 78,903</b>	<b>\$ 55,530</b>	<b>\$ 74,596</b>	<b>\$ 78,313</b>	<b>\$ 114,359</b>	<b>\$ 124,411</b>

## 3.- ASPECTOS LABORALES

### 3.1 LABORAL

Al cierre del año 2015 la compañía cuenta con 15 empleados contratados con las siguientes novedades:

- Presentó la renuncia el Guillotiner y encargado de Bodegas e Inventarios, el 12 de octubre el Sr. Vicente Cabanilla, quien renunció y se lo liquidó sin novedad.
- Se contrató una persona más para bodega, en vista de la imposibilidad de que guillotiner opere máquina y se encargue de las bodegas, esto retrasaba la producción puesto que para 4 máquinas existe una sola guillotina, volviéndose con frecuencia un cuello de botella, además de que permite mantener los inventarios en orden, situación que has sido un talón de Aquiles en la empresa, además tiene otras funciones y responsabilidades de limpieza, inspección de archivos, mensajería adecuada, entre otras.
- La vendedora María Q, ingreso el 9 de marzo y renunció el 30 de octubre, se lo liquidó sin novedad.
- Cabe destacar que la gestión actual del departamento de diseño es óptima, hemos logrado llegar a los estándares de producción requeridos a diferencia de la situación que afrontamos en 2014.
- Es importante mencionar también el éxito con el prensista E.G. que entro de aprendiz en junio de 2013. Actualmente maneja la KORD independientemente y la GTO bajo supervisión, eso nos ayuda mucho al momento de flexibilizar la producción y rotar de prensas según las condiciones de la producción y más aún en caso de que se presente la necesidad de dar mantenimiento correctivo a alguna de las maquinas.

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	AL CIERRE 2015
Personas Contrato Plazo Fijo	9	9	14	12	14	16	15	16
Personas Contrato por Horas	-	-	0	0	0	0	0	5
Personas Tercerizado	-	-	0	0	0	0	0	0
Personas Intermediarios	-	-	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>21</b>

### 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 2015 se han realizado mejoras e implementaciones en la parte administrativa, respecto los siguientes puntos específicos:

- En 2015 trabajamos continuamos trabajando en mejora continua, donde el objetivo es llegar siempre a una situación de Ganar-Ganar, estamos trabajando para involucrar a los responsables de cada pedido, tarea o sección, de manera que cada uno ponga especial atención, procure excelencia en su gestión y se responsabilice por los resultados de la misma.
- La recuperación de cartera en 2015 muy difícil, nos mantuvo en una situación de iliquidez gran parte del año, fue un año donde se caracterizó por una escasez de dinero en el país, esto obligó a que Gerencia intervenga durante el periodo en cumplir con la recaudación, la tendencia está en agudizarse para el 2016.
- Respecto al sistema contable se determinó finalmente su ineficacia, resultado arrojado luego de una primera etapa de una gestión de auditoría llevada a cabo desde el mes de agosto, por la empresa Corpadvice. Luego de esa etapa, el auditor recomendó la instalación de un sistema contable que fue desarrollado y puesta a prueba para Imprenta Grafisum, por lo que se decidió de dejar de trabajar con el sistema Software Comercial FST, para trabajar con este nuevo sistema Bits, Sistema que esperamos que este funcionando y operativo al término del primer cuatrimestre de 2016.
- En este año logramos algunas mejoras y avances más en relación a 2014 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, a su vez cada persona o equipo es encargado de gestionar a empresa tercerizadora, precio, tiempo de respuesta, calidad, servicio, días de crédito, etc. Para ello hemos capacitado, entrenado y verificado la gestión de cada uno, los resultados son muy satisfactorios.
- En este año, a diferencia de 2014, hemos logrado excelente ventajas competitivas presionadas por la situación de competitividad y agresividad en el mercado. En el tema de placas es el más relevante, se hizo un convenio de placas e insumos que disminuyó considerablemente el precio de las placas además una mejora sustancial en el tiempo de entrega, y un servicio de preferencia.
- Cabe mencionar que luego del cálculo actuarial en relación al periodo 2015 al igual que en 2014, los valores de Jubilación Patronal tuvieron una disminución respecto a 2013 de USD 8.301,52, sumado el valor de 2014 y 2015, 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 2015 fue de USD 30.324. Considerando que de este valor se provisiona el pago de los trabajadores que es USD 4.638.87 y el pago del Impuesto a la renta del ejercicio, que en 2016 se tendrá que cancelar USD 9.722.36 menos las retenciones respectivas de USD 5695.86 dando un total a pagar al SRI de USD 4026.50.

RESULTADOS:									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
RESULTADO ANUAL	(\$ 2,430)	\$ 7,188	(\$ 3,528)	\$ 14,160	\$ 19,905	\$ 78,430	\$ 45,312	\$ 6,206	\$ 30,324

##### 5.2 PATRIMONIO

Al cierre del año 2015 la compañía registra un patrimonio que asciende a USD 234.874 registrando un incremento del 7.1% según lo indicado en cuadro a continuación:

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	AL CIERRE 2015
PATRIMONIO	\$ 35,070	\$ 65,637	\$ 90,109	\$ 98,605	\$ 98,486	\$ 136,877	\$ 221,030	\$ 218,310	\$ 234,874
% VARIACION		49.0%	2.0%	8.6%	-0.1%	28.0%	38.1%	-1.2%	7.1%

#### 6. OBJETIVOS Y RECOMENDACIONES

1. Analizar la viabilidad de la adquisición de una máquina de 5 colores, negociando como parte de pago las maquinas que serán reemplazadas por la mencionada, esta compra significaría un gran avance en capacidad productiva, y una reducción significativa de los costos de impresión, porque se reduce un prensista.
2. Mantener el plan de mantenimiento Correctivo y Preventivo, entre los meses de enero y febrero, y julio y agosto de 2016, 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 2015 aunque mucho mejor que 2014 aun significa un factor adverso que provoca retrasos y problemas.
3. Levantar un departamento de ventas con un vendedor con el objetivo de llegar a más clientes, busquen más clientes y nuevos nichos, y que fortalezcan la relación con algunos clientes actuales.
4. Considero fundamental continuar mejorando e invirtiendo en el ambiente de trabajo, con el objetivo lograr una comunicación eficaz, cooperación de todo el equipo, mejorar nuestra respuesta productiva frente a gran volumen de trabajos y cortos plazos. Además, 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

7. Continuar y potenciar la estrategia de "Excelencia de Servicios", personalizado, con asesoría, oportuna, para los clientes por parte de todos los miembros del equipo.
8. Buscar opciones de negocio que generen contratos de trabajo por tiempo definidos y frecuentes.
9. Procurar minimizar la dependencia con proveedores de servicios tercerizados, como: Placas, Troquelado, Doblado, Laminado, 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.
10. 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.
11. Reforzar y gestionar más efectiva la recuperación de cartera, percibimos una situación de iliquidez general, que particularmente en 2015 nos afectó y nos mantuvo con un flujo sumamente apretado.
12. 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 2015 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, 19 de marzo de 2016

Atentamente,

Ing. Diego Lara Moscoso  
Gerente  
Colomova Cía. Ltda

