

152087

Junta General de Accionistas

Colpisamotriz Ecuador S.A.

Ejercicio Económico 2009

Quito, 31 de marzo de 2010

Agenda

- 1. Informe de Administradores, Informe de Comisarios, Informe de Auditoria Externa, Balance y Estados Financieros por el año 2.009.**
- 2. Decisión sobre el destino de las utilidades.**
- 3. Nombramiento de Auditores Externos por el año 2.010.**
- 4. Nombramiento de Comisarios.**

Informe de Administradores

Junta General de Accionistas Ejercicio Económico 2009

1. Entorno
2. Principales Actividades
3. Cumplimiento de las disposiciones de la
Junta General de Colpisamotriz Ecuador S.A.
4. Comentarios a los Estados Financieros
5. Utilidades, reserva Legal.
6. El Futuro
7. Anexos



Informe de los Administradores a la Junta General Ordinaria de Accionistas

Quito, Marzo 2010

SEÑORES ACCIONISTAS:

Nos permitimos someter a su consideración el informe sobre la operación de COLPISAMOTRIZ ECUADOR S.A. durante el ejercicio económico 2.009.

1. Entorno 2009

En el año 2009, luego de las medidas anunciadas por el Gobierno Central a finales del 2008, se esperaba una contracción significativa de todos los sectores de la Economía especialmente en las empresas dedicadas a la comercialización de productos importados, por las restricciones y los cupos para las importaciones, impuestos nuevos a la salida de capitales y eliminación de exenciones. Adicionalmente durante el año, el precio del petróleo se mantuvo a niveles todavía altos lo cual permitió al gobierno continuar con su política económica de mantener un gasto fiscal elevado, con un crecimiento sostenido del gasto público.

Para el sector automotor y sus relacionados, se esperaba para el segundo semestre del 2009 una reducción significativa de las ventas, pero en la realidad ya en el primer semestre del año se pudo observar una reducción aproximada del 30% con respecto al año 2008; esto principalmente se debió a la crisis financiera la cual limitó el acceso a créditos en las entidades financieras y al hecho de que se disminuyó grandemente el financiamiento directo, adicionalmente a las medidas tomadas por el Gobierno Central, relacionadas con las importaciones; de todas maneras a partir del mes de Agosto se presentan variaciones positivas para las ventas del sector. La crisis realmente está concatenada: al trabarse la consecución de préstamos bancarios se reduce la compra de automóviles; al reducirse la adquisición, baja el volumen de fabricación; al disminuir la producción se disminuyen las ventas de pinturas, accesorios y en general productos para el mercado automotriz complementario.

Entonces, si bien Colpisa Ecuador no se vio afectada directamente por las medidas arancelarias, si sintió los estragos que indirectamente se ocasionaron por la caída en ventas del mercado automotriz en general. Además es claro que hubo una importante afectación por las nuevas medidas impositivas.

El Banco Central del Ecuador (BCE), en sus últimas proyecciones, estima que la variación anual del PIB sería del 0,98%, el PIB per cápita pasó de 3.961 a 3.669.

La inflación anual en este año se ubicó en 4,76%, el incremento decretado por el gobierno para el salario básico fue del 10% respecto al año 2009.

El índice de desempleo se ha ubicado en 7.93% y la subocupación total es del 50.5%.

Las tasas de interés se mantuvieron en valores entre el 11% y 15% para la tasa activa comercial y de consumo; y, entre 4% y 4,5% para la tasa pasiva.

El Gobierno ha anunciado varias medidas que vayan reactivando la economía, como por ejemplo eliminar las salvaguardias que afectaron a varios productos importados (aunque no a nuestras pinturas). Para el año 2010 se presupuesta una inflación anual promedio del 3,35%, crecimiento anual del PIB en 6,87% fundamentado principalmente por el impulso, según versiones oficiales, del sector no petrolero. Para el sector automotriz se estima un crecimiento del 3% en promedio anual respecto a lo sucedido en el 2009.

2.- Principales Actividades

A. Gestión Comercial:

Con respecto al mercado automotriz de repinte, como se había previsto tuvimos el efecto negativo; producto de las medidas arancelarias e impositivas tomadas a fines del 2008 sumadas a la crisis económica mundial. Las ventas reales de vehículos en el 2009 fueron de 92.000 unidades, lo que significa una disminución del 17% respecto al año anterior. Esto influye en el tamaño del mercado de repinte de manera indirecta. El tamaño total del mercado de repinte automotriz se calcula en base al número de autos nuevos vendidos por año, aplicando una tasa variable de siniestralidad en función del año de fabricación del vehículo.

Las marcas de pintura con presencia en el mercado y que tienen fabricación local han iniciado la introducción de líneas propias o el relanzamiento de otras, por lo que en este año 2009 y en los cuatro siguientes se tendrá que competir con estas nuevas líneas que tratarán de posicionarse y asegurarse una parte del mercado, dejando a las líneas importadas como oferentes de ciertos productos de mayor tecnología, para ciertos segmentos del mercado.

En cuanto al mercado de pintura automotriz, se ha presentado la siguiente evolución (el wholesale es venta a distribuidores y el retail es al usuario final):

AÑO	MERCADO RETAIL (USD)	MERCADO WHOLESALE (USD)
2006	10,061,517.68	6,841,832.02
2007	10,175,821.74	6,919,558.78
2008	10,541,932.84	7,168,514.33
2009	10,436,513.52	7,096,829.19

Como se observa el mercado ha sufrido un cambio en la evolución creciente que había mostrado en los últimos años, como efecto de la caída en ventas del sector automotor, anteriormente anotada.

El cuadro siguiente muestra la participación en ventas que Colpisa Ecuador ha tenido en los últimos años en cada uno de los segmentos del mercado de repinte:

SEGMENTO	2006	2007	2008	2009
A	1.38%	3.36%	11,38%	15.61%
B	10.41%	11.11%	13,69%	17.32%
Carroceros	8%	9.56%	12,71%	12.57%

Durante el año 2009 la labor comercial se enfocó en consolidar la participación en el segmento A del mercado lograda el año anterior, a través de la oferta de valor agregado que apoyara la optimización de la gestión de los talleres, controlando los costos y la eficiente utilización de los materiales. Consideramos que se cumplieron los objetivos en este segmento y es claro que los clientes apreciaron adecuadamente nuestra propuesta, logrando un incremento del 35% en la participación en el mercado.

En el año 2010 se modificará la oferta, manteniendo el enfoque en el servicio y capacitación, pero buscando nuevas alternativas de servicio, como por ejemplo implementar valor fijo por panel, buscando mantener precios competitivos mediante mezcla de productos entre líneas, es decir ya no se aplicará una segmentación pura por producto. Se hará también una revisión a la zonificación comercial del país y se establecerá una nueva distribución de zonas de interés y segmentación del mercado.

La línea 2K tiene precios altos e incluso superiores a contratipos del líder (Sikkens); de ahí que no prevemos un crecimiento mayor el año 2010 por la necesidad de competir con el líder, aunque es importante resaltar que hemos posicionado ciertos productos de 2K, convirtiéndolos en el referente de la línea y de la marca Nexa Autocolor. En la nueva estrategia de producto-precio-servicio estos productos serán importantes diferenciadores del segmento A y se los incorporará en una mezcla con productos de otras líneas, en base a su conveniencia precio-segmento, de la que se seleccionarán las condiciones que mejor se adapten al cliente.

En el segmento B, debido al incremento de precios realizado en Octubre de 2008, donde la línea ACS fue la más afectada (desde PPG) y que se evidenció mayormente durante este año, hubo dificultad de conseguir un mayor número de almacenes subdistribuidores, consideramos incluso que la dificultad fue mayor que en el 2008 debido a que nuestra línea ACS compite realmente en la parte superior de este segmento y en la inferior del segmento A. La competencia dispone de líneas con productos más baratos, mejor posicionados en el mercado y que ofrecen márgenes mucho más atractivos para los propietarios de los almacenes. Por estos motivos, en el 2009 replanteamos la estrategia comercial en el segmento B, combinando los factores de éxito de la oferta en el segmento A; concretamente se aplicó la estrategia de direccionamiento en servicio a talleres, con una colorimetría in situ por horas y manejo de inventario en locales del cliente. Aunque los resultados no muestran un crecimiento importante, al menos hemos podido obtener nuevos clientes del tipo taller. Probablemente se corra el riesgo de “canibalización” entre 2K y ACS en los talleres, por lo que es necesario analizar para el 2010 la permanencia de la línea o exclusivamente la continuidad de ciertos productos.

Otra razón para cuestionar la continuidad de la línea ACS, es el hecho de que Ixell también estará compitiendo en la parte inferior del segmento B.

El segmento de carroceros ha sufrido un importante decrecimiento a nivel país, debido principalmente a las dificultades en obtener financiamiento, ya que este mercado es muy sensible a este requerimiento. Se ha mantenido la participación en este segmento y se espera crecer en el mismo, a través de Ixell.

Hemos dejado de comercializar la línea ZYNAMIX casi en su totalidad, salvo por ciertas ventas spot con amplios descuentos, más orientadas a bajar el inventario. Sin embargo, continuamos comercializando ciertos solventes que por su precio han tomado el lugar de los diluyentes de las

líneas 2K y ACS. Se está tratando de viabilizar la tercerización local de solventes, para con ello eliminar por completo la línea Zynamix.

En el 2009 se inició la introducción en el mercado ecuatoriano de la línea Ixell, con poliuretanos y complementarios, a finales del año, en noviembre, se introdujo también la línea poliéster. Se ha logrado una presencia en el mercado de almacenes aunque no conseguimos que se convierta en una línea de producto con la cual podamos disputar gran volumen de dicho segmento. Esto en realidad se preveía desde un comienzo debido a que por sus precios se posiciona en la parte superior del segmento C y por los márgenes aun menores que para Almacenes podemos ofrecer. Para el 2010 la competencia ha tomado medidas muy agresivas como la disminución de precios, en valores que van del 20% al 30%, incremento de márgenes de utilidad y ampliación del plazo de crédito. Esto hace necesario un replanteamiento de la línea Ixell, para tratar de obtener mayor volumen en el segmento C o en último caso lograr que ciertos productos compitan ventajosamente con precios en los segmentos donde se ubican 2K y ACS.

De hecho se buscará posicionar a Ixell en el mercado de carroceros, incrementando la cartera de productos fabricados en Colpisa Colombia, definiendo precios competitivos especialmente en los productos de mayor demanda y ofreciendo márgenes interesantes para los subdistribuidores. Se espera que con la línea Ixell Verde, se logre competir en el segmento C medio y bajo, ya que por su tamaño tienen gran interés comercial.

Cabe anotar adicionalmente algunas estrategias comunes en las líneas de repinte, como son la redefinición de los programas de valor agregado en talleres y mezcla de productos para mejorar el posicionamiento en precios en los diferentes segmentos.

En conclusión, la estrategia comercial que ha dado mejores resultados a Colpisa Ecuador, porque se ha logrado un crecimiento sostenido, ha sido la venta a talleres; el cuadro a continuación muestra la evolución comparativa entre los años anteriores y el 2009 en cuanto al número y tipo de clientes:

CLIENTES	2006	2007	2008	2009
Talleres A	3	9	17	16
Talleres B	2	6	8	20
Almacenes	8	16	19	19

El cuadro a continuación muestra los objetivos planteados para el 2010 en Repinte:

OBJETIVOS VENTAS 2010 - REPINTE				
2K	ACS	ZYNAMIX (SOLVENTES)	IXELL	TOTAL
\$ 591,012.61	\$ 475,182.58	\$ 28,860.21	\$ 178,573.25	\$ 1,273,628.65

Los resultados totales del año por línea de producto, se muestran en el cuadro abajo, comparados contra los obtenidos en los años anteriores:

AÑO	2007	VAR	2008	VAR	2009	VAR
VENTAS	\$ 2,040,549	311%	\$ 3,076,503	51%	\$ 2,796,890	-9%
LINEA ACS	\$ 379,649	7%	\$ 444,772	17%	\$ 423,881	-5%
LINEA ENVIROCRON	\$ 63,558	413%	\$ 66,189	4%	\$ 64,438	-3%
LINEA ZYNAMIX	\$ 54,476	19%	\$ 51,599	-5%	\$ 57,904	12%
LINEA 2K	\$ 109,782	143%	\$ 425,121	287%	\$ 503,157	18%
OBB	\$ 1,384,307	8983%	\$ 1,999,125	44%	\$ 1,538,136	-23%
MAJESTIC	\$ 19,119	38%	\$ 27,777	45%	\$ 28,562	3%
EPOXICA PISOS	\$ 29,658	254%	\$ 61,920	109%	\$ 34,189	-45%
IXELL					\$ 146,623	

Cabe anotar que en el cuadro anterior, se han tomado en la línea OEM, exclusivamente las ventas propias de la operación de OBB; es decir no se consideran las ventas extras de Diciembre, ni las operaciones de ciertos productos adicionales con Colpisa Colombia (barniz, fosfato).

Además de resaltar el excelente resultado obtenido en la línea 2K, se debe valorar un auspicioso inicio de comercialización en Ixell lo cual ha permitido un crecimiento real en la participación en el mercado; mientras que en las otras líneas de repinte se nota ya un etapa estable en ACS e incluso declinante en Zynamix. Este crecimiento acompañado de una reducción de los costos de operación, una re-adaptación de la estrategia comercial y otras medidas complementarias, permitirá consolidar la operación de repinte en el 2010 y afrontar el difícil problema de competitividad por altos precios de nuestras líneas y márgenes bajos para almacenes distribuidores.

El resultado en la línea Epóxica pisos se explica principalmente por una drástica caída en la demanda, derivada del hecho de que de alguna manera el mercado para esa pintura es considerado estético; es decir es muy susceptible a la disponibilidad de superávit: cuando hay suficiente liquidez se "aprovecha" para mejorar la apariencia de los pisos de las zonas productivas. Ante medidas que limiten la producción, se esperará para hacer mejoras. El panorama para el 2010 en esa línea todavía no es alentador.

Como medida para mejorar los resultados de estas líneas adicionales, se buscará establecer alianzas estratégicas con contratistas y mayoristas, para vender los productos Majestic y Epóxica, para que efectivamente puedan generar una rotación aceptable a mediano plazo

Será indispensable en el 2010, también orientar las funciones del departamento comercial hacia el cumplimiento de objetivos complementarios de la compañía, como son la reducción de la cartera, la reducción de inventarios de baja rotación, facturación inmediata en cada punto de venta y control de gastos.

En cuanto a la línea OEM, se debe anotar que las ventas reales; esto es, sin considerar las ventas extras de nuevos productos que ocurrió a finales del año, estuvieron en el orden de \$1'538.000 en pinturas para consumo normal de GM. Aunque era una caída anual planificada en GM OBB, de todos modos la afectación fue bastante grande, pues representó un decremento del 23%; sin embargo, fue ligeramente compensada por dichas ventas extras a ensambladoras, en las que se lograron márgenes mayores lo cual hizo que el margen total de la línea subiera en el promedio del

año. Lamentablemente estas ventas son totalmente temporales por lo que no hemos presupuestado que se vuelvan a realizar en el 2010.

Es importante anotar que desde Febrero de 2010, se incrementarán las ventas OEM gracias a la atención directa a Maresa y entonces esta línea de negocio dejará margen neto positivo, gracias a que el margen en esta ensambladora es bastante más alto que el de OBB, además de que sus gastos operacionales son mucho menores.

B. Gestión Financiero - Administrativa:

En el año 2009 se continuó con la estrategia de control de gastos, lo cual permitió conseguir una reducción real de los mismos. Se consiguieron muy buenos resultados principalmente en la reducción de los gastos no deducibles lo que ha permitido la reducción de pagos de impuestos por este concepto.

Se concluyó con éxito el proceso de reclamo del crédito tributario al Sistema de Rentas Internas el cual fue iniciado en el año 2008, consiguiendo la recuperación del 95% del total del monto reclamado y que correspondía a los tres años anteriores. En el año 2010 se realizará una gestión similar aunque lógicamente se estima que el monto a recuperar sea significativamente menor.

Es necesario mencionar que en el año 2009 se concluyeron con éxito los trabajos de Auditoría Externa de los estados financieros del año 2008 y el estudio de Precios de Transferencia del mismo año, adicionalmente se contrataron los servicios profesionales de Micelle DFK Internacional para la realización de los informes de Auditoría Externa de los estados financieros del año 2009.

El capital suscrito y pagado de la compañía no ha tenido variaciones respecto al cierre del año 2008, se concluyó con éxito la negociación por la venta de acciones que fue encargada por parte de la Junta General de Accionistas y se ve reflejada en el Patrimonio de la compañía al cierre del año 2009.

Adicionalmente se puede mencionar que al 31 de Diciembre del 2009 Colpisamotriz Ecuador S.A. mantiene excelentes relaciones laborales con sus empleados, con quienes se encuentra al día en el pago de sus obligaciones.

C. Proyectos Especiales:

En el año 2009 se concluyó con el estudio de inventarios y se logró obtener información más precisa y detallada de la conformación del inventario, lo cual permitirá tomar acciones específicas dirigidas a la reducción del mismo, considerando variables de rotación y stocks. Adicionalmente se llevó a cabo un estudio pormenorizado de la Cartera, lo que ha permitido identificar las características principales de la misma y nos dará la pauta para dirigir nuestros objetivos para el mejoramiento de este indicador.

Para el año 2010 se ha programado con los estudios antes indicados, realizar acciones específicas con el fin de lograr la liquidación de los inventarios en un porcentaje importante, también se han definido políticas especiales de control y negociación con los clientes, para lograr reducir la cartera; con todo ello se busca minimizar el impacto de estos rubros en las necesidades de fondos que generan y por ende volver más saludable la realidad de la empresa.

3.-Cumplimiento a las disposiciones de la Junta General

Todas y cada una de las disposiciones de la Junta General fueron cumplidas de acuerdo a lo establecido en los estatutos de la compañía y a lo dispuesto en la ley de compañías.

Las obligaciones con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, el Servicio de Rentas Internas y la Superintendencia de Compañías han sido cumplidas y nos encontramos al día en el pago de todas las obligaciones laborales y tributarias.

4.-Comentarios a los Estados Financieros

A. Balance y Estados Financieros de Colpisamotriz Ecuador S.A.

Como se desprende del Anexo I, comparando los Estados Financieros con el año anterior encontramos que:

En el Activo:

El disponible incrementa en aproximadamente un 84% esto representa \$ 50.097.

El exigible aumenta en 48% debido principalmente al crecimiento de las ventas de las líneas de repinte que ha impulsado la compañía, adicionalmente existe un incremento adicional por las ventas extraordinarias generadas a las ensambladoras.

El activo realizable se reduce en un 10% esto se da principalmente por un control estricto y preciso del inventario especialmente de los productos OEM, adicionalmente por el incremento en ventas de las líneas de repinte y otras líneas, también una gestión de realización de inventario de baja rotación. En el rubro de impuestos retenidos se evidencia la reducción importante del 52% que corresponde a la negociación realizada de los valores reflejados en esta cuenta que corresponden a valores pagados al Sistema de Rentas Internas, los cuales han sido reclamados y aceptados por parte de este ente regulador y hemos logrado la recuperación del 95% de los valores reclamados, quedando un remanente a ser reclamado en el año 2010.

El activo corriente arroja una reducción del 4% en total, dado principalmente por la reducción del realizable e impuestos retenidos; lo preocupante es el crecimiento de la cuenta de activos exigibles de los cuales el principal rubro es el crecimiento de las cuentas por cobrar de la línea de repinte; se están realizando las gestiones necesarias para cuantificar claramente el monto de cuentas incobrables, buscando un asesoramiento tributario y legal que permitirá para el segundo semestre del 2010, generar la documentación pertinente para dar de baja la cartera que corresponda.

La inversión en Activos Fijos fue del orden de \$ 37.922 y refleja el costo de la compra de máquinas para la preparación de color principalmente para los talleres donde existió un crecimiento considerable de ventas, alcanzando aproximadamente un 33%; otra razón para este costo, es la adquisición de equipos de cómputo, considerando que en este año se suscitó un evento inesperado que fue el siniestro ocurrido con nuestro servidor y red de tecnología, lo que implicó una inversión importante en este sentido.

El total del activo se redujo en este año en 5% pasando a \$ 2.778.757,00.

En el Pasivo:

El pasivo corriente se incrementa en un 15%, principalmente en la cuenta de proveedores del exterior con Colpisa Colombia; cabe recalcar que el pasivo a largo plazo ha sido cancelado en su totalidad, con lo cual el pasivo total disminuye en un 4% tomando en consideración las acotaciones anteriores.

En el Patrimonio:

El capital social registra como capital social suscrito y pagado la suma de \$ 366.000, tomando en consideración el último incremento de capital que fue legalizado a través de su registro a inicios del 2009; y, una cuenta patrimonial de prima en venta de acciones por \$ 950.000; por lo tanto el patrimonio indica una valor total de \$ 1.316.000 similar al del año 2008.

El resultado del ejercicio corriente registra una pérdida de \$ 68.102,00.

Tanto a nivel del Patrimonio como del Pasivo y Patrimonio se ve una reducción del 5% respecto al año pasado.

Estado de Pérdidas y Ganancias:

Como se desprende del Estado de Pérdidas y Ganancias Anexo II, las principales variaciones fueron las siguientes:

Las ventas disminuyeron en 7%, los principales rubros fueron: la reducción real del 13% en las operaciones en General Motors lo que representó un total de ventas de \$ 1.733.271. Sin embargo, las ventas de pintura y productos para repinte tuvieron un incremento del 16% y de las otras líneas sumaron un total de \$ 127.189, es decir casi el mismo monto que el 2008; por ello el impacto final de la reducción en ventas OEM, no fue tan significativo.

Los costos de la mercadería vendida representan el 71% de las ventas, muy similar al valor del año anterior, a pesar de la caída de ventas totales; esto principalmente se da por el incremento en venta de productos de repinte los cuales proveen un margen mayor al que dejan los productos OEM. Estos últimos aportan con un margen de aproximadamente el 16%, gracias en gran medida a que se vio favorablemente incrementado con las ventas extraordinarias realizadas en el mes de Diciembre, que como ya anotamos se lograron vender con un margen significativamente mayor.

Los gastos de operación y ventas crecieron de igual manera en un 3%, esto se explica principalmente por la inflación del año lo cual generó un incremento en el costo de los servicios; lógicamente también se da por el componente variable de los salarios de los vendedores (comisiones), que creció proporcionalmente a las ventas. Adicionalmente cabe anotar que no hubo mayor posibilidad de reducción de los gastos de operación en el negocio OEM, debido a que la negociación internacional de provisión a GM considera una estructura determinada de asistencia técnica, para la provisión de los productos, la cual no puede ser modificada a pesar de la reducción importante de sus operaciones. También se debe tomar en consideración que dentro del año 2009 y como gastos registrados en el mismo, se han considerado rubros correspondientes a los que se realizaron por concepto de recuperación de créditos tributarios de ejercicios anteriores los cuales sumaron \$ 23.000 aproximadamente y alrededor de \$ 6.000 por concepto de reexportación de productos enviados erróneamente por PPG; parte de los cuales esperamos recuperar en el año 2010

a través de notas de crédito. Por lo tanto considerando estos antecedentes podemos indicar que el control y la reducción de gastos en general han sido satisfactorias pues se ha logrado disminuir el impacto de estos rubros en la operación.

Cabe mencionar que el total de estos gastos de operación, se mantuvo en alrededor del 27% del total de las ventas.

B.- Utilidades, reserva legal:

Este año como se ha descrito anteriormente se registra una pérdida en el ejercicio contable. Por lo tanto no aplica el determinar el destino de las utilidades.

4.- El Futuro:

Para el año 2010 se cuenta con la provisión para Maresa con lo cual se incrementarán sustancialmente las ventas de la línea OEM, desafortunadamente la operación con General Motors se ha visto afectada por la crisis mundial que enfrenta de manera especial esa marca y lógicamente el efecto que ha tenido en este año en el mercado ecuatoriano, ha sido una reducción de aproximadamente el 35% respecto al año anterior; el 2010 no presenta incrementos importantes en esta ensambladora. De todas maneras la nueva provisión para Maresa, con un margen mayor, hace que el crecimiento de esta línea se vea muy prometedor; aunque los márgenes en estos productos son reducidos, el gasto de operación para este nuevo negocio no será incrementado en gran medida puesto que se ha considerado que la estructura actual puede ser utilizada para la administración del mismo y el negocio en Maresa se lo manejará con una estructura mucho menor, por lo que los gastos adicionales que se deban realizar, no afectarán de una manera importante.

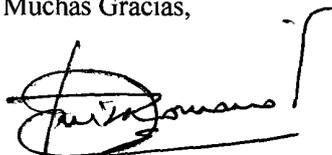
Se ha planificado un crecimiento conservador para las otras líneas enfocándose principalmente en la estructuración de una oferta comercial distinta, que permita ofrecer a nuestros clientes una alternativa de negocio interesante y que nos permita crear una fidelización con los mismos, preocupados continuamente en la satisfacción de sus necesidades, para ello se ha planificado la mezcla de líneas pues se ha identificado una competencia más concentrada en el precio, adicionalmente se ha pensado en la definición clara de costos para obtener un control más estricto del costo de ventas y poder analizar con una mayor efectividad el mismo. Se ha previsto para este año una reducción considerable de la cartera en este negocio, considerando que a finales del 2010 se llegue a tener un indicador de 80 días de cartera, adicionalmente se buscará una reducción significativa del inventario de baja rotación, también buscaremos un mayor apalancamiento con proveedores locales y con PPG que permita una estructura más ventajosa respecto a las necesidades de capital de operación.

Para el año 2010 será indispensable mantener de manera estricta un control del gasto de operación, para lo cual se ha realizado una revisión completa de los principales gastos que afectan las actividades de la compañía, con ello se espera llevar un control presupuestario mensual, buscando una reducción en función de la productividad y las ventas. Adicionalmente es fundamental el mantener, como ha sido hasta ahora, una adecuada política de negociación de modo que sigamos garantizando un margen adecuado de los productos que la compañía comercializa.

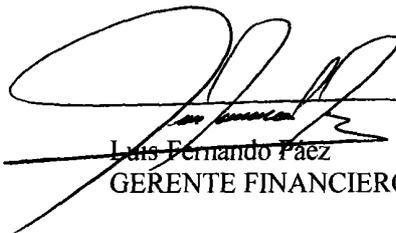
En cuanto a las medidas económicas dictadas por el gobierno central, debemos anotar que hay una que de manera especial tendrá una afectación importante y es que el Impuesto a la Salida de Capitales se duplica, pasando al 2% de las transferencias realizadas al exterior.

Finalmente, no nos queda más que agradecer a todos ustedes señores accionistas, por su confianza y su soporte constante y efectivo; a nuestra comunidad por darnos la oportunidad de servirlos y por la aceptación que han dado a nuestros productos; y, a todo el personal por su dedicación y compromiso.

Muchas Gracias,



Luis Romano Vinueza
GERENTE GENERAL



Luis Fernando Páez
GERENTE FINANCIERO-ADMINISTRATIVO

Anexo I

COLPISAMOTRIZ ECUADOR S.A.

BALANES GENERALES POR LOS EJERCICIOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE 2009

CONCEPTO	2008		2009		2008-2009	
	(\$)	%	(\$)	%	VALOR	%
EFFECTIVO	59,741	2%	109,838	4%	50,097	84%
CUENTAS POR COBRAR	552,049	19%	814,436	29%	262,387	48%
IMPUESTOS RETENIDOS	519,308	18%	247,962	9%	-271,346	-52%
INVENTARIOS	1,430,518	49%	1,287,233	46%	-143,285	-10%
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	2,561,616	88%	2,459,469	89%	-102,147	-4%
GASTOS DIFERIDOS	261,087	9%	192,116	7%	-68971	-26%
AMORTIZACIÓN GTOS. DIFERIDOS	-136,134	-5%	-126,751	-5%	9,383	-7%
MUEBLES EQUIPOS Y VEHÍCULOS	293,496	10%	331,418	12%	37,922	13%
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	-77,477	-3%	-106,142	-4%	-28,665	37%
OTROS ACTIVOS	9,187	0%	28,647	1%	19,460	212%
TOTAL ACTIVO FIJO	350,159	12%	319,288	11%	-30,871	-9%
TOTAL ACTIVO	2,911,775	100%	2,778,757	100%	-133,018	-5%
PROVEEDORES	1,292,240	44%	1,502,412	54%	210172	16%
BANCOS	0	0%	0	0%	0	0%
SUELDOS POR PAGAR	37,137	1%	28,387	1%	-8,750	-24%
IMPUESTOS POR PAGAR	40,089	1%	52,291	2%	12,202	30%
ACREEDORES DIVERSOS	2,585	0%	327	0%	-2,259	-87%
TOTAL PASIVO CIRCULANTE	1,372,052	47%	1,583,417	57%	211,365	15%
DEUDA A LARGO PLAZO	276,281	9%	0	0%	-276,281	-100%
TOTAL PASIVO	1,648,333	57%	1,583,417	57%	-64,916	-4%
CAPITAL COMUN	1,316,000	45%	1,316,000	47%	0	0%
UTILIDAD RETENIDA	-52,713	-2%	-52,558	-2%	155	0%
UTILIDADES DEL EJERCICIO	155	0%	-68,102	-2%	-68,257	-44037%
TOTAL CAPITAL CONTABLE	1,263,442	43%	1,195,340	43%	-68,102	-5%
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	2,911,775	100%	2,778,757	100%	-133,017	-5%

Anexo II

COLPISAMOTRIZ ECUADOR S.A.
ESTADO DE RESULTADOS POR LOS AÑOS TERMINADO EL 31 DE
DICIEMBRE 2009

CONCEPTO	2008		2009		2008-2009	
	(\$)		(\$)		VALOR	%
VENTAS	3,299,568	100%	3,062,541	100%	-237,027	-7%
COSTO DE VENTAS	2,388,318	72%	2,176,748	71%	-211,570	-9%
INGRESOS NETOS	911,250	28%	885,793	29%	-25,457	-3%
GASTOS OPERACIONALES Y						
VENTAS	804,670	24%	825,813	27%	21,143	3%
GASTOS DEPRECIACION	77,564	2%	98,041	3%	20,477	26%
TOTAL GASTO DE OPERACION	882,234	27%	923,854	30%	41,620	5%
UTILIDAD OPERACIONAL	29,016	1%	-38,061	1%	-67,077	-231%
COSTO FINANCIERO	28,861	0.87%	30,041	0.98%	1,180	4.09%
UTILIDAD ANTES DE IMPTOS.	155	0%	-68,102	-2%	-68,257	44037%