

ambagro s.a.
INFORME DE GERENCIA
A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ECONOMICO
ENERO 1, DICIEMBRE 31 DEL AÑO 2013

Señores accionistas:

El presente informe analiza el desarrollo de la Empresa en el período Enero 1 - Diciembre 31 del año 2013 y las proyecciones trazadas para el año 2014.

ANTECEDENTES:

En el año 2013 Ambagro ha cumplido 23 años de actividad comercial, consolidando su accionar con firmeza de manera constante en el mercado nacional. Además de mantener el prestigio ganado el reto era cuidar los índices y niveles productivos.

Esta tarea se afertó por la incidencia de dos factores determinantes en el negocio: Precios de venta de productos agrícolas y clima. Los precios de los productos agrícolas en el mercado nacional no ayudaron a la economía del agricultor: La papa se mantuvo entre 6 y 10 dólares el saco aunque se recuperó en Diciembre. La cebolla paiteña se vendió entre 5 y 10 dólares el saco. El tomate riñón promedió los 8 dólares la caja, el tomate de árbol apenas 5 y la arveja tierra no subió de 10 dólares. En cuanto al clima, FsLc pasó de muy lluvioso en el primer semestre a muy seco en el segundo.

En cuanto a la provisión de productos se han dado dos cambios: No fue posible comercializar FOXANIL hasta la finalización de trámite de actualización del registro de Agrocalidad. Y en contraposición, se ofertaron adicionalmente dos insecticidas, UFO Y SHARFIP, y un Fertilizante Foliar, FOSFATO MONOAMONICO, con el afán de no disminuir nuestros montos de ventas.

En el contexto internacional mantenemos en buen nivel el grado de confianza de nuestros proveedores lo cual es un importante aporte a nuestra operación porque agiliza la gestión y disminuye los costos de operación.

Nuestra credibilidad ante el medio financiero nos ha permitido operaciones crediticias que han viabilizado la gestión de la Empresa. Al respecto, es justo destacar y agradecer el respaldo de la familia Naranjo Arcos porque sus bienes están hipotecados a favor de Ambagro, lo cual constituye un apoyo vital para la capacidad operativa de la Compañía. Amén de la enorme responsabilidad de esta Administración de cuidar de los mencionados activos.

El crecimiento del PIB en Ecuador en el 2012 fue del 4,80% pero el Banco Central determinó que en el año 2013 fue del 4,50% siendo las principales actividades económicas, el comercio, la construcción y el petróleo. La desaceleración la marca principalmente la disminución del precio del petróleo, principal fuente de ingresos para nuestro País.

OPERACIÓN DE LA COMPAÑIA

La conformación de la compañía en cuanto al **recurso humano** es la siguiente:

El personal administrativo está compuesto por el Gerente y tres profesionales calificadas: Contadora, Secretaria y Ayudante de Contabilidad.

El equipo de ventas está constituido en la zona centro por un Ingeniero Agrónomo representante de ventas y 2 extensionistas que respaldan la gestión técnica y comercial.

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

En Pichincha se cuenta con un distribuidor.

Como personal de ventas están considerados también el Bodeguero y su equipo de trabajo, de cinco operarios, que se ocupa del proceso total de envasado y despacho de los productos.

Por otro lado, cabe añadir las siguientes particularidades:

Los organismos estatales de control incrementaron su espectro de acción en la aplicación y exigencia del cumplimiento de leyes y reglamentos, así,

Agrocalidad continúa empeñado en ejercer un seguimiento estricto sobre el accionar de las Empresas comercializadoras de agroquímicos: moléculas registradas, etiquetas aprobadas, profesionales representantes calificados, estado de las instalaciones, procesos de envasado, empaquetaduras, aplicación de normas Inen y seguimiento a los precios de venta.

El Ministerio del Ambiente está muy vigilante ante el cumplimiento del proyecto descrito en nuestra licencia ambiental y en el Plan Nacional para Importadoras de Agroquímicos del Modelo de Gestión de Residuos Sólidos.

El Ministerio de lo Laboral en conjunto con el IESS, está vigilando celosamente el cumplimiento del Sistema de Gestión de Riesgos del Trabajo que engloba temas de salud, capacitación, seguridad, organigramas, profesiogramas y procesos.

El Servicio Nacional de Aduanas, modernizó sus sistemas de internación de mercaderías y trabaja en conjunto y en coordinación con Agrocalidad y el MAGAP.

La Superintendencia de Compañías creó un organismo de Catastro al que hay que reportar mensualmente el Registro de Datos Crediticios, llamado DINARDAP.

Se han ejecutado además los trámites de rigor frente a los Gobiernos, Provincial y Municipal, al Ministerio de Salud, Bomberos, Rentas, Tránsito, etc. Etc.

RESOLUCIONES DE LA JUNTA DE ACCIONISTAS

En el año 2013 se realizaron dos reuniones de Directorio y se han cumplido a cabalidad las resoluciones tomadas:

- 1.- El 13 de Abril en atención al Artículo 234 de la Ley de Compañías. En la que se aprueban los informes y balances del ejercicio económico 2012.
- 2.- El día 9 de Agosto se celebró una Junta General Universal para resolver sobre el aumento de capital de la Empresa a trescientos mil dólares. El cual se consolida con la aprobación de la Superintendencia de Compañías y se legaliza con el trámite número 11755 del Registro Mercantil de Ambato.

GASTOS ADMINISTRATIVOS.-

La relación **gastos administrativos sobre ventas totales**, comparativamente al año 2012, se ha incrementado en el 23.31% y representa el 9.24% del monto total de las ventas.

COMPARATIVO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS 2012 - 2013

GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ RELACION		\$ RELACION		AHORRO
	2012	%	2013	%	
REMUNERACIONES	53.849	55,98	55.245	46,58	2,53
MOVILIZACION	1.030	1,08	1.767	1,40	-41,37
MATERIALES Y SUMINISTROS	1.606	1,67	1.252	1,06	28,27
ENTIDADES PUBLICAS	4.444	4,62	4.331	3,65	2,61
PAGOS A PROFESIONALES	10.997	11,43	523	0,44	2002,68
DEPRECIACIONES	4.738	4,93	31.280	26,38	84,80
SEGUROS	1.638	1,70	552	0,47	106,74
OTROS GASTOS	17.877	18,50	23.642	19,97	-24,38
TOTAL	96.185	100,00	118.601	100,00	-23,31

El cuadro expuesto en la parte superior, compara el total de los gastos administrativos entre los dos últimos años relacionando cada rubro con su monto de ventas correspondiente.

Los gastos más elevados son las Remuneraciones con el 46.58% de incidencia, aunque hemos consumido apenas el 2.53 % más que el año pasado.

La Movilización aumenta en el 41.37% en consideración a la necesidad de la Gerencia de hacer un seguimiento permanente al trabajo de los Distribuidores.

En el rubro denominado Otros Gastos, la subcuenta identificada como Adecuaciones y Mejoras aumentó en cumplimiento de nuestro Plan Ambiental. Del mismo modo, la subcuenta designada Registros de Marcas identifica las gestiones emprendidas ante Agrocalidad por los productos cuyos registros serán nuestra propiedad. Por esto, la diferencia en \$ 5765 representa un aumento en el 24.38%.

En aplicación a la política de austeridad practicada por la Administración se busca permanentemente minimizar los gastos, por ello las cuentas denominadas Materiales y Suministros, y Pagos a Profesionales reflejan un marcado descenso.

Las otras cuentas, Seguros Contratados y Pagos a Entidades Públicas corresponden al manejo normal del negocio y al cumplimiento de las normas públicas.

ANALISIS DE LAS VENTAS.-

En el año 2.013, hemos vendido 1.269.643.19 dólares, reflejando un decrecimiento del 5.41% frente al 2012. Lamentable caída en las ventas que exige acciones correctivas inmediatas a partir de la observación minuciosa de los índices.

MONTO DE VENTAS POR ZONAS

El área geográfica atendida por AMBAGRO está zonificada de la siguiente manera:

Zona Norte:	Carchi e Imbabura
Zona Pichincha:	Pichincha y Cotopaxi.
Zona Centro:	Salcedo, Tungurahua, Chimborazo
Zona Sur:	Azuay, El Oro, Guayas y Las Rías

Nuestra fortaleza en ventas se manifiesta con el 84,37% del monto en las provincias de: Imbabura, Carchi, Cotopaxi y Tungurahua. Contrariamente, en Pichincha y Chimborazo debemos esforzarnos para conseguir mejorar nuestra influencia.

La presencia de Ambagro es todavía marginal en Azuay, El Oro, Guayas y Los Ríos.

DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS Y PORCENTAJES			
CARCHI	IMBABURA	426.134	33,56 %
TUNGURAHUA	CHIMBORAZO	383.101	30,17 %
SALCEDO		262.055	20,64 %
PICHINCHA	COTOPAXI	140.011	11,02 %
AZUAY	EL ORO	43.757	3,45 %
LOS RÍOS	GUAYAS	14.585	1,16 %
		1.269.643	100 %

El resultado global refleja las siguientes particularidades:

1. La meta global propuesta, del 11,50 %, pese a ser realista y moderada, no se alcanza y apenas se logra el 84,83% del cumplimiento.
2. En relación al año 2012 las ventas totales sufren una caída del 5,41%.
3. En Tungurahua hay un crecimiento notable e incluso se sobrepasa la propuesta.
4. En Salcedo las ventas aumentan en el 5,41% aunque no se cumple la meta anual.
5. El Norte y Pichincha, manejados por Distribuidores, sufren descensos marcados que gravitan en el resultado total de la gestión de la Empresa.
6. En el Sur, las negociaciones se mantienen pese a ser una zona bien atendida.

MARGEN OPERACIONAL-

Este índice está sujeto a cuatro factores, sobre los cuales, nuestra influencia es mínima: Los precios internacionales. Los precios fijados por la competencia. Los costos de los componentes nacionales: frascos, etiquetas, fundas, cartones, etc. Y, la insuficiencia de inventarios que provocan compras internas de menor margen en dinero y tiempo. Estas variables sólo pueden compensarse con una elevación de los precios de venta y el consiguiente riesgo de perder competitividad en el mercado.

Hay en cambio, un factor de incidencia que está en nuestras manos y que debe mejorar sustancialmente: El promedio de días al cobro, que al ser mayor de noventa días provoca problemas de liquidez.

La comercialización en la zona central constituye el 50,97% de las ventas totales, reflejando un aumento del 14,10%. Esta recuperación con respecto al año anterior se debe a que los clientes han sido atendidos con regularidad.

Las ventas en Carchi e Imbabura alcanzan el 33,63% del total, con un decrecimiento del 11,50% frente al 2012. La expectativa sobre este sector que debió crecer no se concretó por cuanto el Distribuidor mantuvo un atraso constante en sus pagos, lo que obligó a la Administración a suspender temporalmente los despachos.

En Pichincha las ventas han decrecido en el 21,45% y constituyen el 11,02% del monto total. Esta recesión se debe a que el distribuidor dejó de atender a clientes incumplidos en sus

pagos. Además y sobre todo, debió soportar una crisis familiar que afectó directamente a su rendimiento, el cual debe ser recuperado obligatoriamente en el año 2.014.

En Azuay y El Oro, crecimos el 12.13%, auspicioso pero no suficiente por cuanto la zona Sur apenas representa el 3.80% de las ventas globales. La atención en esta zona fue muy débil.

Guayas y los Ríos representan este año apenas el 0,58% de las ventas. Demostrando un decrecimiento absoluto con respecto al año anterior, debido a dos razones importantes, la una es la eliminación por mora de varios clientes; y la otra, el fallecimiento inesperado de un importante cliente y amigo del sector de Montalvo.

MOVIMIENTO DE LOS PRODUCTOS.-

Nuestra oferta tiene un cierto nivel de equilibrio. Hemos puesto a consideración de los clientes 9 Fertilizantes Foliare, 8 Bioestimulantes, 10 Fungicidas, 7 Insecticidas, 2 Coadyuvantes y además, 1 Herbicida.

Las 3 fórmulas foliares Green Top en conjunto nos dan una venta global de 46.986 Kilos, y constituyen la mayor venta, seguidas en la escala de dos fungicidas, Falpan con 12.751 kilos y Recio con 10.370 Kilos.

El cuarto producto de importancia en ventas es el bioestimulante Odin que alcanza los 9,253 Litros. Se han vendido 7.859 Litros de Davex y 7.764 Kilos de Golden Fos.

En el año 2.012 vendimos 168.000USD de FOXANIL que por razones legales en el año 2.013 no se pudieron comercializar sino de modo circunstancial en el primer trimestre, dejándonos una disminución de 115.000USD en ventas. Para minimizar este daño, la Gerencia gestionó ante SHARDA y ante BISTERFFLD, la posibilidad de ingresar nuevos productos a la lista; por ello, se logró comercializar Captain 80, Ufo 720, Sharlip y Fosfato Monoamónico, pero sólo se adicionaron 70.000USD. Es de esperar que estos nuevos pesticidas se vendan mejor en el año 2.014.

En el año 2.013, el rubro más importante, por volumen, en nuestras ventas totales es el de los Fungicidas, con el 47.11%. Los insecticidas se venden en un parcial del 26.14%. Los Bioestimulantes se comercializan en el porcentaje del 10.64% y los Fertilizantes en el 6.91%.

GASTOS DE VENTAS.-

Como podemos ver en el cuadro expuesto a continuación, la relación **Gastos de Ventas / Ventas Totales** se ha mantenido estable en los últimos tres años, variando ligeramente, del 14.82% en el 2011 al 14,43% en el 2012 y por coincidencia, nuevamente al 14.82% en el año 2.013.

En términos absolutos el egreso fue de \$ 188,178.41.

El monto mayor son los salarios que significan el 54,18% del total de los gastos de ventas.

Las remuneraciones, en valores suman 101.949 USD, aumentan el 6.99% en consideración al año anterior y el 10.68 % con relación al total del rubro gasto de ventas.

Los gastos realizados en Publicidad se han incrementado por cuanto los clientes aceptaron con bastante agrado la publicación promocional en CALENDARIOS AGRICOLAS LUNARES que se hizo en los años 2.011 y 2.012 y entonces en este año fue necesaria una publicación mayor.

Otro gasto que se ve incrementado es el de las Provisiones, que se han hecho en función del cálculo actuarial contratado por la Empresa para dar cumplimiento a las normas legales y contables en función de la jubilación Patronal y a las Indemnizaciones Patronales.

En el rubro Otros Gastos, la cuenta mayor corresponde a la alimentación y refrigerios de los trabajadores de bodega que suma en total \$ 2.66 por jornal

Por el contrario de lo anotado anteriormente, hay rubros que presentan una disminución en sus montos con relación al año anterior, son estos: Las movilizaciones, los gastos indirectos, el mantenimiento de los vehículos, los seguros y el pago a profesionales.

En resumen, el valor consumido como Gastos de Ventas en el año 2013 es menor en el 2.93% con relación al período anterior.

GASTOS FINANCIEROS

Los gastos financieros en el año 2013 fueron el 2.50% del monto total de las ventas, este indicador aumenta en relación a los años anteriores. Importante detallar a considerar puesto que, aun contando con el crédito directo que hemos conseguido de nuestros proveedores internacionales, refleja una cierta falta de liquidez que ha obligado a la Administración a mirar hacia la Banca.

La lección que debemos aprender y el reto que debemos cumplir es el de mejorar el índice de días al cobro. La recuperación de cartera tiene que ser una prioridad, y entonces recurrir al crédito de los entes financieros será menos frecuente.

GASTOS EXTRAORDINARIOS

En el proceso de cambio de etiquetas por actualización y ajuste a las normas INFN debimos sufrir un llamado de atención de Agrocalidad, y por este motivo los Gastos Extraordinarios subieron al 0.44% del monto de ventas.

Los Gastos de Ventas que constituyen el egreso mayor de la operación de Ambagro son el 14.82% del total de las ventas.

En el rubro de Gastos Administrativos, el índice es del 9.34%.

La relación del financiamiento bancario con las ventas es del 2.50%.

Los Gastos Extraordinarios son el 0.45% del monto de la vendida.

Aunque ciertos valores absolutos son superiores, podemos observar que el manejo económico ha sido responsablemente cuidadoso, lo que se refleja en los valores reales de gastos frente a las ventas logradas y al presupuesto.

GESTIONES EN EL EXTERIOR

Con el afán de visitar a tres proveedores, con quienes hemos mantenido correspondencia por internet y concretar relaciones comerciales que se reflejen en el corto plazo a beneficio de Ambagro, la Administración programó un viaje a la República Popular de la China con los siguientes resultados:

1. Se firmó, con la Empresa Formuladora RAYFULL un compromiso para la entrega de la documentación necesaria que permita registrar pesticidas ante Agrocalidad. Estos registros serán propiedad de Ambagro.
2. En las mismas condiciones, se firmó otro convenio con la Empresa Formuladora AGROCHINA, ubicada en la ciudad de Shanghai.
3. El señor Ing. Augusto Naranzo inició por medio de un convenio firmado por su persona, en condiciones beneficiosas para nuestra Empresa, relaciones con la Compañía TRUSTCHFM, con quienes ya tenemos los registros en proceso. Esta fábrica también

fue visitada para reforzar las relaciones y explicar con detenimiento nuestras necesidades de documentos.

4. Además se visitaron tres fábricas de maquinaria para envasado, puesto que necesitamos adquirir equipo semi automático para renovar el existente que fue adquirido hace cinco años, mejorar nuestros rendimientos en el envasado y salvaguardar la salud de nuestros colaboradores.

PROYECCIONES PARA EL AÑO 2014

Con la anuencia, de los señores accionistas, el compromiso es seguir luchando con la misma lealtad y devoción con que lo hemos hecho durante estos 20 años, en unión a los trabajadores de la Empresa, para vender USD 1.500.000

En base a las siguientes propuestas puntuales:

1. *Los gastos totales no deben incrementarse en más del 10% en promedio y deben guardar proporción con el monto de ventas*
2. *Los precios de venta con respecto al año 2013 deben ser estables o mejores.*
3. *El margen de operación en promedio debe ser cada vez mejor.*
4. *Debemos crecer en montos de ventas en cada zona de atención.*
5. *Es necesario aumentar la oferta en nuestra lista de productos.*
6. *Debe haber un stock suficiente de productos para atender bien al mercado.*
7. *Mejorar la atención en la zona de El Oro y Los Ríos*
8. *Crear definitivamente la zona de atención en Cañar, Azuay y Loja.*
9. *Se debe abrir una ventana de comercialización a través de Compras Públicas*
10. *Es imprescindible continuar con los trámites de registro ante Agrovidualidad y el Magap.*

Si logramos ajustar las opciones de negocio con los presupuestos y nuestras potencialidades, conseguiremos alcanzar las metas propuestas, lo que en dinero significa beneficios para los asociados, amén de cumplir con las obligaciones tributarias y laborales.

Señores Socios de Ambagro, conozco mis limitaciones y debilidades, así como mi capacidad de servicio y mis cualidades, y seguiré ejerciendo la Gerencia General de la Empresa en la medida en que Ustedes mantengan su confianza en mi persona o a su vez, cederé el paso ante cualquier otra opción administrativa cuando Ustedes así lo consideren.

Agradezco la confianza, el respaldo y el apoyo que Ustedes me han brindado, así como el esfuerzo honesto del personal de empleados y trabajadores.

Atentamente

FRNANDO CAICEDO
GERENTE GENERAL

