

**AGROPROMOTORA DEL COTOPAXI S.A.
(AGROCOEX S.A.)**

**INFORME DE LA ADMINISTRACIÓN SOBRE EL EJERCICIO ECONOMICO
COMPRENDIDO ENTRE EL 1 DE ENERO Y EL 31 DE DICIEMBRE DEL 2007**

El presente informe está dirigido a los accionistas de Agrocoex S.A., a fin de darles a conocer los resultados económicos del año 2007, en lo referente al Estado de Resultados, Balance General, así como todos aquellos factores que consideramos han influido de manera importante en el desarrollo de la Empresa, tanto interna como externamente.

De esta forma damos también cumplimiento a las normas vigentes tipificadas en la Ley de Compañías y en los Estatutos de la Empresa.

ENTORNO ECUATORIANO DEL AÑO 2007

Con el inicio del nuevo gobierno hubo muchas expectativas y también incertidumbres debido a la tendencia política del Gobernante, que dejó de lado las opiniones del sector empresarial y no hubo la apertura para entablar un diálogo.

Adicionalmente con nuevas elecciones, para la Asamblea Constituyente, las incertidumbres se acentuaron más y se hizo difícil realizar una planificación a largo plazo. Por todo esto los créditos bancarios prácticamente se cerraron y solamente fue posible conseguir fondos a corto plazo.

El primer año de gobierno transcurrió sin mayores resultados, enfocado básicamente en la campaña electoral para la Asamblea y trabajando a través de declaraciones de emergencia permanentes en prácticamente todos los sectores, sin presentar un plan de gobierno a largo plazo.

La constante alza del precio del petróleo que llegó a valores nunca antes imaginados, fue un apoyo muy importante al gobierno para atender todas las demandas que se plantearon desde el inicio de su gestión. Atención que fue únicamente de corte populista y para ganar el apoyo de los electores; incrementando el bono de ayuda social y el apoyo para vivienda.

Por otro lado y al igual que en años anteriores, por las remesas de los migrantes y con los ingresos petroleros, lograron mantener equilibrada la economía con una inflación relativamente baja. Sin embargo el crecimiento del País fue uno de los más bajos de la región, apenas un 2,7% cifra cuestionada por algunos analistas, que dicen es más baja. Se extendió el ATPDEA hasta marzo del 2008 y fue un respiro momentáneo para competir con otros productores especialmente colombianos.

Los últimos días de diciembre se aprueba la ley de Equidad Tributaria que cambia totalmente el panorama impositivo en Ecuador.



Dentro del Gabinete se nombraron a dos floricultores para igual número de Carteras de Estado. En principio, esto fue muy bien visto en nuestro sector; sin embargo el apoyo recibido fue poco satisfactorio, aunque se trataron temas relacionados con créditos, SRI, SESA, CAE, etc.

ENTORNO MUNDIAL

El 2007, fue un año en el que la economía mundial se vio afectada por la devaluación del dólar; el euro principalmente tuvo una escalada importante y quizás esto ayudó a que las exportaciones de flores de Ecuador a Europa, crecieran en relación a las realizadas a EEUU.

Colombia ha atravesado un año bastante complejo por la revaluación del peso y algunos problemas climáticos. Estos hechos sumados al incremento de costos, han colocado a la floricultura colombiana en una situación económica muy delicada. Esto puede verse como una oportunidad para Ecuador en el futuro inmediato, pues muchas fincas colombianas, según opinión de floricultores y analistas colombianos, están por cerrarse debido a una quiebra inminente. Sin embargo la situación del Ecuador con el incremento de costos en insumos, mano de obra, combustibles etc, pudiera afectarse también y podría tener el mismo fin, pero por las causas ya señaladas. Esto se menciona como un posible escenario que es importante dejar de manifiesto.

En todo caso, Colombia, siguen presente en mercados como Rusia, en donde Ecuador es uno de los principales proveedores.

Ecuador sigue manteniendo su prestigio de la mejor rosa del mundo y se presenta en distintas ferias, siendo la principal la de Moscú. A través de otras ferias y el fortalecimiento de algunos programas asociativos, se espera captar segmentos de mercado que exigen flor de alta calidad.

El aspecto más limitante en la comercialización sigue siendo, sin duda, el alto costo de los fletes aéreos.

Existen también otras amenazas en el mercado de flores y es la producción de Etiopía, Kenya y otros países africanos. Principalmente Etiopía, recibe un apoyo total de parte de su gobierno y ha entrado con éxito en mercados europeos e incluso en EEUU. China también ha incursionado en EEUU y el 2007 vendió alrededor de 80 millones de dólares.

AREA ADMINISTRATIVA

Durante el año 2007 se dio cumplimiento a las disposiciones planteadas por el Directorio en sus distintas reuniones mantenidas a lo largo del año.

INVERSIONES

Durante el año 2007, se realizaron inversiones importantes, pues dimos inicio a la operación en Machachi con la construcción de tres hectáreas de invernaderos y la siembra de plantas, así como con la construcción de dos reservorios, instalación de equipos de riego; adecuación de baños, cocina y comedor para trabajadores.

Una inversión significativa, constituyó el cambio de las cerchas de madera de los invernaderos, por metálicas; estos invernaderos son los últimos en realizar este cambio



y hoy son totalmente metálicos, lo que facilita mucho el cambio de plásticos rubro muy importante dentro de las inversiones de cada año.

MERCADO

Durante el año 2007, al igual que en años anteriores, visitamos clientes y participamos en ferias para fortalecer las relaciones comerciales.

Se visitó principalmente a clientes en Rusia, Europa: Alemania, Suiza; Estados Unidos y Canadá.

Participamos concretamente en tres ferias, Tradewinds, Miami y Holanda esta última la más importante del mundo.

También estuvimos en Londres para analizar ventas de flor para los supermercados Marks and Spencer.

Un segmento al que se le dio mucha importancia y atención es a los clientes que compran flor del Comercio Justo (Fair Trade), tratando de conseguir un mayor mercado de esa flor en Estados Unidos especialmente. Las expectativas son muy alentadoras y aspiramos incrementar el volumen de ventas para esos consumidores.

El crecimiento más importante de nuestras ventas, lo hemos experimentado en Rusia.

Igualmente participamos en algunos grupos asociativos, apoyados por Corpei y el Bid, formados con el objeto de promocionar nuestras rosas, en mercados aún no explotados, por ejemplo en Alemania e Inglaterra. Particularmente en este último mercado, la intención es posicionarse con flor larga y de cabeza grande, pues un volumen importante adquieren en Africa, muy barata por cierto y también compran a Colombia.

Para el caso de Alemania el grupo asociativo inició, con buena aceptación, las ventas de flor FLP, bajo la marca Ecuatorian Spirit. Esto ha preocupado obviamente a los importadores, particularmente a Straelener y FSQ, quienes ven amenazado su mercado.

A partir de Julio del 2007 y por mutuo acuerdo, se dio por terminada la relación comercial con la empresa Agroganadera. Esa separación se la realizó de manera coordinada de tal forma que nuestros clientes no tuvieran inconvenientes en la recepción de las órdenes que antes la realizaban a través de nuestro departamento de ventas. Ese proceso duró unos dos meses y luego los clientes se acomodaron a las nuevas circunstancias sin problemas mayores.

Un hecho a destacar en el área comercial, es la modernización del logotipo de nuestras marcas con una nueva imagen. Hicimos también modificaciones en el empaque con lo cual, la presentación cambió totalmente. La respuesta de los clientes fue positiva y la percepción del producto mejoró notablemente. Esto permitió, con algunos clientes, tener un mejoramiento en los precios de venta.

AREA DE PRODUCCIÓN Y POSCOSECHA

El año que concluyó, estuvimos afectados por un clima muy severo tanto en los meses de invierno como durante el verano. La luminosidad durante el año fue muy inferior a la de años anteriores y a partir de octubre se acentuó más. Eso trajo como consecuencia una disminución de la producción en general y menor aún durante los últimos tres meses del año.

Adicionalmente a esto, hay que señalar que a partir de mayo y hasta finales de octubre, tuvimos un problema muy serio y fue el ataque de pájaros. Como pocas otras veces el daño fue de dimensiones importantes, porque tuvimos cerca de 500.000 tallos perdidos,



una gran mayoría de ellos largos y gruesos, destinados al mercado ruso y europeo. Esta "plaga" realmente nos ha preocupado mucho y estamos investigando la manera de combatir este problema para evitar que se repitan pérdidas como las señaladas.

Como indicamos anteriormente, iniciamos las operaciones en Machachi y se construyeron 3 Há de invernaderos para la siembra de unas 210.000 plantas desde el mes de marzo. La producción comenzó en el mes de septiembre con una poca cantidad de tallos. Es importante mencionar que de las 3 Há, al mes de diciembre, había en producción únicamente 2,1 Há, y la restante se encontraba en periodos vegetativo.

El resultado inicial de la producción ha sido muy alentador, con tallos largos y botones grandes, flor que se ha comercializado básicamente en el mercado ruso, demandante de producto de alta calidad. Ha sido un aprendizaje constante, por la altura, los ciclos de producción, en fin una serie de condiciones distintas a las usuales en las otras fincas. En todo caso, como se ha indicado, el producto de Machachi ha tenido una gran acogida en el mercado y los precios son muy interesantes.

En las fincas de Cotopaxi, La Victoria y San Francisco, durante el 2007 se cambiaron 193.000 plantas, esto es unas 2,75 Há; la mitad se reemplazó por nuevas variedades y la otra mitad fueron plantas de variedades existentes.

Se continuó con la renovación de suelo, en las áreas más desgastadas de las dos fincas. El resultado de este esfuerzo en trabajo e inversión ha sido muy satisfactorio y por ello se tomó la decisión de continuar con este cambio.

En el área de poscosecha, es permanente el mejoramiento de los procesos. El mercado es más exigente y por eso nuestra atención a esa área ha sido constante para satisfacer los nuevos requerimientos comerciales.

FINANCIERA

Agrocoex financió en gran medida con recursos propios sus inversiones nuevas en: renovación de variedades; renovación de suelos; cambio de plásticos y estructuras de invernaderos; pago de regalías, mejoramiento de zonas de trabajo y de servicios.

De acuerdo a la resolución de Directorio, se contrató un crédito de \$ 750.000 (Setecientos cincuenta mil dólares) inicialmente con la CFN a través de Produbanco. Posteriormente el Directorio autorizó conseguir esa misma línea de crédito con LAAD, para cancelar el crédito anterior, pues las condiciones, especialmente de plazo y garantías eran más convenientes para la Compañía.

Adicionalmente a este crédito y para atender la iliquidez del último trimestre, se obtuvo un crédito de \$ 100.000,00 (Cien mil dólares) de corto plazo.

RESULTADOS DEL EJERCICIO ECONOMICO DEL 2007

La utilidad bruta generada por la empresa durante el año 2007, fue de \$ 180,322.81 (Ciento ochenta mil trescientos veintidos 81/100 dólares).

Para una mejor comprensión de los resultados, debemos analizar El Balance General y el Estado de Pérdidas y Ganancias que se anexan a este informe.



UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	\$ 180,322.81
15% PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ 27,048.42
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	\$ 153,274.39
+ GASTOS NO DEDUCIBLES	\$ 10,218.18
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	\$ 163,492.57
25% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 40,873.14
CALCULO DE UTILIDAD DISPONIBLE	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	\$ 180,322.81
15% PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ 27,048.42
25% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 40,873.14
UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE RESERVAS	\$ 112,401.25
- 10% RESERVA LEGAL	\$ 11,240.13
UTILIDAD A DISPOSICION DE ACCIONISTAS	\$ 101,161.12

La Administración se permite sugerir a los señores accionistas que la totalidad de la utilidad disponible sea repartida a los accionistas.

OBJETIVOS PARA EL AÑO 2008

1. En Machachi, crecer en 1,8 Há iniciales y posteriormente 1.2 Há adicionales. En las otras fincas, renovar al menos 120.000 plantas (1.7 Há).
2. Continuar con el permanente mejoramiento de la calidad de la producción y del producto de exportación.
3. Crecer en el mercado de Comercio Justo (Fair Trade).
4. Mejorar la eficiencia de los procesos de poscosecha y mantener una mejora continua de la calidad.
5. Mejorar los ingresos por ventas, tanto en precio como en porcentaje exportado.

COMENTARIOS

En primer lugar nuestro agradecimiento a Dios, pues su Luz es constante guía y apoyo para alcanzar las metas propuestas y sus bendiciones nos acompañan en toda nuestra gestión.

A ustedes apreciados Accionistas, nuestro agradecimiento por confiarnos la Dirección de la Empresa.

A todos nuestros colaboradores por su apoyo y contribución permanentes en alcanzar los planes trazados.

Muy atentamente,


Santiago Sáenz
Presidente


Diego Espinosa
Gerente General