

INFORME DE GERENCIA A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ECONOMICO

ENERO 1, DICIEMBRE 31 DE 2011

Señores accionistas:

Este informe analiza las actividades de la Compañía en el periodo enero 1 – diciembre 31 del año 2011 y las proyecciones para el año 2012.

ANTECEDENTES:

En el año 2011 se han cumplido 18 años de actividad de la compañía, al momento se presenta como una empresa con buena imagen corporativa, nos hemos prestigiado en el ámbito nacional e internacional, esta imagen a facilitado de cierta manera nuestra operación, las dificultades para ingresar al mercado han disminuido gracias a que nuestros clientes confían en la calidad de los productos que distribuimos, y en la seriedad de la empresa que los atiende,

A nivel bancario la resistencia que estos organismos tienen con sus clientes, igualmente ha disminuido y somos juzgados positivamente lo que ha favorecido las operaciones de crédito necesarias para el desempeño de la compañía y de las que no se pueden prescindir

A nivel internacional los proveedores igualmente confían en nosotros lo que ha motivado que al momento los más importantes consideren crédito directo a AMBAGRO lo que ha representado facilidades de importación y menores costos financieros.

Desgraciadamente el entorno social del país se mantiene. El área de cultivo en la zona que atendemos a disminuido, los impuestos, principalmente el que grava las remesas al exterior constituyen amenazas para los negocios en el Ecuador y de hecho para nuestra compañía.

OPERACION DE LA COMPAÑÍA

La estructura de personal de la compañía no ha variado y se mantiene la misma que en el año 2010:

El personal administrativo está compuesto por Gerente, Contadora, Secretaria y Ayudante de Contabilidad y Secretaría.

El personal de ventas está constituido en la zona centro por un representante de ventas y 3 extensionistas,

La zona Norte está a cargo de un distribuidor y AMBAGRO mantiene 2 extensionistas de apoyo.

En Pichincha la situación es similar se cuenta con un distribuidor y en su apoyo mantenemos un extensionista.

Como personal de ventas están considerados también el Bodeguero y el personal que se ocupa del envasado de los productos.



RESOLUCIONES DE LA JUNTA DE ACCIONISTAS

En el año 2011 cumpliendo con las resoluciones de las Junta de Accionistas abril 15, septiembre 15 y noviembre 25 y las disposiciones legales al respecto se realizaron, las acciones administrativas necesarias para a partir de enero del 2012 implementar las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

ASUNTOS ADMINISTRATIVOS

Gastos

La relación **gastos administrativos/ventas totales** frente al año 2010 ha disminuido de 7,34 a 6,21% disminución fuertemente afectada por las exigencias legales de las NIIFS con respecto a las depreciaciones.

Distribución de gastos por rubro, comparación 2011-2010

ADMINISTRATIVOS	GASTO ADMINIS	GASTOS %	GASTOS ADMINIST	GASTOS %
	Dólares		Dólares	
	2010	2010	2011	2011
TOTAL	78.607	7,34%	76.763	6.21%
REMUNERACIONES	39.414	50,14%	40.533	52.80%
MOVILIZACION	1.913	2,43%	1.944	2,53%
MATERIALES Y SUMINISTROS	1.797	2,29%	1.477	1,92%
PAGO ENTIDADES PUBLICAS	1.906	2,42%	3.770	4.91%
PAGO A PROFESIONALES	6.424	8,17%	10.451	13.61%
DEPRECIACIONES	12.359	15,72%	2.755	3.59%
SEGUROS	468	0,59%	566	0,73%
OTROS	14.324	18,22%	15.268	19.89%

El cuadro anterior relaciona el total de los **gastos administrativos** y el **valor total de las ventas** y en el caso de cada ítem la relación corresponde al **valor de cada rubro** con el **valor total de los gastos administrativos**.

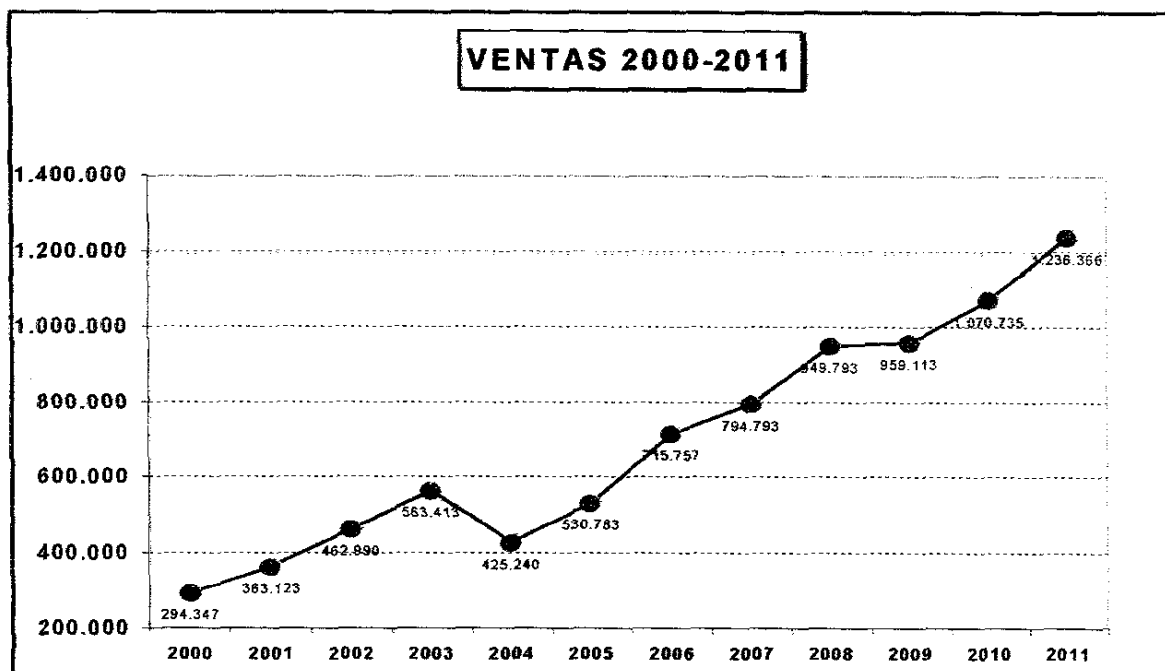
VENTAS

El monto de ventas ha alcanzado un valor de 1.236, miles dólares mostrando un crecimiento de 16.38% frente al 2010. Crecimiento mayor al de 2010 frente al 2009 pero que sin embargo es menor al que la compañía ha tenido en los años anteriores y menor al que se había programado.

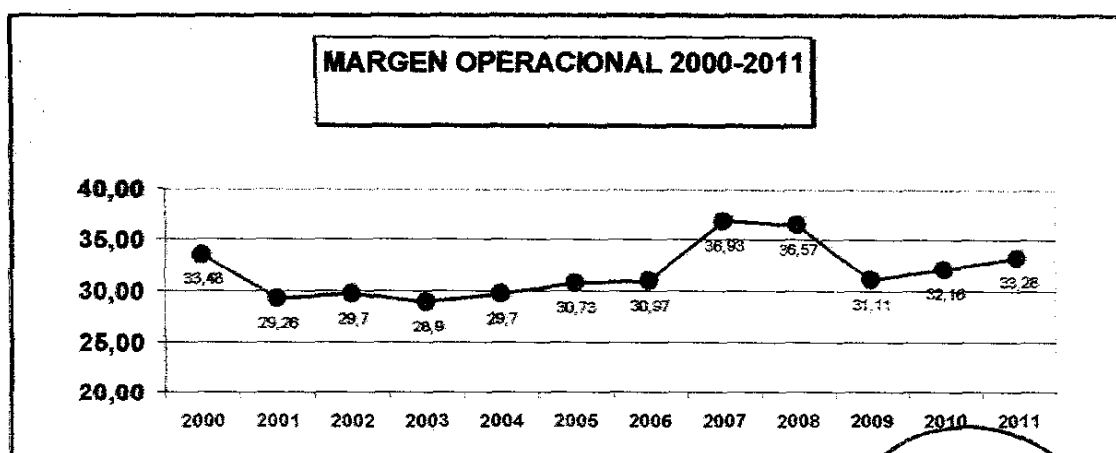
El cuadro siguiente muestra la evolución de las ventas desde el año 2000- 2011



Ambagro S.A.
Monto de ventas y Margen operacional



El margen de operación de la compañía en el 2011 es de 33,28% indicador que ha ido mejorando a partir del 2009 pero que aun no alcanza los valores obtenidos en el 2007-2008. El descenso del margen se explica por el aumento en los precios internacionales y en el incremento de los costos de los componentes nacionales, envases, etiquetas etc., y que no han podido compensarse con una elevación de los precios de venta, debido al riesgo de perder competitividad en el mercado. A esto se suma la venta de algunos productos de margen menor.



MONTO DE VENTAS Y ZONAS

El área geográfica atendida por AMBAGRO S.A. se mantiene igual las provincias atendidas son zonificadas de acuerdo al detalle

Zona Norte:	Imbabura, Carchi
Zona Pichincha:	Pichincha, Cotopaxi
Zona Centro:	Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo
Zona Sur	Azuay, El Oro, Guayas, Los Ríos

Nuestra actividad tiene importante desempeño en las provincias de: Imbabura, Carchi, Cotopaxi, Tungurahua.

Parcialmente atendemos a Pichincha, Chimborazo

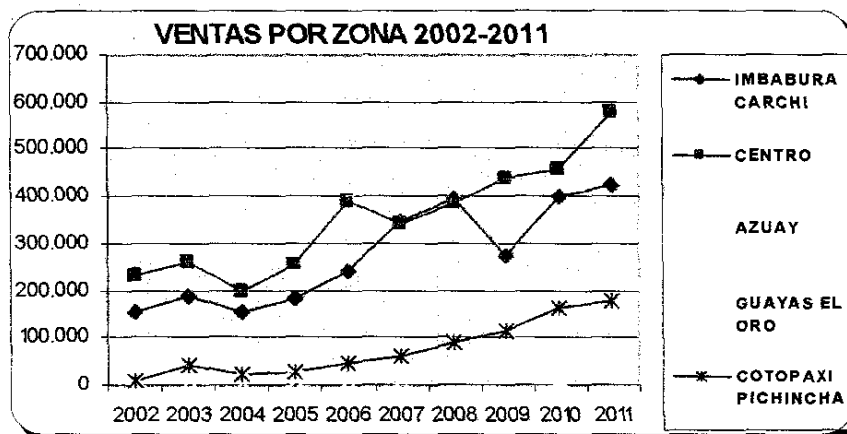
Marginalmente a Azuay, El Oro, Guayas, Los Ríos.

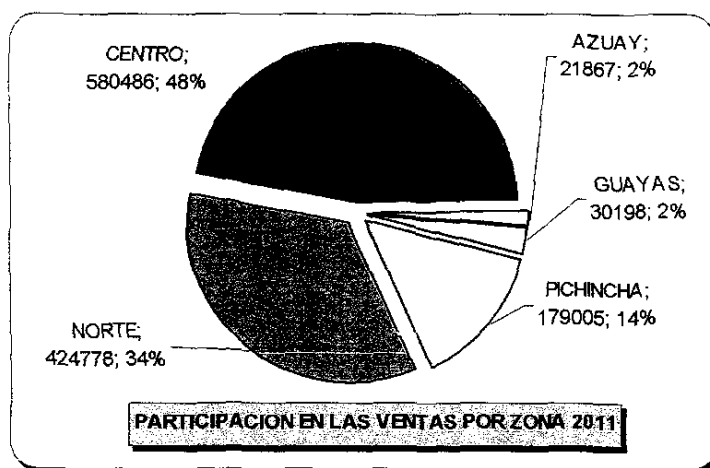
El resto de las provincias ecuatorianas no han podido ser integradas a nuestra actividad.

Volumen de ventas por zona y su porcentaje de participación con relación a las ventas totales.

Imbabura y Carchi	424.778	34,35%
Pichincha Cotopaxi	179.005	14,48%
Tungurahua Chimborazo	580.486	46,95%
Azuay, Guayas, El Oro	52.065	4,21%

Participación en las ventas de cada zona





Las ventas en la zona central constituyen el 46,95% de las ventas totales y denotan un crecimiento importante frente a las otras zonas, las que han disminuido su participación porcentual.

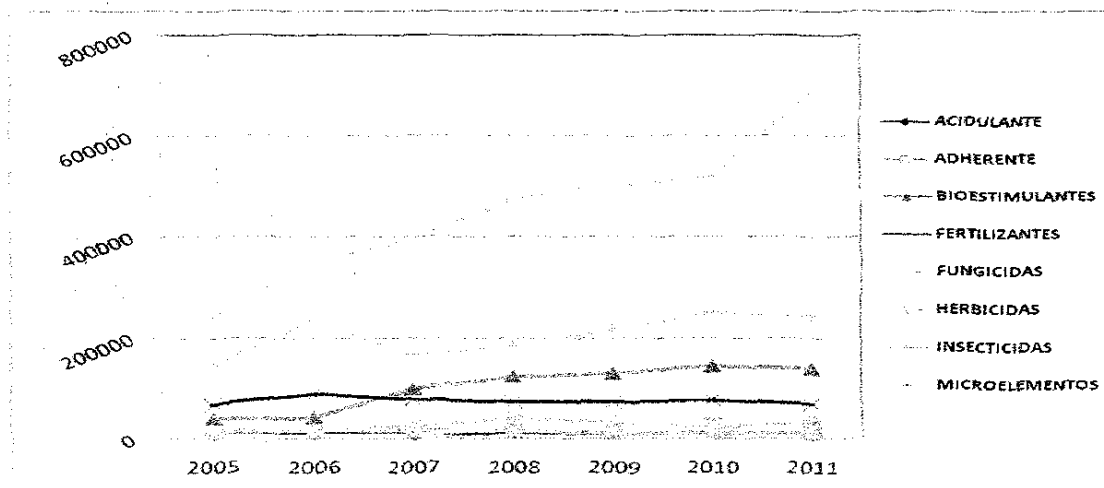
Las ventas en la zona norte constituyen el 34,35 con un crecimiento de 6% frente al 2011

En Pichinchas las ventas han crecido en 7,9% y constituyen el 14,48% de las ventas totales.

El Azuay, El Oro, Guayas y los Rios representan el 4,21% de las ventas.

Productos y precios.

La venta de fungicidas es el rubro más importante, seguido por la comercialización de insecticidas, la venta de bioestimulantes mantiene una tendencia a crecer mientras que la de fertilizantes, humectantes tiende a disminuir



El proveedor más importante de la empresa lo constituye DVA y el 34.3% de las ventas son de productos provenientes de esta empresa los márgenes de los productos comercializados y que provienen de DVA son aceptables le sigue Makhteshim con el 31,9% cuyos márgenes son mucho menores al que dejan las otras compañías además se debe señalar que los cambios suscitados a nivel



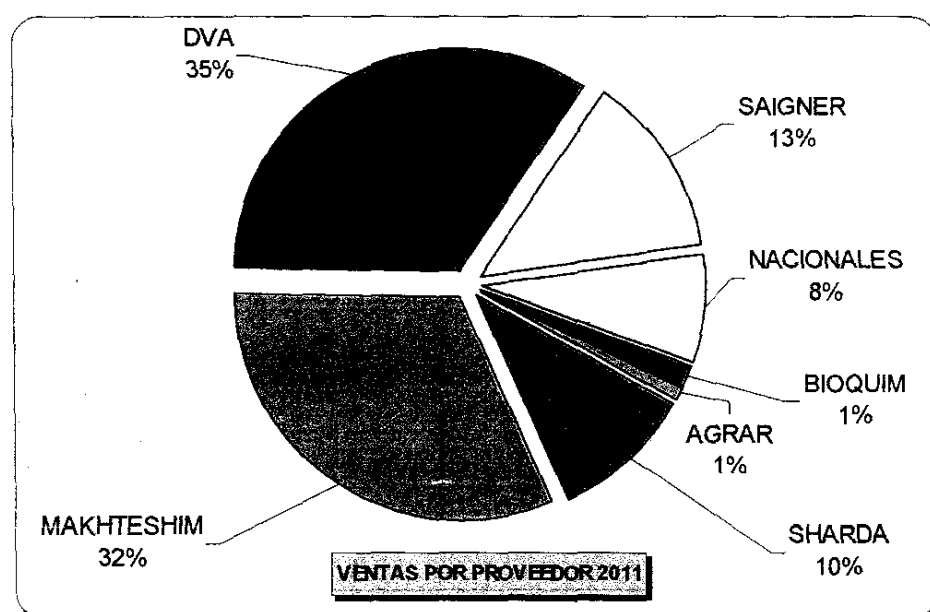
internacional en esa empresa han afectado a su operación habiendo existido problemas en la provisión de mercadería la importancia de esta MCW por parte de Ambagro no se vislumbra en los mejores términos puesto que el registro de Methofan que ha representado 88.7 mil dólares en ventas ha sido eliminado de acuerdo a las disposiciones de AGROCALIDAD y los nuevos esquemas de comercialización instrumentados por su representante en Ecuador PROFICOL no permiten ser optimista a ese respecto.

Otro proveedor en el 2011 ha sido SHARDA, compañía de la India que en 2011 nos ha proveído exclusivamente de dos productos y que han representado el 10.2%, esta empresa adicionalmente oferta otros productos interesantes para el mercado que atendemos, adicionalmente las condiciones de negociación son ventajosas.

Dentro de los Bioestimulantes y fertilizantes son las compras a Saigner son las de mayor monto (13.1%), este rubro se complementaba con los productos proveídos por AGRAR, sin embargo se considero necesario por razones logísticas centralizar las compras en una sola empresa por lo que se ha prescindido de este proveedor sin embargo las condiciones de pago son duras puesto que se exige carta de crédito a plazo muy corto 90 a 120 días .

Son necesarias adquisiciones locales de insumos, en ciertos casos para cubrir deficiencias en stock y en otros por la disponibilidad local de ellos. Los proveedores locales constituyen el 7.9% de nuestras ventas

Distribución de las ventas por proveedor



Gastos de ventas La relación gastos de ventas/ Ventas Totales ha variado de 13.71% en el 2010 a 13,91 en el 2011.

En términos absolutos este rubro fue de USD171.898 dólares El monto mayor correspondió Femeninaciones USD98.787 que significan el 57.46% de los gastos de ventas.



Gasto de ventas por rubro y su participación porcentual

VENTAS	GASTO DOLARES	GASTO VENTAS	GASTO DOLARES	GASTO VENTAS
		%		%
	2010	2010	2011	2011
TOTAL	146.886	13,71	171.898	13.91%
REMUNERACIONES	89.737	61,09	98.787	57.46%
MOVILIZACIÓN	2.606	1,77	3.028	1.76%
GASTOS INDIRECTOS	17.797	12,12	12.587	7,32%
PUBLICIDAD	2.563	1,74	4.618	2.69%
MANTENIMI VEHICULOS	17.454	11,88	17.551	10.21%
SEGUROS	5.215	3,55	10.213	5.94%
PROFESIONALES			9.899	5.75%
DE GESTION			4.745	2.76%
DEPRECIACIÓN	1.873	1,27	1.765	1.03%
PROVISIONES	2.182	1,49	3.224	1,87%
OTROS GASTOS	7.459	5,07	5.481	3.19%

Igual que en el caso de los gastos administrativos el 13,91% es la relación de los gastos totales de ventas con el monto de ventas totales, y en cada rubro este es la relación del ítem correspondiente con el monto de gastos de ventas

Las remuneraciones con relación al gasto de ventas ha disminuido de de 61 a 57% Los gastos de seguros y los pagos a profesionales han sufrido un incremento.

FINANCIEROS

Los gastos financieros en el año 2011 son el 1.86% del valor de las ventas, este indicador es auspicioso, si bien el monto absoluto es de USD22948 considerando el monto de ventas su incidencia es baja más aún si consideramos que un alto rubro es debido al financiamiento de las instalaciones que AMBAGRO S A adquirió en el Parque industrial con financiamiento bancario

Los gastos extraordinarios son cubiertos con el 0.04 del valor de las ventas

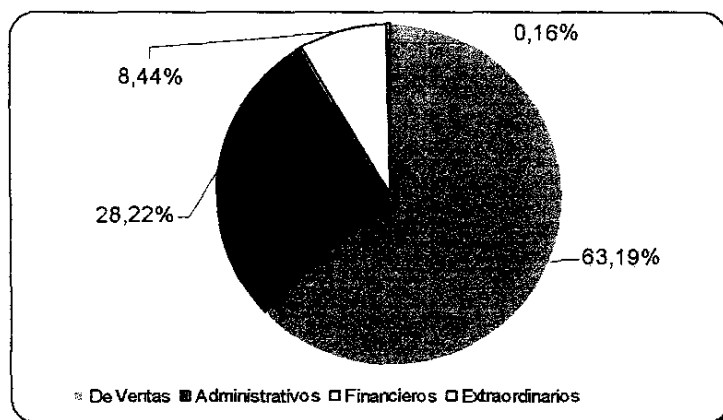
GASTOS OPERACIONALES TOTALES

Gastos operacionales por rubro

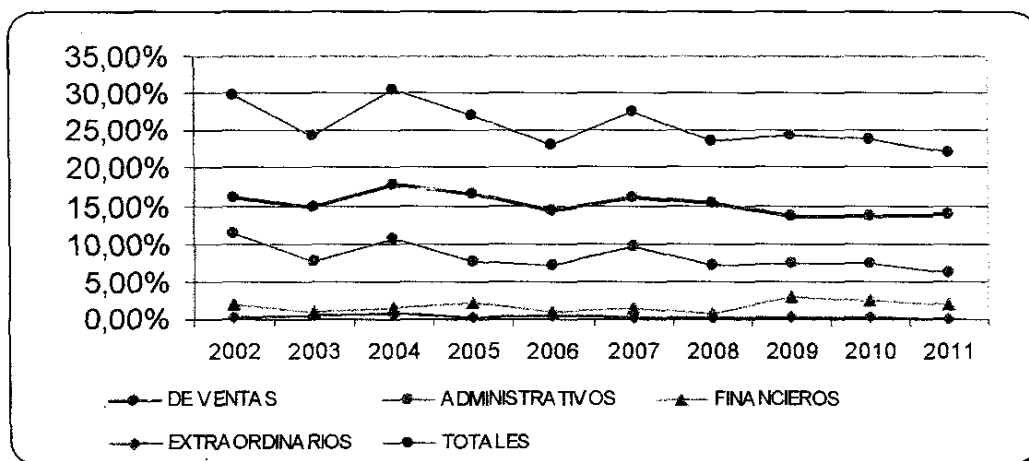
Rubro	Monto
De Ventas	171.898
Administrativos	76.763
Financieros	22.948
Extraordinarios	443
TOTAL OPERACIÓN	272.052

Distribución de los gastos operacionales





Gastos de operación 2002-2011 en % sobre el valor de los ingresos.



Con relación al año 2010 la relación **gastos de operación/ ventas totales** ha mejorado actualmente estos son cubiertos con el 22.04%

PROYECCIONES 2012

Para el año 2011 esperamos crecer en una tasa de al menos 15%

La proyección que a continuación se presenta se ha realizado bajo los siguientes supuestos:

1. Proyección de gastos totales: incremento de 6.7% en promedio
2. Precios de venta con respecto al 2011: estables.
3. Esperamos alcanzar la meta: ventas de 1,400.000 dólares
4. Margen de operación promedio: 33.0%
5. Stock suficiente para atender al mercado.
6. No se considera la posibilidad de ampliar los sectores atendidos pero si, incrementar las ventas en las provincias de Pichincha, Chimborazo, y Carchi



El cuadro adjunto muestra la proyección de ventas por producto.

PROYECCION DE VENTAS 2012 AMBAGRO

PRODUCTO	ZONA 1	ZONA 2	ZONA 3-4	ZONA 5	TOTAL AMBAGRO	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Foliares		12000	13000	4000	29.000	0,77	22.330,00
Golden fos	1800	4500	1200	2000	9.500	2,61	24.795,00
Golden K	2200	4000	1200	1200	8.600	2,60	22.360,00
Super feed		3500		200	3.700	2,97	10.989,00
Ac Tiv	1500	2000		400	3.900	3,20	12.480,00
Acid	1000	1000		100	2.100	6,95	14.695,00
Bioforte	2400	2300		600	5.300	5,37	28.461,00
Acido Humico	4000	3000	600	4500	12.100	2,40	29.040,00
Odin	4700	6500		1300	12.500	6,65	83.125,00
Chestrene	1200	400		1300	2.900	7,41	21.489,00
Algicrop	1000	500		100	1.600	11,21	17.936,00
Superdablon	400	400		200	1.000	5,80	5.800,00
Nutri k	600	400		200	1.200	5,60	6.720,00
Folpan	3400	10500		1500	15.400	8,14	125.366,00
Captan	3000	2000	500	2000	7.500	8,14	61.050,00
Foxanil	7700	8500		5000	21.200	9,13	193.556,00
Skipper	2200	1500		600	4.300	28,32	121.776,00
Tornado	200	700		0	900	23,19	20.871,00
Tebuconazole	430	1000		400	1.830	20,40	37.332,00
Dovex	7600	2500		1000	11.100	12,34	136.974,00
Fegadazin	2550	1500		500	4.550	10,89	49.549,50
Recio	2900	6500		1000	10.400	8,05	83.720,00
Gallgan	180	2000	800	250	3.230	21,69	70.058,70
Terbak	600	600	700	600	2.500	4,37	10.925,00
Olate	2700	3000		1500	7.200	12,25	88.200,00
Tor	650	3500	150	1000	5.300	13,89	73.617,00
Lambda cihalotrina	800	2000		500	3.300	7,32	24.156,00
Imidacloprid	300	200		300	800	26,00	20.800,00
Keltone	450	1000		200	1.650	5,90	9.735,00
Boro	200	750		100	1.050	5,78	6.048,00
Bor cal	600	1600		250	2.450	5,59	13.695,50
TOTAL VENTAS							1.447.539,70

El cuadro siguiente presenta una estimación de los gastos para 2012.

Cuadro No 4: Proyección de gastos.



RUBRO	2011	2012	2012/2011
GASTOS DE VENTAS	173.640	191.462	110.3%
GASTOS ADMINISTRA	86.714	94.571	109.9%
GASTOS FINANCIE	22946	25.211	109.9%
GASTOS EXTRAORDI	442	663.9	150%
GASTOS TOTALES	283.743	311.908	109.9

Con las premisas anotadas ventas de USD1.440 MILES. margen operacional de 33% significarían ingresos para la compañía por un monto de USD475 miles se cubrirían los gastos estimados en-USD311miles dejando un superávit.

Señores Socios de la Compañía, la gerencia agradece el apoyo de los accionistas a su gestión, agradece sobremanera al personal de la empresa por su esfuerzo y apoyo.

Atentamente

ccam
Augusto Naranjo R.

