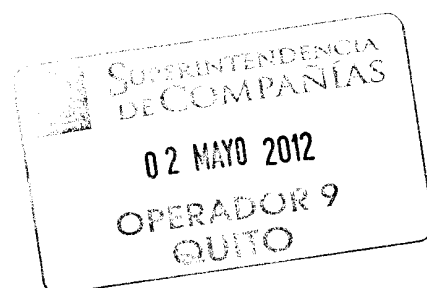


**Junta General de Accionistas**

**Colpisamotriz Ecuador S.A.**

**Ejercicio Económico 2011**

Quito, 15 de marzo de 2012



## **Agenda**

- 1. Informe de Administradores, Informe de Comisarios, Informe de Auditoría Externa, Balance y Estados Financieros por el año 2.011.**
- 2. Decisión sobre el destino de las utilidades.**
- 3. Nombramiento de Auditores Externos por el año 2.012.**
- 4. Nombramiento de Comisarios.**

## **Informe de Administradores**

### **Junta General de Accionistas Ejercicio Económico 2011**

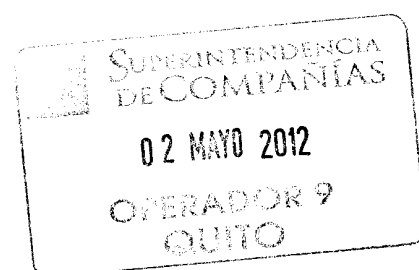
1. Entorno

2. Gestión Comercial

3. Gestión Administrativa-Financiera

a. Anexos (Estados Financieros)

4. El Futuro



**Informe de los Administradores a la Junta General Ordinaria de  
Accionistas**

Quito, Marzo 2012

**SEÑORES ACCIONISTAS:**

Nos permitimos someter a su consideración el informe sobre la operación de COLPISAMOTRIZ ECUADOR S.A. durante el ejercicio económico 2.011.

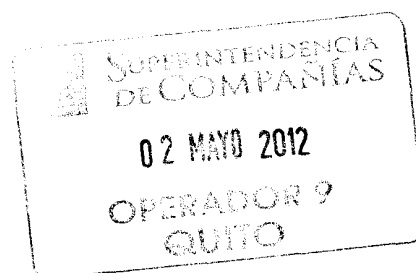
**1. Entorno 2011**

Durante el año 2011 la economía ecuatoriana tuvo un desempeño comparativamente estable en su tasa de crecimiento, con respecto al año 2010. A pesar de que persistieron los efectos de la crisis internacional de los años 2008 y 2009, esta estabilidad se sostuvo principalmente por la incidencia que el precio del petróleo tiene en la economía ecuatoriana y que fluctuó entre 90 y 110 dólares por barril. Esta circunstancia generó más ingresos a las arcas del Estado, aunque paralelamente también continuó el incremento del gasto público corriente, que sumado a las políticas económicas del actual gobierno, toda esta liquidez se ha encaminado hacia el consumo.

En el sector externo hubo un mejor equilibrio en la balanza comercial por el incremento de las exportaciones totales, al aumento de un 12% de las remesas y a un desincentivo a las importaciones especialmente al incrementar el impuesto a la salida de divisas a niveles del 5%.

A pesar de esto, a noviembre del 2011 el déficit comercial estimado bordeaba los 1.400 millones de dólares.

Según cifras del Banco Central el crecimiento estimado del PIB en el 2011 fue del 6.50%, teniendo relevancia en este crecimiento, al igual que en el 2010, la participación de los sectores petrolero, construcción y el comercio. Igualmente según cifras del Banco Central el desempleo disminuyó al 7.38% y la inflación bordeó el 5.41%, cifra superior a la del año precedente.



## **Principales Actividades**

### **2. Gestión Comercial:**

#### **Análisis de Mercado.**

Para iniciar este análisis es importante destacar el comportamiento del Producto Interno Bruto (PIB) el mismo que se encuentra representado en miles de dólares del año 2000 y con proyección del 2012, este incremento en el PIB se debe en gran parte al precio internacional del petróleo el cual ha tenido una alza permanente en los mercados internacionales, en estos últimos años ha existido de la misma manera un incremento sustancial en los sectores como la construcción, minas y canteras, industrias manufactureras, comercio al por mayor y menor. (Fuente BCE).

| PRODUCTO<br>INTERNO<br>BRUTO | 2008       | 2009       | 2010       | 2011       | 2012       |
|------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|                              | 24,032,489 | 24,119,455 | 24,983,318 | 26,607,840 | 28,031,231 |
| PBI                          | 7,2        | 0,4        | 3,6        | 6,5        | 5,3        |
| PIB NO<br>PETROLERO          | 8,8        | 0,9        | 4,5        | 6,7        | 6,2        |

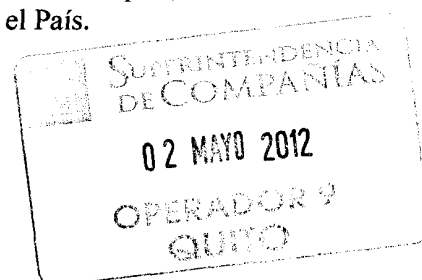
## **Sector Industrial de Pinturas en Ecuador**

### **Comportamiento del Mercado.**

El mercado de los extractos, pigmentos y pinturas en Ecuador, se estima cercano a 20.35 millones de galones y se espera que el crecimiento para el 2012 sea de un 10%, tomando en consideración la marcada estacionalidad que tenemos en Ecuador en este tipo de mercado, sobre todo por el comportamiento de los diferentes sectores productivos, considerando que el área de la construcción tienen una tendencia a seguir creciendo con proyectos en todo el país, lo cual hace prever que las pinturas arquitectónicas para interiores y exteriores tendrán un buen desempeño comercial; sin embargo, la demanda de pinturas de uso industrial, marina y maderas dependen del comportamiento del sector manufacturero y comercial el cual tiene un comportamiento más incierto.

### **Sobre el mercado y los competidores.**

Según APROQUE (Asociación de Productores Químicos del Ecuador), el mercado de pinturas en el Ecuador es equivalente a \$110 millones de dólares, el cual se encuentra liderado por Sherwin Williams, a través de pinturas Cóndor- Fanapisa, quienes tienen aproximadamente el 57% del mercado total de pinturas en el País.



Adicional a Sherwin Williams, existen otros competidores importantes como son Pinturas Unidas, Pinturas Ultra, Pintuco, Pinturas América, Basf Glassurit, Sikkens, etc.

### **Características de la Demanda.**

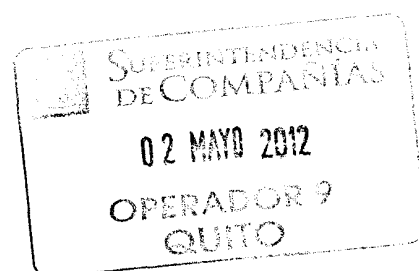
Las principales áreas de demanda de pinturas se encuentran enfocadas en la construcción, industria automotriz y la industria de la madera. A continuación nos vamos a enfocar el análisis en la industria automotriz.

El mercado automotriz de repinte, depende de manera directa del volumen de venta de automotores que llegó, en el año 2011, a la cifra de 115.000 unidades; lo cual significa un decrecimiento del 8% respecto al año 2010. Estos resultados tuvieron su impacto en el mercado de repinte durante el año y continuarán siendo influyentes en el mercado de repinte para el 2012, año en el que se prevé que las ventas de vehículos sean de 102.000 unidades con un decrecimiento del 11% con respecto al 2011 y 22% contra el 2010 que fue el año de ventas record. 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 tradicionalmente presentes en el mercado son: Sikkens, Glasurit, PPG, Colpisa, que son importadas y Unidas, Condorthane que son de origen local. Todos han reforzado su presencia en el mercado con la introducción de nuevas líneas, productos con tecnologías base agua y han variado su fuente de provisión en busca de mejores precios incorporando inclusive fabricación y/o envasado local. Adicionalmente en este año y mediante alianzas con grupos de fuerte presencia en el mercado de las pinturas, se han introducido nuevas marcas como Sherwin Williams, Dupont, Universal que no se encontraban en el mercado de repinte.

En cuanto al mercado de pintura automotriz, se ha presentado la siguiente evolución:

| AÑO  | MERCADO<br>WHOLESALE (USD) |
|------|----------------------------|
| 2006 | 6,841,832.02               |
| 2007 | 6,919,558.78               |
| 2008 | 7,168,514.33               |
| 2009 | 7,096,829.19               |
| 2010 | 7,229,483,56               |
| 2011 | 7,396,558,58               |
| 2012 | 7,618,455,34               |



Como se observa para el 2012 se espera un incremento del 3% en el mercado de repinte automotriz, como efecto del incremento en ventas del sector automotor, del año 2010 principalmente.

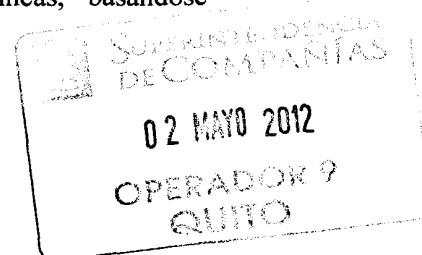
Durante el año 2011 nuestra participación en el segmento A se mantuvo en el orden del 18,88% similar a la obtenida en el año anterior; y, la gestión comercial se enfocó en el control del inventario que influye directamente en los costos de venta. Se evidenció un margen EBIDTA positivo del 3,5% para todo el negocio de refinish, que se reflejan en los resultados financieros del año aunque no se dieron en el nivel esperado, por ello para el 2012 se ha impuesto como objetivo del área, un enfoque distinto de las estrategias comerciales basándose principalmente en la salida de ciertos clientes no rentables, en entregar el control de inventarios a los clientes de talleres, para que se vea reflejado en la reducción del costo y de los gastos, el ingresar una tecnología nueva, base agua, esperamos que permita el crecimiento de la participación en el mercado.

En el segmento B, debido al incremento de precios realizado en Noviembre 2011 donde la línea IXELL y ACS fueron las más afectadas, perdimos algunos sub distribuidores y hubo dificultad de conseguir nuevos. La competencia dispone de líneas con productos más baratos, con una ventaja respecto al posicionamiento de su marca en el mercado, incluso logrando posicionar ciertos productos de este segmento en el nicho más elevado, ofrecen márgenes mucho más atractivos para los propietarios de los almacenes, unido a un amplio portafolio. Esto ha significado un 2,24% de reducción en la participación en el segmento B. Se aplicó la estrategia de holding de talleres (para talleres del segmento B), con una colorimetría in situ por horas y manejo de inventario en locales del cliente. Aunque los resultados no muestran un crecimiento importante, hemos podido obtener nuevos clientes del tipo taller y con una rentabilidad adecuada.

En el segmento C+ y carroceros se ha incrementado nuestra participación con la línea IXELL subiendo nuestra participación en 3,98% contra el 2010.

Cabe anotar adicionalmente que en el año 2010 y 2011 se han presentado periodos de fuerte desabastecimientos de productos para la venta, lo cual nos ha ocasionado grandes problemas con los clientes y muchas horas dedicadas a encontrar productos sustitutos. Estos desabastecimientos fueron causados por la necesidad de racionalizar inventarios que aplicó la compañía y también por retrasos en los envíos por parte de PPG.

En el año 2012 el objetivo será mantener una rentabilidad neta del 12%, controlando el costo de ventas para lo cual se deberá mejorar el sistema y procesos de control de facturación, se realizará la aplicación de nuevos proyectos como introducción de productos base agua en el primer semestre del 2012, adicionalmente estrategias ya planteadas como por ejemplo entregar el control de inventarios a los clientes controlando la rentabilidad por cliente para alcanzar el objetivo, mantener precios competitivos racionalizando el portafolio de productos entre líneas, basándose



principalmente en la satisfacción de las necesidades de los clientes. Se buscará información más especializada del mercado, para lo cual nos apoyaremos mucho en la nueva posición creada (Jefe de Mercadeo), que nos permita realizar una segmentación más adecuada del mercado, una revisión a la zonificación comercial del país para establecer una nueva distribución de zonas de interés y también buscar la racionalización de productos en función de las necesidades encontradas en cada uno de los segmentos. El volumen de ventas estimamos estará en un 5 a 8% superior a las ventas del 2011.

Consideramos que el 2012 será un año de transición en el negocio de Repinte, las estrategias comerciales obedecerán a una decisión estratégica de racionalización de líneas por segmento, ya que la adquisición de Colpisa por parte de PPG, permite evitar que nuestros productos actuales compitan con otras marcas de PPG.

En ese sentido, dentro del segmento Alto la línea a utilizar sería DELTRON debido a su tecnología mixing que es más aceptada en el mercado, eso nos permitirá competir en similares condiciones técnicas con los contratistas del líder (Sikkens). En los talleres aplicaremos en el 2012 una estrategia de producto-precio-servicio e introduciremos productos alternativos con características diferenciadas, en las condiciones que mejor se adapten a cada cliente, tratando de estandarizar procesos y productos.

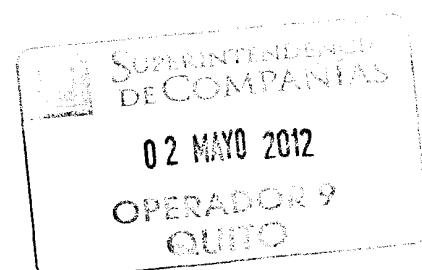
La Línea IXELL reemplazaría a las líneas DULON y ACS dentro del segmento Medio, debido a su mayor competitividad en precio, dentro de un segmento de requerimientos técnicos más sencillos y con una mejor propuesta de rendimiento que aquellas líneas, además de una estrategia de cobertura a través de almacenes. Es indispensable que esta línea tenga una identificación clara como PPG para aprovechar el reconocimiento que tiene ésta en el mercado.

La línea IXELL ECONOMICA reemplazaría a las líneas ZYNAMIX y DELFLEET dentro del segmento medio bajo, sobre todo para poder competir con productos de producción local que participan en este segmento, principalmente a través del canal Retail.

Para la implementación de estas estrategias es fundamental que tengamos mejores tiempos de respuesta logística desde PPG; por ello se está considerando cambiar de fuente hacia USA en lugar de Brasil. IXELL se produce en Colombia y la experiencia ha sido muy positiva con esa fuente.

El cuadro a continuación muestra los objetivos planteados para el 2012 en Repinte:

| LINEA     | VENTAS        |
|-----------|---------------|
| IXELL     | \$ 630,000.00 |
| DELTRON   | \$ 421,800.00 |
| IXELL ECO | \$ 32,400.00  |





Nuestra proyección a 5 años es liderar el mercado de refinish en Ecuador para lo cual es importante definir zonas de influencia directa y conseguir distribuidores regionales, racionalizar líneas dentro del mercado de repinte automotriz, mantener una rentabilidad superior al 15% y un crecimiento sostenido de participación de mercado que se incremente en un promedio de 3 a 5 puntos de participación por año. Adicionalmente tenemos contemplada nuestra expansión hacia el mercado Peruano.

### **3. Gestión Financiero - Administrativa:**

- **Resultados del Periodo**

La gestión realizada por el área administrativa y financiera fue dirigida a la reducción paulatina del gasto corriente mensual llegando a un promedio de \$87.000 lo cual contribuyó sustancialmente al resultado final del periodo (\$115.884). Las utilidades resultantes en contraste con el año inmediato anterior tuvieron un incremento significativo como se detalla a continuación:

|               |        | 2010   | 2011    |
|---------------|--------|--------|---------|
| Utilidad Neta | USD \$ | 21.781 | 115.884 |

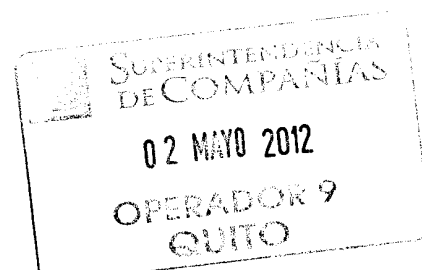
- **Cartera**

Al realizar un comparativo de las cuentas por cobrar de los periodos 2011 y 2010 encontramos que el nivel de crédito otorgado a los clientes aumentó en un 10.93% con relación al periodo 2010, pero cabe resaltar que las ventas incrementaron en un 14.36%, lo cual nos evidencia que existió un mayor control y mejora en la cobranza de los montos otorgados a los clientes. Detalle de las cuentas en mención:

|                    |       | 2011      | 2010      |
|--------------------|-------|-----------|-----------|
| Cuentas Por Cobrar | USD\$ | 1.048.134 | 933.600   |
| Ventas             | USD\$ | 5.057.248 | 4.330.948 |

La administración en el periodo 2011 obtuvo la devolución de \$63.362 por parte del SRI por un pago en exceso y pagos indebidos del impuesto a la renta de los años 2008 y 2009, en este reclamo no se reconoció por parte de la Servicio de Rentas Internas (SRI) el monto de \$2.672, valor que fue registrado como gasto no deducible del periodo 2011.

En el mes de marzo del 2011 la administración de la empresa tomó la decisión de dar de baja el monto de \$14.338 de cuentas por cobrar, las mismas que cumplieron con los requisitos de plazo y provisión para ser dados de baja. Valor que se cargó a la cuenta Provisión cuentas incobrables. El valor de cuentas por cobrar de dudoso recaudo al finalizar el año 2011 se ubicó en \$ 170.613. La administración continúa realizando gestiones internas y con los asesores legales para recuperar estos valores. Para el siguiente periodo se completará la provisión respectiva.



- **Inventarios**

En relación a la cuenta de inventarios el monto total bajó en un 25.5% en comparación con el año 2010 porcentaje que es alentador por el incremento del 14.36% de las ventas del período. Durante este año la administración de la empresa dió de baja inventarios dañados y caducados por US\$338.762 con la respectiva declaración juramentada y además se realizó una provisión para ítems de lento movimiento por un monto de \$66.024.

- **Activos Fijos**

En las cuentas de activos fijos se realizaron adiciones (compras) por un monto de \$ 7.966 que fue por la adquisición de equipos de computación y herramientas y maquinaria. Además se realizó la baja de equipos de computación y software que encontraban totalmente depreciados por US\$ 21.088.

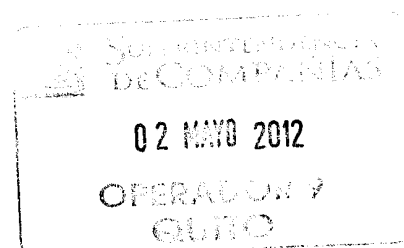
- **Pasivos**

La empresa bajó su nivel de cuentas por pagar en un 38.67% de 1.701.181 del año 2010 a 1.043.184 del año 2011 cabe resaltar, como se indicó en párrafos anteriores, que hubo un incremento en las ventas y por ende las compras de producto aumentaron. La mejora de la recuperación de la cartera dio como resultado una mayor liquidez que permitió aumentar los pagos al exterior.

- **Capital**

El capital suscrito y pagado de la compañía no ha tenido variaciones respecto al cierre del año 2010, lo cual se ve reflejado en la cuenta de Patrimonio de la compañía al cierre del año 2011. Al 31 de Diciembre del 2011 el capital autorizado de la Compañía es de USD \$ 522.000.

En el periodo de análisis el Impuesto causado definitivo fue de \$37.108 que fue calculado con una tasa impositiva del 24% y para el año 2012 de acuerdo a la normativa vigente existe una reducción de la tarifa del impuesto a la renta de sociedades que se aplicará en forma progresiva en los siguientes términos: Durante el año 2012 la tarifa impositiva es del 23% y a partir del año 2013 en adelante, la tarifa impositiva será del 22%.



- **Gestión Administrativa**

Es necesario mencionar que se continuó con la firma Micelle DFK Internacional para realizar los informes de Auditoría Externa de los estados financieros del año 2010 los cuales fueron presentados a la Gerencia para su respectiva aprobación. Además se realizó el estudio de precios de transferencia del año 2010 y como resultado no hubo que realizar ningún ajuste a los estados financieros.

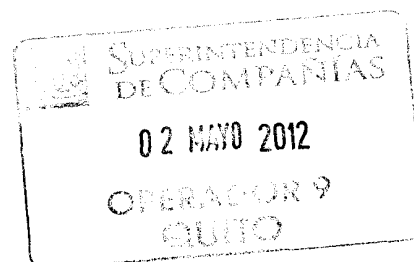
En cuanto a la relación laboral al 31 de Diciembre del 2011 la empresa tiene al día los pagos de las obligaciones con el personal que labora, lo que genera un buen ambiente de trabajo.

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

Además se cumplió con todas las disposiciones de la Junta General de acuerdo a lo establecido en los estatutos de la compañía y a lo dispuesto en la ley de compañías.

- **Gestión en Proceso**

La empresa realizó gestiones para la nacionalización de pinturas que consiste principalmente en realizar en el Ecuador, parte del proceso de filtrado y dilución de la pintura, con la utilización de materias primas locales (Consideración a nivel de países miembros de la Comunidad Andina de Naciones CAN), con la consecuente utilización de mano de obra local. El estado Ecuatoriano deberá establecer los porcentajes de participación y algunas regulaciones adicionales que servirán para definir la viabilidad o no de ese proyecto. En caso de que la normativa que establezca el Estado Ecuatoriano sea favorable a la petición de la empresa, se esperaría realizar inversiones adicionales.

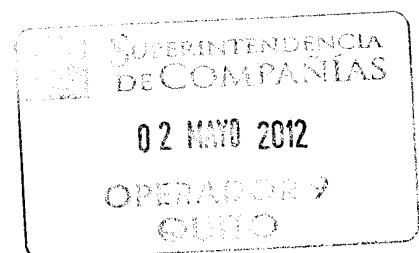


**ANEXOS**

**BALANCE GENERAL**

**ESTADO DE RESULTADOS**

**2011**



**COLPISAMOTRIZ ECUADOR S. A.**

**BALANCE GENERAL**

**AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011 Y 2010**

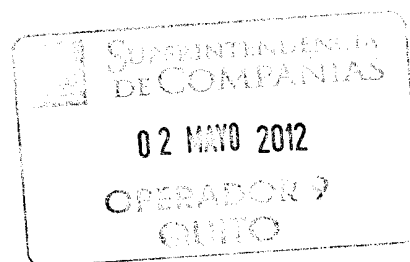
**(Expresados en Dólares de E.U.A.)**

**ACTIVO**

|                                                | <b><u>2011</u></b> | <b><u>2010</u></b> |
|------------------------------------------------|--------------------|--------------------|
| <b>CORRIENTE:</b>                              |                    |                    |
| Efectivo en caja y bancos                      | 8,955              | 29,687             |
| Cuentas por cobrar, neto                       | 1,113,510          | 1,134,215          |
| Inventarios, neto                              | 1,142,475          | 1,532,956          |
| Gastos pagados por anticipado                  | 3,194              | 2,916              |
|                                                | -----              | -----              |
| Total del activo corriente                     | 2,268,134          | 2,699,774          |
| <br><b>MAQUINARIA, MUEBLES, Y EQUIPO, neto</b> | <br>213,230        | <br>249,137        |
| <br><b>CARGOS DIFERIDOS</b>                    | <br>-              | <br>26,942         |
|                                                | -----              | -----              |
|                                                | <u>2,481,364</u>   | <u>2,975,853</u>   |

**PASIVO Y PATRIMONIO DE LOS ACCIONISTAS**

|                                           |                  |                  |
|-------------------------------------------|------------------|------------------|
| <b>CORRIENTE:</b>                         |                  |                  |
| Cuentas por pagar                         | 1,043,184        | 1,701,181        |
| Impuesto a la renta                       | 52,521           | 27,776           |
| Pasivos acumulados                        | 51,038           | 29,775           |
|                                           | -----            | -----            |
| Total del pasivo corriente                | 1,146,743        | 1,758,732        |
| <br><b>PATRIMONIO DE LOS ACCIONISTAS:</b> |                  |                  |
| Capital social                            | 366,000          | 366,000          |
| Reserva legal                             | 13,349           | 11,171           |
| Prima en venta de acciones                | 950,000          | 950,000          |
| Resultados acumulados                     | 5,272            | (110,050)        |
|                                           | -----            | -----            |
|                                           | 1,334,621        | 1,217,121        |
|                                           | -----            | -----            |
|                                           | <u>2,481,364</u> | <u>2,975,853</u> |



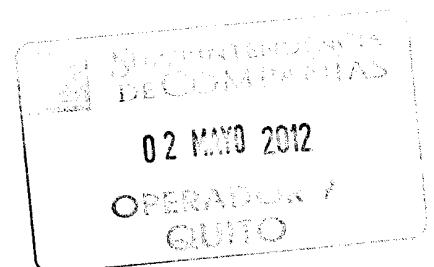
**COLPISAMOTRIZ ECUADOR S. A.**

**ESTADO DE RESULTADOS**

**POR LOS AÑOS TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011 Y 2010**

**(Expresados en Dólares de E.U.A.)**

|                                                                                            | <b><u>2011</u></b> | <b><u>2010</u></b> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|
| <b>INGRESOS:</b>                                                                           |                    |                    |
| Ventas netas                                                                               | 5,057,248          | 4,330,948          |
| <b>COSTO DE VENTAS</b>                                                                     | 3,836,024          | 3,309,943          |
|                                                                                            | <hr/>              | <hr/>              |
| Utilidad bruta                                                                             | 1,221,224          | 1,021,005          |
| <b>GASTOS DE OPERACIÓN:</b>                                                                |                    |                    |
| Administración y ventas                                                                    | 962,965            | 938,479            |
| Financieros, neto                                                                          | 74,560             | 65,953             |
|                                                                                            | <hr/>              | <hr/>              |
|                                                                                            | 1,037,525          | 1,004,432          |
|                                                                                            | <hr/>              | <hr/>              |
| Utilidad en operación                                                                      | 183,699            | 16,573             |
| <b>OTROS INGRESOS</b>                                                                      | 16,326             | 41,729             |
|                                                                                            | <hr/>              | <hr/>              |
| Utilidad antes de provisión para participación<br>a los trabajadores e impuesto a la renta | 200,025            | 58,302             |
| <b>PARTICIPACIÓN A LOS TRABAJADORES</b>                                                    | 30,004             | 8,745              |
| <b>IMPUESTO A LA RENTA</b>                                                                 | 52,521             | 27,776             |
|                                                                                            | <hr/>              | <hr/>              |
| Utilidad neta                                                                              | 117,500            | 21,781             |
|                                                                                            | <hr/>              | <hr/>              |



#### **4. El Futuro:**

El principal factor que a nuestro juicio incidirá en el futuro de la compañía, indudablemente es la adquisición que se dio por parte de PPG Industries; lo cual generará muchas oportunidades de crecimiento en el portafolio de productos principalmente en las líneas que no son OEM.

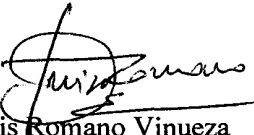
Seguramente se tomarán acciones enfocadas a prever un crecimiento importante en esas otras líneas para disminuir la actual dependencia que tiene la compañía, de las ventas a las ensambladoras. Por ello hemos mencionado que este será un año de transición ya que deberemos eliminar inventarios de líneas que no serán más comercializadas y se deberán incrementar inventarios de los productos nuevos; todo ello tratando de minimizar los requerimientos tanto de inversiones como de liquidez.

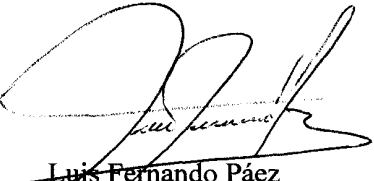
Los cambios más importantes deberán enfocarse en las líneas de Repinte, para lograr una rentabilidad neta adecuada mediante estrategias diferenciadas de la competencia, ya que actualmente el esquema de competencia en el mercado genera un gran esfuerzo de ventas con el consecuente incremento de los gastos.

Sigue siendo fundamental el acompañamiento a las normativas del gobierno central, en el sentido de lograr que las pinturas OEM sean consideradas como agregado nacional, para evitar que la competencia intente incrementar su participación en ese negocio. Al momento no se han cristalizado más alianzas entre marcas internacionales con fuerte participación en el mercado OEM y fabricantes locales de pinturas; sin embargo, esa es una amenaza a mediano plazo, por lo que es vital que se consolide nuestra posición en el primer semestre del año, buscando garantizar provisión de largo plazo. El ofrecer soluciones rápidas a las nuevas necesidades de las ensambladoras tanto en nuevos colores como en otros productos que actualmente no proveemos, es también de suma importancia para este objetivo.

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 Vinuesa  
GERENTE GENERAL

  
Luis Fernando Páez  
GERENTE FINANCIERO-ADMINISTRATIVO

