

**LUMINIS CÍA. LTDA.**  
**INFORME DE GERENCIA**  
**CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2011**

**Estimados:**  
**Junta General de Socios**  
**LUMINIS Cía. Ltda.**

Cumpliendo con lo estipulado en el Artículo 124 de la Ley de Compañías y en el estatuto vigente de Luminis Cía. Ltda., en mi calidad de Gerente General, pongo a vuestra consideración el informe de las actividades correspondientes al ejercicio económico terminado al 31 de Diciembre 2011 y cuáles serán las perspectivas económicas para el año fiscal 2012.

**I.- ANTECEDENTES Y ENTORNO ECONÓMICO:**

***Economía y Política***

A finales del año 2011, cambian las perspectivas de recuperación de la economía mundial y la crisis financiera internacional se recrudece, afectando principalmente a los países de la zona euro como consecuencia, según el FMI, de tres factores: el elevado costo de la deuda emitida, la venta masiva de activos por parte de los bancos (desapalancamiento financiero) y el efecto de los recortes fiscales para alcanzar los objetivos de déficit público marcados por el Pacto de Estabilidad y Crecimiento de la Unión Europea. Este retroceso económico ha llevado a los organismos internacionales a revisar a la baja las tasas de crecimiento para 2012 en todos los países. Respecto a las economías en desarrollo, si bien mantienen tasas de crecimiento ampliamente superiores a las de los países desarrollados, también se han visto afectadas negativamente, principalmente por la caída en la demanda de sus exportaciones.

De acuerdo a las estimaciones del Fondo Monetario Internacional el año 2011 cierra con tasas de crecimiento inferiores a las de 2010 en prácticamente todos los países. La tasa de crecimiento a nivel mundial en 2010 muestra una fuerte recuperación respecto a 2009, moderándose significativamente en 2011, pasando del 5,2% al 3,8%. Las economías más afectadas por la crisis continúan siendo las más desarrolladas con previsiones de crecimiento para 2011 del 2,3% para las 7 economías más avanzadas (1,8% para Estados Unidos) y del 1,63% para la zona euro. América Latina también recibe en 2011 el embate de la crisis internacional con una disminución en el ritmo de crecimiento desde el 6,1% al 4,7%. No obstante, los países latinoamericanos tienen comportamientos diferenciados. Argentina estaría liderando en el ritmo de crecimiento en la región con un 8% en 2011,

seguido de Panamá 7,4%, ambos con retrocesos respecto a 2010, seguidos por Chile 6,55%, que mejora significativamente respecto a 2010. Los países de la zona andina excepto Perú y la mayoría de países de Centro América también habrían tenido un mejor desempeño en 2011 respecto a 2009 y 2010.

Respecto a Ecuador, uno de los principales temores que han motivado los comentarios de los analistas económicos está relacionado con la crisis europea y en particular de España (con tasas de crecimiento de -0,1% para 2010 y 0,7% para 2011). El motivo es que Ecuador podría haberse visto afectado negativamente por un decaimiento en las exportaciones y por una disminución en el envío de remesas desde el principal país emisor de las mismas, España. No obstante, este hecho no se ha producido, y el ritmo de crecimiento del país habría subido del 3,6% en 2010 al 5,8% en 2011 según las estimaciones del FMI.

Las estimaciones de la CEPAL fueron más optimistas, en el informe "Balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe 2011"<sup>1</sup>, sitúa a Ecuador como la tercera economía que más crece en América Latina, estimando un 8% para 2011, después de Panamá (10,5%) y Argentina (9%), muy por encima de la media regional (4,3%).

Finalmente, en marzo de 2012, el BCE publica las cifras definitivas del crecimiento real o en términos constantes de 2000 alcanzando el 7,78%, dos puntos por encima de las previsiones del FMI, y muy similares a las de la CEPAL

Respecto al peso relativo en la actividad económica ecuatoriana, los sectores de otros servicios y comercio al por mayor y al por menor son los de mayor contribución relativa al PIB con el 16,6 y 14,7% respectivamente en 2011. Estos sectores mantienen prácticamente invariado su peso relativo respecto a 2008 lo que nos indica que no habido una transformación productiva hacia una mayor tercerización de la economía. El tercer sector en peso es la industria manufacturera (excluida la refinación de petróleo) con el 13,9% del PIB lo que supone un incremento discreto en su peso de 0,3 puntos porcentual respecto a 2008 evidenciando la lentitud en el proceso de industrialización en el país. La extracción de petróleo crudo y gas natural es el cuarto sector en importancia, con un 12,7% del PIB, con una bajada en su peso en la actividad económica desde el 14,3% de 2008.

Ahora bien, cuando atendemos a los niveles de concentración de mercado, según el Censo Nacional Económico 2010 confeccionado por el INEC, el 10% de las empresas del país realiza casi el 96 % de las ventas totales y si cogemos el 1% de las empresas, realizan el 86% de las mismas. Los principales grupos económicos del país (75 según el SRI), en 2003 tenían ingresos que representaban el 32,5% del PIB, en 2010 sus ingresos habían subido a casi el 44% (Martín-Mayoral y Varela, 2012).

La CEPAL, en su informe "Balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe 2011" , reduce moderadamente la previsión de crecimiento en América Latina en

2012 al 3,7%, aunque no descarta “un escenario más desfavorable”, si los problemas de la zona euro no se resuelven. Según este informe, Ecuador continúa liderando el crecimiento en la región situándose en 4ª posición después de Haití, Panamá y Perú, con una tasa estimada de crecimiento para 2012 del 5% en términos reales. El Banco Central del Ecuador prevé tasas similares (5.35%), con una paulatina caída en los siguientes años.

Estas previsiones nuevamente contrastan con las del FMI, con un crecimiento estimado para el Ecuador en 2012 del 3,8% y una caída en los años siguientes (3,4% en 2013 y 2,69% en 2014 y 2015). El Banco Mundial, en el Global Economic Prospects (2012) es todavía más conservador y estima un crecimiento del 3,35% para 2012 aunque en 2013 sus previsiones son de un ligero repunte hasta el 3,41%.

Todos los componentes de la demanda interna crecerán a tasas positivas pero con tendencia decreciente según las previsiones del BCE. El consumo de los hogares crecerá al 4,7% en 2012, cayendo hasta el 3,6% en 2015. La mejora del sistema financiero con un mayor acceso al crédito privado previsiblemente permitirá aumentar el consumo privado. Respecto a las remesas recibidas, a pesar del crecimiento experimentado en 2011 en un 3,13% respecto a 2010 por recuperación de las economías desarrolladas (EEUU e Italia principalmente), es probable que caigan nuevamente dadas las previsiones de bajo crecimiento de 2012 de los países desarrollados, por lo que este rubro podrían no contribuir al aumento del consumo privado.

Por sectores económicos, el gobierno apuesta por un fuerte crecimiento del sector manufacturero a partir de 2012 (9,4%), una vez cumplidos los objetivos de impulsar, en palabras del BCE “el cambio en la estructura productiva del país y reducir las importaciones de bienes de consumo, para generar un desarrollo endógeno”. Los mayores incrementos previstos por el BCE dentro de este sector son Elaboración de bebidas (22,8%), producción de madera y productos de madera (11%) y carnes y pescados (10,3%). Sin embargo, el bajo crecimiento experimentado por este sector durante los cinco años de gobierno nos hace dudar de estas previsiones, máxime cuando existe una política clara de planificación del desarrollo industrial.

*Fuente: estudios de la Cepal*

#### ***Nuestro Sector:***

De acuerdo con la Cámara de Industrias del Tungurahua, aproximadamente el sector cuero y calzado emplearía a 100.000 trabajadores, lo que significa que aproximadamente medio millón de ecuatorianos estarían relacionados con esta actividad.

En ese sentido, la salvaguardia aplicada mediante un arancel específico a la importación de calzado a principios del año 2009, ha tenido una alta efectividad y, de acuerdo a datos del Banco Central del Ecuador, ha provocado una sustancial disminución de las importaciones de zapatos, tanto en valores como en volúmenes. Así tenemos que en el

año 2008 se importaron 133 millones 491 mil 760 dólares (US\$ 133'491.760, 00) correspondientes a 22 mil 080 toneladas; mientras que en el año 2009 se importaron 61 millones 247 mil 520 dólares (US\$ 61'247.520) correspondientes a 6 mil 341 toneladas. 3 En términos de valores las importaciones de calzado se redujeron por sobre el 55%, mientras que en volúmenes disminuyeron en más del 70%, todo gracias al arancel de 10 dólares a la importación de cada par de zapatos, que luego ha ido disminuyendo (el arancel) progresivamente hasta ubicarse en USD 6.

Es importante notar que la reducción en volúmenes es superior a la correspondiente a valores, aquello se debe a que los zapatos importados cuyo precio era menor a 10 dólares se dejaron prácticamente de importar, pues perdían total competitividad frente a la producción nacional que atiende precisamente a ese segmento. Sin embargo, los zapatos de mayor valor se siguieron importando, e inclusive se incremento su introducción al país, pues, proporcionalmente el arancel dejaba de ser significativo. Por ejemplo, para un par de zapatos cuyo precio de importación es 50 dólares, un arancel específico 10 dólares significa solamente el 20% del valor; por el contrario, si como en el caso del calzado chino cuyo precio de importación era de 1 dólar con 22 centavos, el arancel específico de 10 dólares encarece a este calzado en aproximadamente un 800 por ciento.

Precisamente, de acuerdo al Ministerio de Industrias y Productividad, el 96% de las importaciones de calzado se concentran en el rango de 0 a 8 dólares, que son los que compiten con la producción interna de zapatos, por lo tanto el arancel de 10 dólares aplicado en el año 2009 y de 9 dólares del 2010 y 6 dólares actualmente, generan un efecto protector eficiente para el calzado ecuatoriano.

Aquello ha provocado una recuperación particularmente importante del sector, que ha tenido un crecimiento en niveles cercanos al 30 por ciento, de acuerdo a la presidenta de la Cámara del Calzado de Tungurahua, Lilia Villavicencio.

## **II.- ACTIVIDADES DESARROLLADAS.-**

### ***Cumplimiento de Objetivos:***

A finales del 2010, y debido a los múltiples problemas de abastecimiento por parte de los proveedores de calzado, Luminis decide incursionar en la fabricación propia de una línea de calzado, se decide entonces entre Juan Francisco Cobo y Wilmer Vargas (gerente comercial de Luminis) instalar un taller para la fabricación de calzado es así como se forma Calzafonte Cía. Ltda. los primeros meses del 2011. Luminis decide apoyar este proyecto con la condición de que Luminis sea el distribuidor exclusivo de los productos fabricados por Calzafonte. Luminis colocará una margen del 25% aproximado a los productos que Calzafonte le oferte así debería cubrir sus gastos de venta y generar su rentabilidad. A continuación una serie de datos cronológicamente ordenados a fin de verificar el cumplimiento de objetivos:

- 1.- Se instala los primeros meses del año calzafonte con los aportes de los socios mencionados arriba, se lanzan estos productos con éxito al mercado los primeros meses del año.
- 2.- Se acuerda con Cuesper y Corpincesa un convenio de asesoramiento y consultoría para el lanzamiento de una línea de calzado inyectado con la marca Anatom de propiedad del Sr. Patricio Cuesta. Los primeros meses del año se contrata por prestación de servicios al Sr. Max Ubilluz para administrar ese proyecto.
- 3.- Se acuerda con el Sr. Mauricio Vela la administración del proyecto Maddog, Luminis acuerda la participación del 50% de este proyecto en la rentabilidad que genere. Se acuerda con Mauricio Vela la administración de este proyecto y su puesta en marcha a fin de obtener un rendimiento en las utilidades generadas por este proyecto. La marca MADDOG es compartida entre Mauricio Vela y Luminis.
- 4.- Se cuenta a inicios de año con dos vendedores así como la participación esporádica de comisionistas (Sr. Carlos Guerra y Sr. Eduardo Merchán) en las ventas de la empresa.
- 5.- Durante los tres primeros meses del año los esfuerzos se concentran en la venta de MADDOG y en la consultoría para Corpincesa, Calzafonte inicia recién sus operaciones en Marzo 2011.
- 6.- En marzo se presentan los primeros inconvenientes con Corpincesa por lo que se deja de lado la consultoría, se enfoca en Calzafonte prácticamente toda la gestión de ventas, Maddog ya no se tienen reposiciones de producto.
- 7.- El Vendedor Sr. Lascano deja la compañía por renuncia en Marzo 2011.
- 8.- En mayo los dos comisionistas: Sr. Merchán y Sr. Guerra dejan de prestar sus servicios como comisionistas.
- 9.- El vendedor Sr. Mario Calero deja la compañía por encontrársele utilizando los viáticos de la empresa para gestionar productos de otras fábricas.
- 10.- Se contrata al Sr. Miguel Ramirez como comisionista para la zona de la costa en Mayo del 2011, mismo que trabaja hasta Julio 2011, se desvincula por sus propios medios ya que decide trabajar para otra empresa, en octubre regresa el Sr. Ramirez debido a que no le cumplen lo ofrecido en la otra empresa y trabaja con relativa normalidad octubre, noviembre y diciembre. Debido a que se le contrata con un ingreso fijo se observa que su producción no es suficiente para pagar los costos y gastos que genera.
- 11.- En Julio 2011 se contrata como vendedor al Sr. Jaime Sotomayor, vendedor al que se le proporciona un sueldo competitivo así como todas las facilidades de gastos de viaje y movilización inclusive. Trabaja con relativa estabilidad hasta Diciembre 2011 sin embargo los problemas de baja productividad empiezan a evidenciarse a finales de año.
- 12.- Se contrata como vendedor al Sr. Santiago Lizano en Julio del 2011, vendedor que decide separarse de la empresa en Octubre del 2011 por problemas de compatibilidad con Wilmer Vargas

y bajo nivel de compromiso en su trabajo. A este vendedor se le proporciona también un ingreso competitivo y gastos de viaje así como movilización colocada por la empresa.

13.- En octubre del 2011 se contrata al Sr. Franklin Ramirez, vendedor que se proporciona sueldo, viáticos y movilización dispuesta por la empresa. El vendedor a finales de año decide separarse de la empresa por problemas de salud.

14.- En agosto se decide con Mauricio Vela retomar el proyecto Maddog, administrado directamente nos Luminis a través de Max Ubilluz, se desarrolla producto y se lanza con relativo buen resultado los meses de agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre la línea sin embargo los gastos excesivos hacen que la línea sea deficitaria.

15.- En octubre del 2011 recién los productos de la marca Anatom pueden ser lanzados al mercado sin embargo al estar mal desarrollados por Corpincesa no se tienen los resultados esperados, una colección reducida y mal fabricada hace que el producto no rote en el mercado. Tomando en cuenta también que en ese momento la fuerza de ventas estaba ya consolidada con dos vendedores tiempo completo.

16.- En noviembre 2011 se acuerdo trabajar con Andinashoes para distribuir en forma exclusiva la marca Lynx fabricada en el Perú. Se lanza la temporada navideña con este portafolio y se logra una buena colocación. Existen problemas en las entregas que el proveedor realiza, entrega en forma incompleta y se deben resolver problemas sobre la marcha. Un problema es la anulación de pedidos de los clientes cuando las órdenes ya fueron colocadas, esto produce que al menos un 13% del pedido se quede en inventario teniendo que pagar al proveedor unas ventas que no se han cobrado aún peor lo que se queda en inventario.

17.- En octubre se sufre una descoordinación para abordar la temporada navideña. Se sale muy tarde a vender para la temporada con una colección de Oliphant incompleta y floja en el diseño.

A continuación unos datos de ventas ESTIMADOS, obtenidos de los reportes de entregas que son cifras aproximadas sin embargo permiten hacer comparaciones:

<b>2010</b>	<b>Ventas</b>	<b>Costo</b>	<b>Margen Bruto</b>	<b>Comisiones</b>	<b>Logístico</b>	<b>Margen Operativo</b>
Enero	\$ 959,30	\$ 806,00	\$ 153,30	\$ 47,97	\$ 11,51	\$ 93,82
Febrero	\$ 5.297,30	\$ 4.366,00	\$ 931,30	\$ 264,87	\$ 63,57	\$ 602,87
Marzo	\$ 70.707,98	\$ 61.304,18	\$ 9.403,80	\$ 3.535,40	\$ 848,50	\$ 5.019,90
Abril	\$ 880,70	\$ 748,50	\$ 132,20	\$ 44,04	\$ 10,57	\$ 77,60
Mayo	\$ 3.994,50	\$ 3.224,40	\$ 770,10	\$ 199,73	\$ 47,93	\$ 522,44
Junio	\$ 6.117,52	\$ 5.249,74	\$ 867,78	\$ 305,88	\$ 73,41	\$ 488,49
Julio	\$ 21.285,99	\$ 17.746,87	\$ 3.539,12	\$ 1.064,30	\$ 255,43	\$ 2.219,39
Agosto	\$ 11.178,40	\$ 8.292,95	\$ 2.885,45	\$ 558,92	\$ 134,14	\$ 2.192,39
Septiembre	\$ 9.635,93	\$ 7.476,75	\$ 2.159,18	\$ 481,80	\$ 115,63	\$ 1.561,75
Octubre	\$ 2.966,28	\$ 2.480,00	\$ 486,28	\$ 148,31	\$ 35,60	\$ 302,37
Noviembre	\$ 8.598,85	\$ 5.307,00	\$ 3.291,85	\$ 429,94	\$ 103,19	\$ 2.758,72
Diciembre	\$ 13.528,24	\$ 8.929,80	\$ 4.598,44	\$ 676,41	\$ 162,34	\$ 3.759,69
<b>Total 2010</b>	<b>\$ 155.150,99</b>	<b>\$ 125.932,19</b>	<b>\$ 29.218,80</b>	<b>\$ 7.757,55</b>	<b>\$ 1.861,81</b>	<b>\$ 19.599,44</b>

<b>2011</b>	<b>Ventas</b>	<b>Costo</b>	<b>Margen Bruto</b>	<b>Comisiones</b>	<b>Logístico</b>	<b>Margen Operativo</b>
Enero	\$ 2.799,07		\$ 2.799,07		\$ 61,58	\$ 2.737,49
Febrero	\$ 13.192,41	\$ 9.336,52	\$ 3.855,89	\$ 659,62	\$ 290,23	\$ 2.906,04
Marzo	\$ 21.313,25	\$ 15.695,01	\$ 5.618,24	\$ 1.065,66	\$ 468,89	\$ 4.083,69
Abril	\$ 11.754,65	\$ 8.366,42	\$ 3.388,23	\$ 587,73	\$ 258,60	\$ 2.541,90
Mayo	\$ 20.329,77	\$ 11.392,38	\$ 8.937,39	\$ 1.016,49	\$ 447,25	\$ 7.473,65
Junio	\$ 23.031,24	\$ 14.569,40	\$ 8.461,84	\$ 1.151,56	\$ 506,69	\$ 6.803,59
Julio	\$ 21.535,54	\$ 14.244,37	\$ 7.291,17	\$ 975,92	\$ 473,78	\$ 5.841,47
Agosto	\$ 24.822,37	\$ 19.912,66	\$ 4.909,71	\$ 1.241,12	\$ 546,09	\$ 3.122,50
Septiembre	\$ 24.712,85	\$ 19.013,94	\$ 5.698,91	\$ 1.235,64	\$ 543,68	\$ 3.919,58
Octubre	\$ 21.778,74	\$ 15.592,30	\$ 6.186,44	\$ 1.088,94	\$ 479,13	\$ 4.618,37
Noviembre	\$ 35.520,59	\$ 25.626,48	\$ 9.894,11	\$ 5.576,53	\$ 781,45	\$ 3.536,13
Diciembre	\$ 29.844,02	\$ 22.688,95	\$ 7.155,07	\$ 1.492,20	\$ 656,57	\$ 5.006,30
<b>Total 2011</b>	<b>\$ 250.634,50</b>	<b>\$ 176.438,43</b>	<b>\$ 74.196,07</b>	<b>\$ 16.091,41</b>	<b>\$ 5.513,96</b>	<b>\$ 52.590,70</b>
	<b>\$ 37.304,73</b>	<b>\$ 25.031,53</b>	<b>\$ 12.273,20</b>	<b>\$ 1.725,28</b>	<b>\$ 820,70</b>	<b>\$ 9.727,21</b>
<b>Total 2010</b>	<b>\$ 155.150,99</b>	<b>\$ 125.932,19</b>	<b>\$ 29.218,80</b>	<b>\$ 7.757,55</b>	<b>\$ 1.861,81</b>	<b>\$ 19.599,44</b>
<b>Total 2011</b>	<b>\$ 250.634,50</b>	<b>\$ 176.438,43</b>	<b>\$ 74.196,07</b>	<b>\$ 16.091,41</b>	<b>\$ 5.513,96</b>	<b>\$ 52.590,70</b>
	<b>162%</b>	<b>140%</b>	<b>254%</b>	<b>207%</b>	<b>296%</b>	<b>268%</b>

- Las ventas de Luminis crecen de un año a otro un 62%
- El costo de ventas sube un 40%
- El margen Bruto sube un 254%
- El margen operativo antes de gastos de venta sube un 268%
- Sin embargo el problema principal es que los gastos de venta suben dramáticamente y hacen insuficiente el crecimiento de ventas, debido a esto se produce un margen negativo.

#### **Relaciones Institucionales y cumplimiento de obligaciones:**

Se ha cumplido a cabalidad las obligaciones tributarias, obligaciones patronales y laborales así como otras relacionadas con los entes de control estatal y gubernamental local.

#### **Cumplimiento de disposiciones de la Junta General**

Los libros sociales se mantienen al día así como todas las disposiciones de la Junta general de socios han sido cumplidas a cabalidad.

#### **Situación Financiera al cierre del ejercicio:**

Se presenta el informe de contabilidad generado por Ortiz & Asociados en donde se analiza todas las cuentas contables, se observa una pérdida en el balance de USD 8949,02

### **Conclusiones:**

El inicio de las operaciones en el 2011 así como el camino recorrido dejan varias lecciones:

#### **1.- Los problemas recurrentes de la empresa:**

- *El dimensionamiento excesivo de los gastos frente a la capacidad de generar margen.- Una fuerza de ventas costosa y con portafolio de productos limitado así como con canales de venta muy pequeños han generado un margen negativo.*
- *La rotación de personal de ventas.- Personal poco comprometido pese a un ingreso competitivo, falla en la determinación del perfil de vendedor que se requiere.*
- *La falta de control en el área de ventas.- Pese a ser pocos vendedores los mismos no han sido supervisados en forma permanente lo que ha ocasionado desvíos en las tareas encomendadas.*
- *Lenta recuperación de cartera.- Ocasionado por dos motivos:*
  - *Al ser productos de venta que no es masiva la cartera de clientes toma mucho en recuperar la cartera.*
  - *Clientes abiertos en forma incorrecta que no han cumplido con sus obligaciones.*
- *Falta de portafolio de productos.- Calzafonte, Maddog y Anatom en su momento no generaron la suficiente cantidad y calidad de productos que permita al área comercial hacer una gestión más eficiente.*
- *Canales de distribución limitados.- Los clientes abiertos en un gran porcentaje son clientes que han quedado mal en el pago de sus obligaciones. No se tiene tampoco clientes mayoristas, no se han incursionado en clientes de cadenas o grandes superficies.*

#### **2.- Las soluciones que se han planteado frente a estos inconvenientes siempre presentes en este año:**

- *Frente al gasto excesivo se ha prescindido de los servicios de los vendedores contratados, por el momento el mismo Gerente de Ventas realiza la función de vendedor hasta tener desarrollada las zonas y ver en el futuro la posibilidad de incorporar personal pero bajo otro esquema de trabajo, evaluando el perfil de vendedor que se requiere y tomando los recaudos necesarios.*
- *La rotación del personal de ventas, se definiría un perfil distinto de vendedor con unas aspiraciones menores tratando de capacitarlo y formarlo directamente en la empresa evitando de esta manera que desvíen sus tareas.*
- *El cambio del rol de Gerente de Ventas hacia un rol de control y supervisión. Se debe tratar de generar un equipo entre la asistente administrativa y el Gerente de*

ventas ya que lamentablemente no logran formar un equipo de trabajo que deje de lado sus diferencias personales.

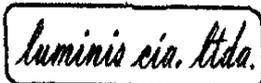
- Lenta recuperación de cartera.- Se está trabajando en depurar los clientes a fin de mantener en las rutas aquellos clientes que en este año han demostrado el cumplimiento de sus obligaciones. Se está incorporando además mas líneas de calzado fabricado en Calzafonte así como portafolios nuevos de Lynx y se tratará de incorporar fábricas de terceros para lograr un mejor desempeño de ventas. Se han bajado además los precios desde calzafonte a fin de lograr una venta más rápida para los clientes y por consiguiente un pago más oportuno hacia la empresa.
- Canales de distribución limitados se están tratando de corregir, el proyecto Maddog se está direccionando a encontrar un cliente importante que absorba toda la producción, se tiene muy avanzado ya un acuerdo comercial con Bunky para el efecto.

Ambato, Abril 2012



JUAN FRANCISCO COBO  
GERENTE GENERAL

LUMINIS CÍA. LTDA.



*Luminis Cía. Ltda.*

