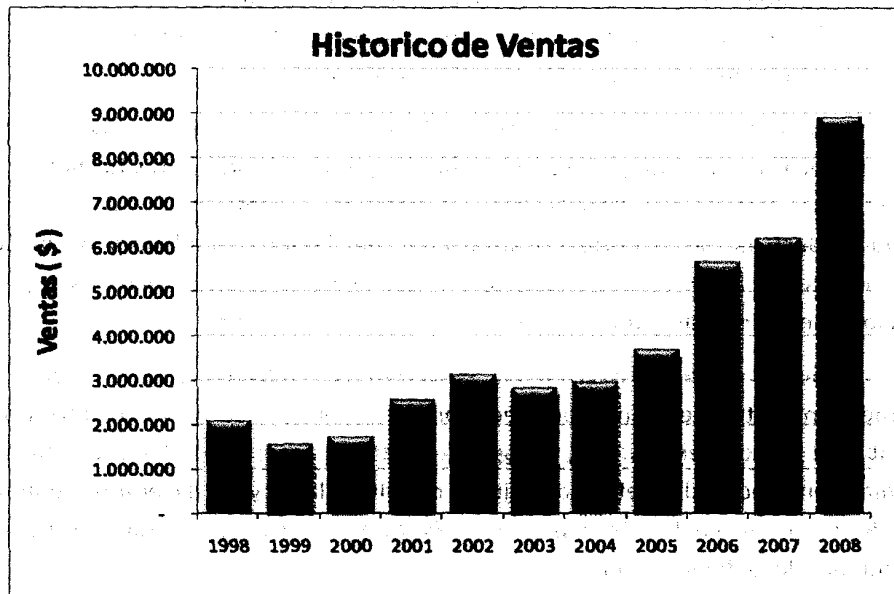




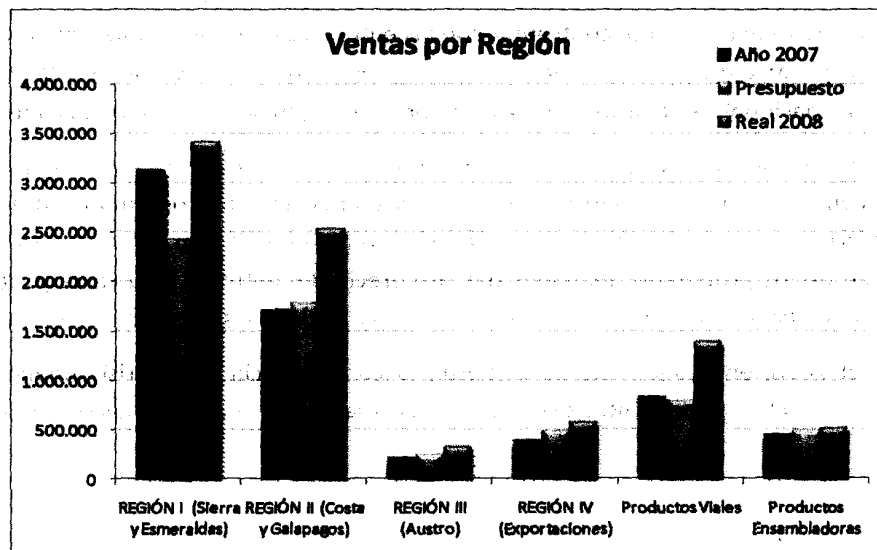
## Análisis del Mercado

En el año 2008 se presentó un invierno extendido en todo el país, la costa y el callejón Interandino fueron duramente azotados por las lluvias, lo que contribuyó para que el total de las ventas crezca en el 40% con relación al año anterior. Esto sumado a la importante contribución de la línea de productos de aplicación vial.

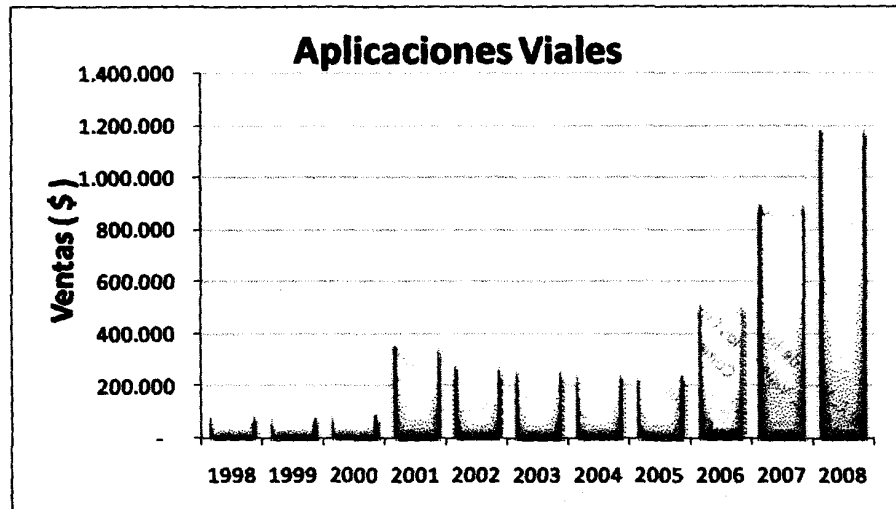
En el cuadro que presentamos a continuación está el volumen de ventas en dólares de los últimos diez años. Se observa que la tendencia es creciente.



Se logró este nivel de ventas debido a la ejecución de obras importantes del gobierno como el mejoramiento del sistema de cárceles, y otros proyectos privados como la universidad UDLA. Es destacable las ventas de la Región II y de la línea de productos viales que superaron de forma importante los niveles de ventas del 2007 y presupuestos 2008.

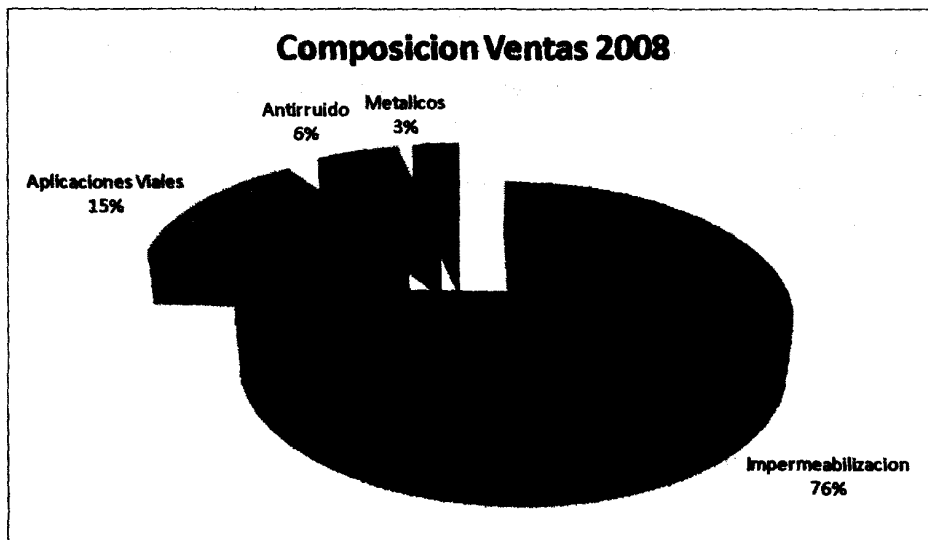


Las ventas de productos viales crecieron en un 33%. La inversión y dedicación hacia esta línea de negocio ha permitido mantener este nivel de crecimiento. Es destacable, además la relación desarrollada con funcionarios de empresas públicas y empresas constructoras.



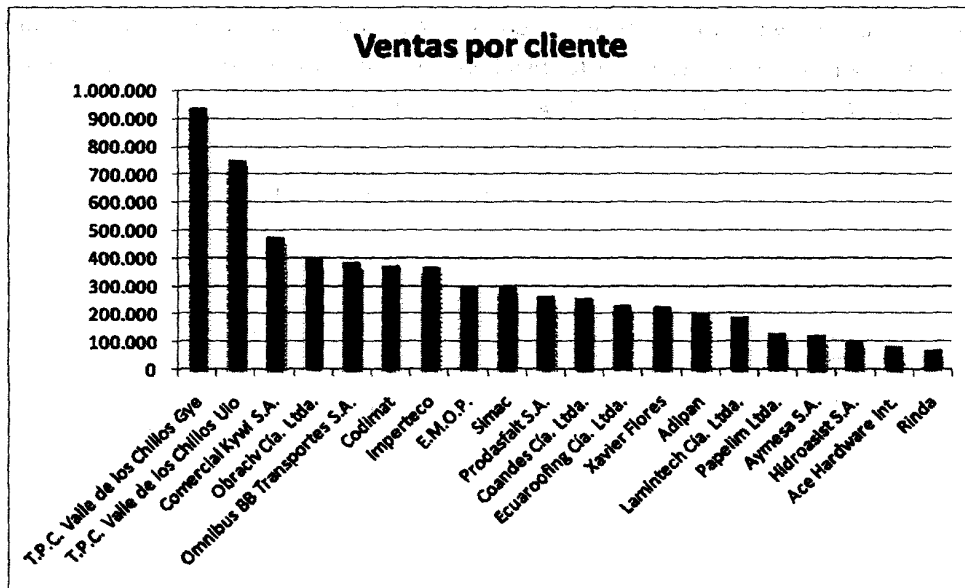
Al final del año, por el fuerte incremento del precio del asfalto y el diferencial entre el precio de venta para obra pública y el precio de venta para la industria, establecimos negociaciones a través del esquema de maquila, en el cual el cliente entrega el asfalto. Esta negociación logró mejorar la liquidez, se redujo el nivel de ventas pero se mantuvo la misma utilidad neta.

En la composición de ventas por línea de negocio, se observa que la línea de impermeabilización mantiene el liderazgo y representa el 70%, mientras que los productos de aplicación vial el 15%; la línea de productos para ensambladoras contribuyó con el 6%, y los productos metálicos el 3%.



La producción nacional de vehículos creció 20%, siendo las camionetas, los autos que más se fabricó (33.000 unidades) lo que permitió lograr a un crecimiento en las ventas del 13% en esta línea de productos.

El 33% de las ventas totales se realizan por intermedio de nuestro principal distribuidor TPC, cuyas ventas tienen mayor participación en la Región II (67% del total TPC). Los demás distribuidores muestran constante crecimiento año tras año, en especial la empresa Coandes que cuenta con proyectos viales importantes en la ciudad de Quito.

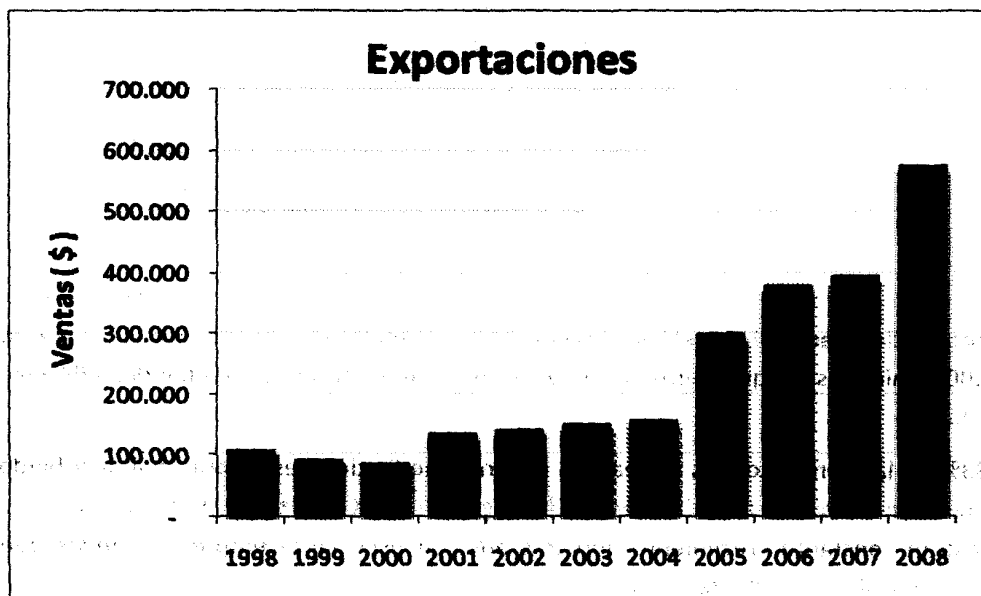


Respecto a las Exportaciones, en Panamá se logró mantener la participación de mercado a pesar de la constante incursión de competidores de diferentes países. Parte importante de las ventas fueron de Polibrea para aplicaciones viales. En productos para la impermeabilización, existieron ventajas respecto a proveedores europeos debido a la revalorización del Euro frente al Dólar.

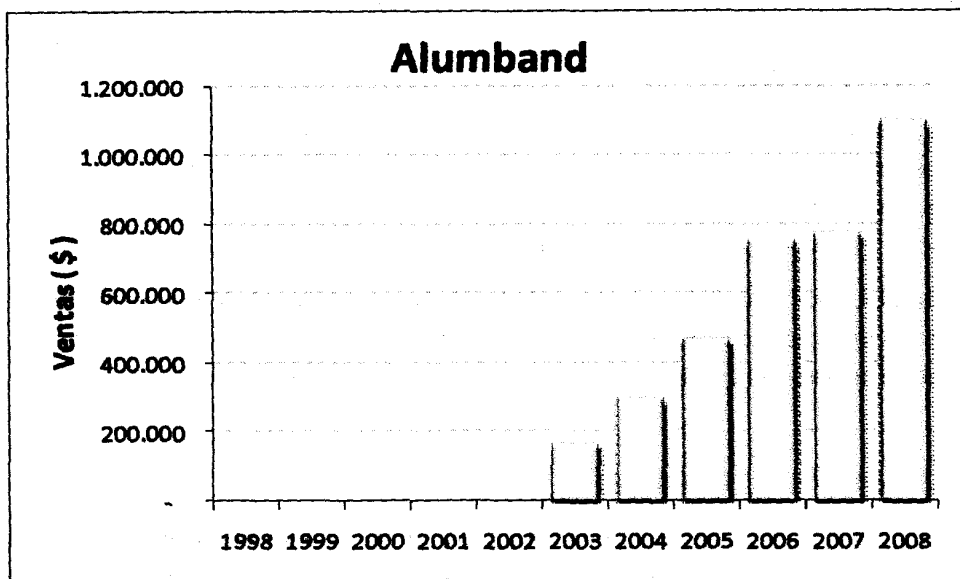
En Colombia la participación en el mercado se incrementó aproximadamente un 60%, por medio de nuestros distribuidores en Cali y especialmente en Medellín.

En Perú se mantiene la relación comercial con empresas de fabricación de explosivos y se consolidó las ventas de productos para impermeabilización con la empresa Exporta S.A., empresa que tiene experiencia en aplicación de laminas asfálticas. En Perú existe un buen mercado que anteriormente fue desconocido, en especial obras del gobierno, como hospitales y otros que tienen especificaciones constructivas con el rubro de impermeabilización, además proyectos particulares como hosterías ubicadas en las zonas lluviosas del oriente y del sur.

En el total de exportaciones se logró un crecimiento del 46%, superando la barrera de los \$ 500.000 presupuestados.



El producto de mayor valor agregado y alto crecimiento continúa siendo el Alumband, producto autoadhesivo de gran aceptación en los mercados nacional y de exportación. En este año el crecimiento alcanzado fue del 42%



## Marketing

El desarrollo de la nueva marca nos ocupó gran parte del año, en mayo se contrató un estudio externo para realizar una evaluación de la marca, la cual nos presentó conclusiones y recomendaciones que permitieron definir un nombre y logotipo, que se consolidó una vez que fue expuesto y aceptado por los funcionarios de la empresa.



Marca de Exportación  
de Chova del Ecuador S.A.

Por ser una marca reconocida en el mercado nacional se mantuvo las partes fundamentales del logotipo de Chova y se estableció que en esta primera etapa de introducción al mercado se la reconozca como Marca de Exportación. A finales del año se realizaron visitas a nuestros clientes del exterior, en general sus comentarios son alentadores y no muestran resistencia al cambio propuesto.

Como parte de la estrategia de mejorar la relación con nuestros clientes se efectuó la convención de distribuidores 2008 en Manta, con la participación de representantes nacionales e internacionales. Esta oportunidad de compartir momentos de diversión y trabajo permite mejorar las relaciones comerciales.

## Desarrollo de productos

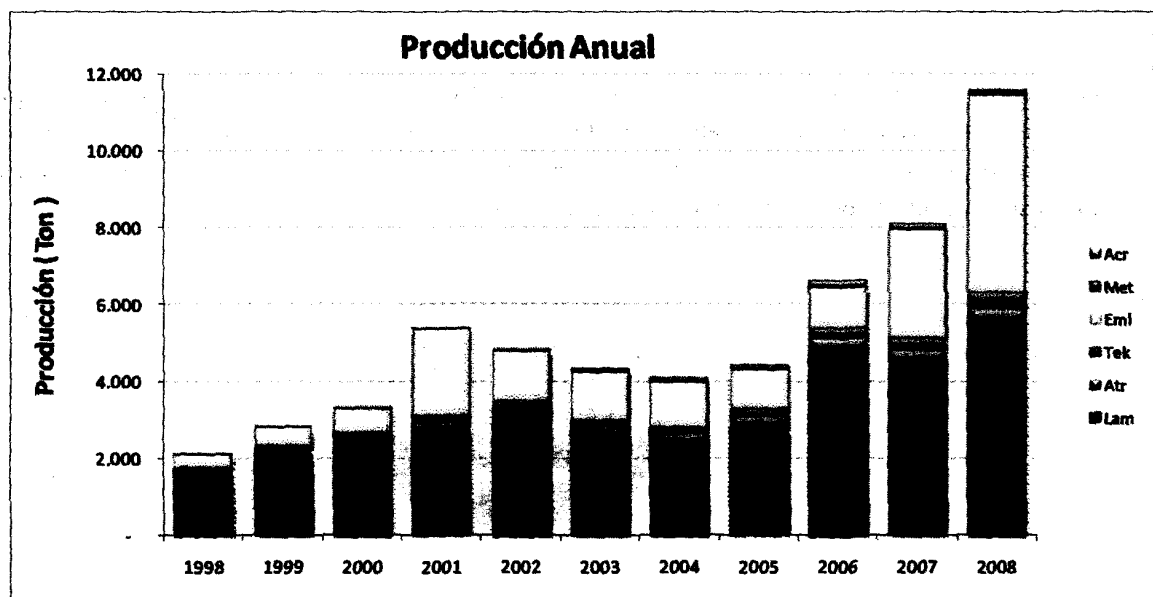
Se inició la comercialización de los nuevos productos autoadhesivos reforzados para uso en aplicaciones que requieren mejores prestaciones, (Imperband y Alumband Plus), tienen buena acogida entre los profesionales de la construcción, sin embargo aun no llega a ser conocido por el usuario de la vivienda.

Se realizó el lanzamiento al mercado del producto impermeabilizante líquido Acrílico Sitec, producto complementario a la impermeabilización laminar para aplicación en superficies verticales como antepechos, bordes perimetrales, bordes de ventanas, etc. Este producto ha tenido buena aceptación y se ha comprobado similar desempeño respecto a productos de la competencia.

Para completar la línea de ferretería se realizó las primeras pruebas de producción de productos en cartucho para el sellado de fisuras, grietas, juntas, etc., en base acrílica y en base asfáltica. Estos productos comenzaran a comercializarse a partir del Segundo trimestre del 2009.

## Análisis de la Producción

En el año 2008 se produjeron 11.600 toneladas, un 42% sobre el volumen de producción del año 2007. En el gráfico que se presenta a continuación, están los resultados de producción de los últimos 10 años y la composición de la producción por grupo de productos.

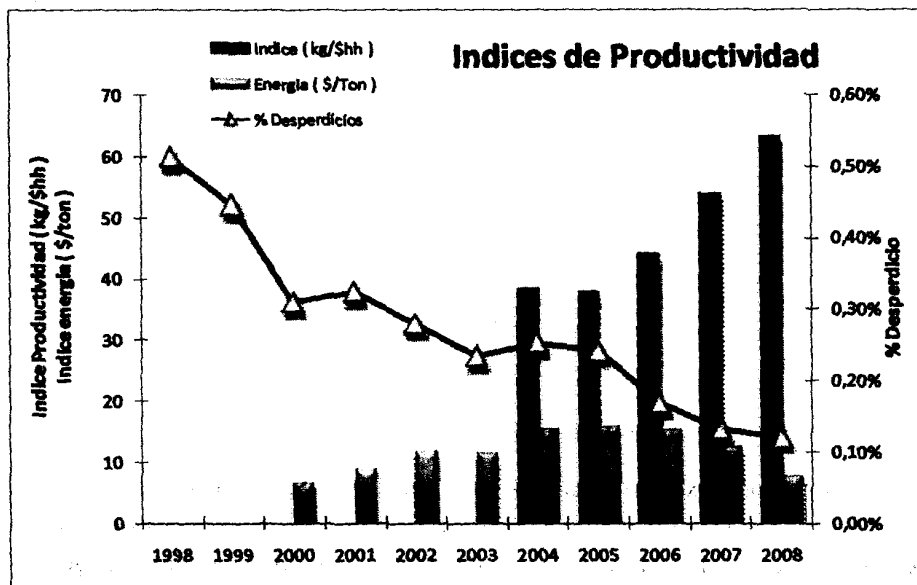


El volumen de producción en la línea de emulsiones asfálticas alcanzó las 5.100 Ton; 81% de crecimiento.

En aplicaciones viales, se logró desarrollar comercialmente los diferentes tipos de emulsión utilizados para aplicaciones diversas según las obras y de acuerdo con el diseño requerido (Ccs-1h, CRS, CQS). Se logró también ampliar la base de clientes, entre ellos Modelco, Riascos, Cuerpo de Ingenieros del Ejército, y se promovieron nuevas aplicaciones con la E.M.M.O.P., Coandes y otros constructores privados de todo el país.

Los índices de productividad mantienen la tendencia de los últimos años; las mejoras son influenciadas por el volumen de producción, la especialización de la mano de obra y la inversión en proyectos para ahorro de energía eléctrica y diesel.

El consumo energético se redujo en un 38% alcanzando \$ 7,69 por tonelada producida por la implementación a finales del 2007 del banco de condensadores, el control de fugas y aislamiento térmico de tanques y tuberías.



### Inversiones 2008

El principal proyecto de inversión del año 2008 fue el diseño, construcción y montaje de un nuevo molino coloidal para la fabricación de emulsiones asfálticas que entró en operación los primeros días de Enero 2009. Con este proyecto se amplía la capacidad de producción de 5 a 16 Ton/h, mejora la productividad de la mano de obra, se reduce el consumo eléctrico y se reducen los tiempos de entrega a clientes.

Para lograr los incrementos de capacidad de producción en las líneas de proceso se adquirió y reemplazo el transformador (125 KVA), que ya cumplió su vida útil, este nuevo equipo de mayor capacidad (250 KVA) permite operar a 440V.



El proyecto de emulsiones comprendió la reubicación de tanques de almacenamiento de emulsiones Asfálticas hacia la zona de calderos y tanques, con lo cual se mejoró la presentación de las instalaciones, se optimiza el calentamiento de tubería y se concentra en una sola área las operaciones de producción, incluyendo las operaciones de carga y descarga de tanqueros.

Para la bodega, se construyeron 6 racks adicionales para almacenamiento vertical de productos y se adquirió un nuevo montacargas de 3 Ton de capacidad.

A continuación se presenta el resumen de inversiones.

1	Diseño y construcción de nueva Planta Emulsiones	\$ 105.000
2	Cambio de Transformador 250 KVA	\$ 38.000
3	Adquisición nuevo montacargas 3 Ton	\$ 36.000
4	Traslado de tanques y tubería	\$ 8.000
5	Almacenamiento vertical ( 6 Racks o módulos )	\$ 6.500
Total		\$ 215.500

### Análisis de los Resultados Financieros

El año 2008 fue un año excelente para Chova del Ecuador S.A. El incremento en ventas fue del 46% con relación al año anterior. La utilidad antes de impuestos y participaciones fue de 1,4 millones de dólares, 48% superior a lo alcanzado en el 2007. En general la rentabilidad de la empresa ha presentado un incremento en relación del año pasado.

En el siguiente cuadro se presentan los resultados operativos y algunos índices de Chova del Ecuador sin considerar el efecto de las inversiones en las otras compañías.

Rubro	2007	2008	% Var.
Ventas	5,993	8,759	46%
Costo de Ventas	3,826	5,829	52%
Utilidad bruta	2,167	2,930	35%
Gastos de Ventas y Administrativos	1,201	1,484	24%
Utilidad antes de Impuestos y participación	966	1,446	48%
Cuentas por Cobrar	1,011	1,288	27%
Inventarios	771	1,595	107%
Cuentas por Pagar	312	817	162%
Activos Fijos	1,078	1,115	3%
Activos Total	3,815	5,146	35%
Caja Bancos	287	149	-48%
Índice de Liquidez	2,46	3,57	45%
Índice Acido	1,64	2,15	31%
Rentabilidad sobre patrimonio	22%	23%	5%
Rentabilidad sobre activos	16%	17%	6%
Numero Empleados	31	31	16%

Durante el 2008 hubo incrementos de costos de materias primas que no fueron trasladadas al precio por razones competitivas, a esto se debe que aun cuando las ventas aumentan el 46%, la utilidad bruta tuvo un incremento del 35%.



## **Proyecciones 2009**

Los resultados logrados en el 2008, fueron impulsados principalmente por la inversión pública. La inversión en promoción, participación en ferias y el fomento de la cultura de impermeabilización ha sido la estrategia para mantener los resultados en el Ecuador.

La crisis internacional, la baja del precio del petróleo y principalmente los errores del propio Gobierno en un manejo desordenado de la economía son los factores esenciales de un escenario complicado para este año 2009.

La caída de ingresos fiscales, básicamente por el bajo precio del petróleo hacen previsible que se presenten serias restricciones de liquidez fiscal y restricción de las inversiones públicas.

De igual forma, los bancos privados han empezado a restringir los créditos, con lo que habrá menores recursos para financiar actividades y proyectos privados.

Esta menor cantidad de recursos se traducirá en menor consumo y menor inversión, con lo que la actividad económica será menor. Se anticipa que el crecimiento económico del país en 2009 será similar al de 2007, es decir, alrededor del 3%, porcentaje cercano al crecimiento poblacional que no permite mejoras en términos de empleo y bienestar.

Se presenta un año electoral que nos ocupará la primera mitad del año. La moratoria de la deuda externa colocó al país con un índice de riesgo alrededor de los 4.000 puntos.

El riesgo de salir de la dolarización es alto ya que no se va a poder imprimir dólares, ni atraer nuevos dólares y tampoco retener los que circulan en el país.

Se espera que los costos de materias primas se reduzcan, por la caída del precio del petróleo y la reducción de la demanda mundial.

Por lo expuesto no se esperan grandes proyectos de impermeabilización con inversión pública, sin embargo la inversión en mantenimiento vial continuará, esta oportunidad de mercado será aprovechada ya que se cuenta con la nueva planta de emulsiones que permite abastecer la demanda.

En exportaciones hay una gran oportunidad de captar mercado, cada año se han presentado crecimientos, aunque es difícil con la revalorización del dólar, el enfoque será promover el uso de membranas asfálticas y potenciar a nuestros actuales distribuidores en Panamá, Colombia y Perú.

Chile es un mercado de gran potencial y se espera alcanzar un acuerdo comercial con algún distribuidor.

Una importante actividad del siguiente año, es culminar los estudios de bases para cubiertas, productos de PVC y de poliuretano. Todos estos productos son necesarios en el mercado de la construcción.

Los proyectos planificados para el 2009 son principalmente, el estudio de una nueva planta que pueda albergar a todos los procesos de fabricación.

---

