

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

**INFORME DE LA ADMINISTRACIÓN SOBRE EL EJERCICIO ECONOMICO
COMPENDIDO ENTRE EL 1 DE ENERO Y EL 31 DE DICIEMBRE DEL 2008**

El presente informe está dirigido a los accionistas de Agrocoex S.A., a fin de darles a conocer los resultados económicos del año 2008, 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 2008

El gobierno continuó con su campaña electoral, entregando bonos y ayudas. Han mantenido las declaraciones de emergencia en varios sectores, con lo cual se entregaron cuantiosos recursos para obras.

La Asamblea Constituyente, elaboró una Constitución posteriormente aprobada en Referéndum, cuestionada por muchos analistas y constitucionalistas.

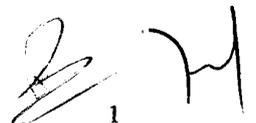
El elevado precio del petróleo que llegó a valores nunca antes imaginados, tuvo su fin en el último trimestre del año 2008, debido a la crisis económica mundial que se presentó precisamente a finales de año. Ese elevado precio, fue un apoyo muy importante al gobierno para atender todas las demandas que se le plantearon desde el inicio de su gestión.

Las remesas de los migrantes cayeron notoriamente debido a la crisis económica mundial y con los ingresos petroleros, lograron mantener equilibrada la economía con una inflación relativamente baja. Sin embargo el crecimiento del Ecuador fue uno de los más bajos de la región, apenas un 2,7%, cifra cuestionada por algunos analistas quienes dicen es más baja.

No se estableció una política de ahorro y el dinero existente se gastó en atender todo requerimiento que se presentaba y según analistas, sin un estudio de su verdadera necesidad; es decir, no se priorizaron los gastos.

La burocracia creció desmedidamente y se crearon más ministerios con el consiguiente gasto de recursos.

Se extendió el ATPDEA hasta junio del 2009 constituyendo un nuevo apoyo momentáneo para competir con otros productores especialmente colombianos. Una nueva extensión se la ve bastante difícil en las actuales relaciones con EEUU y el alejamiento del gobierno con los países de la región, pues se privilegian los contactos con países con visiones y proyectos diferentes al nuestro.



ENTORNO MUNDIAL

A finales del 2008 se presentó una crisis económica mundial sin precedentes. Quiebra de importantes bancos y entidades financieras en varios países, principalmente en EEUU. A finales de año, todavía no se llegaba a establecer la verdadera magnitud de la crisis. Sin embargo, ésta ya repercutió en todas las regiones. Las consecuencias naturalmente fueron graves en el sector florícola.

La devaluación del rublo, produjo una disminución en las compras de flor en el mercado ruso, que se vio afectado adicionalmente por la escasez de dólares.

Por otra parte, Colombia revertió su tendencia de años anteriores, pues su moneda se devaluó y esto mejoró la situación de sus exportaciones. En todo caso, Colombia se mantiene con agresividad en mercados como Rusia, en donde Ecuador es uno de los principales proveedores.

La rosa ecuatoriana mantiene su prestigio como la mejor 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. Sin embargo el posicionamiento por la calidad, ya no es suficiente argumento para mantener clientes o captar nuevos mercados. La situación actual exige otro tipo de métodos comerciales para vender nuestro producto; el precio que se pagaba por la rosa, debe ser negociado con más frecuencia y con tendencia a la baja.

El aspecto más limitante en la comercialización sigue siendo, sin duda, el alto costo de los fletes aéreos que tuvieron incrementos considerables por el precio del petróleo.

AREA ADMINISTRATIVA

Durante el año 2008 se dio cumplimiento a las disposiciones planteadas por el Directorio en sus distintas reuniones mantenidas a lo largo del año.

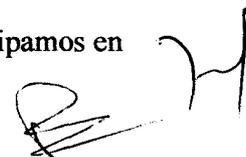
La Empresa cumple a cabalidad y fielmente lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual

INVERSIONES

Durante el año 2008, se realizaron inversiones importantes, en cambio de plantas con nuevas variedades y en el crecimiento de la finca de Machachi en 3,3 Há aproximadamente. Estaba programado incrementar únicamente 1,7 Há, pero en el mes de junio se aprobó el crecimiento de la diferencia, pues se requería colocar nuevas variedades bajo las condiciones de altura de la finca, por la calidad esperada de la flor y también para atender nuevos requerimientos de nuestros clientes.

MERCADO

Durante el año 2008, al igual que en años anteriores, se visitó clientes y participamos en la Feria de Quito Agriflor 2008.



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

Un segmento al que se le atiende especialmente, es a los clientes que compran flor del Comercio Justo (Fair Trade). Los resultados han sido altamente satisfactorios y los clientes tienen una excelente opinión y aceptación de nuestras rosas. Trabajamos para que este nicho de mercado, pese a la crisis mundial, no se afecte y siga adquiriendo un producto diferenciado. La ventaja de esta comercialización, es que un porcentaje del precio de venta al cliente final, retorna para beneficio directo de los trabajadores de la Empresa, que invierten esos valores en proyectos dirigidos y manejados por ellos. Ese es un aliciente para un mejor desempeño de nuestros colaboradores y para una mejor calidad de vida.

Las ventas con Rusia han sido muy importantes y el posicionamiento de nuestra marca es ya reconocido entre los clientes.

Una nota desalentadora fue el conocer, precisamente, el último día del año, que el principal cliente en Moscú, dejó de comprar a través de nuestro intermediario en Rusia. Esto tendrá una repercusión en esta relación, pues ese cliente ha sido el de mayor volumen, aunque de precios más bajos. La estrategia a seguir es todavía incierta y habrá que evaluar la conveniencia de mantener este cliente con quien tuvimos especiales consideraciones, pero que finalmente no han sido reconocidas por ellos.

Para el caso de Alemania el grupo asociativo que vende su marca Ecuadorian Spirit, ha tenido una buena aceptación, aunque particularmente nosotros vendemos un porcentaje muy pequeño, pero que creemos deberá aumentar en el 2009.

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. Eso trajo como consecuencia una disminución de la producción en general.

Como ya se indicó, continuamos con el crecimiento en Machachi en 3,3 Há de invernaderos para la siembra de aproximadamente 243.000 plantas, en dos etapas: en marzo - abril (1,7 Há) y en septiembre (1,6 Há).

Las condiciones de la finca y su estratégica ubicación, han dado como resultado un producto de altísima calidad. Esto nos ha permitido conseguir nuevos clientes que demandan producto diferenciado. 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 2008 se cambiaron 187.000 plantas, esto es unas 2,56 Há; un 70% se reemplazó por nuevas variedades y el 30% restante se colocaron plantas de variedades existentes.

Entre las tres unidades productivas han sido aproximadamente 5,9 Há, es decir unas 430.000 plantas sembradas, considerando renovación de variedades y crecimiento de área.

Se continuó con el cambio de suelo, en las áreas más desgastadas de las dos fincas. El resultado de este esfuerzo en trabajo e inversión ha sido muy satisfactorio.

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 casi en su totalidad, con recursos propios sus inversiones nuevas en: crecimiento de área, renovación de variedades; renovación de suelos; cambio de plásticos y estructuras de invernaderos; pago de regalías, mejoramiento de zonas de trabajo y de servicios.

Se contrató un crédito de \$ 100.000 (Cien mil dólares) con Produbanco en febrero de 2008. Adicionalmente en Julio se solicitó un crédito de \$ 75.000 al Banco Pichincha.

RESULTADOS DEL EJERCICIO ECONOMICO DEL 2008

La utilidad bruta generada por la empresa durante el año 2008, fue de \$ 300,588.44 (Trecientos mil quinientos ochenta y ocho 44/100 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	300,588.44	300,588.44
(-) AMORTIZACION PERDIDAS	-	
BASE PARA LA PARTICIPACION DEL 15% A TRABAJADORES	300,588.44	
15% PARTICIPACION TRABAJADORES	-45,088.27	-45,088.27
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	255,500.17	
PARTIDAS CONCILIATORIAS		
GASTOS NO DEDUCIBLES	17,552.50	
DEDUCCIONES		
REMUNERACIONES DISCAPACITADOS	-6,238.11	
INGRESOS EXENTOS		
DIVIDENDOS RECIBIDOS	-	
BASE PARA EL CALCULO DEL IMPUESTO A LA RENTA	266,814.56	
25% IMPUESTO A LA RENTA	66,703.64	-66,703.64
(-) RETENCIONES EN LA FUENTE	-326.21	
(-) ANTICIPOS DEL IMPUESTO A LA RENTA	-34,888.34	
IMPUESTO A LA RENTA	31,489.09	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	300,588.44	
15% Participación Trabajadores	-45,088.27	
25% Impuesto a la Renta	-66,703.64	
UTILIDAD NETA EJERCICIO 2008	188,796.53	188,796.53
CALCULO DEL 10% DE LA RESERVA LEGAL	18,879.65	
UTILIDAD A DISPOSICION DE LOS ACCIONISTAS	169,916.88	169,916.88

La Administración se permite sugerir a los señores accionistas que la totalidad de la utilidad disponible sea repartida a los accionistas, siempre que las condiciones de liquidez permitan este reparto.

Handwritten signatures and a stamp. The stamp is a rectangular box with illegible text inside, possibly a date or official seal.

OBJETIVOS PARA EL AÑO 2009

1. Mantener buenos niveles de liquidez y realizar solamente las inversiones necesarias.
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.

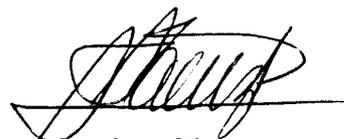
COMENTARIOS

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.

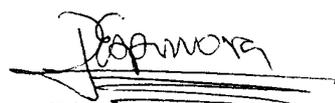
A ustedes apreciados Accionistas, nuestro agradecimiento por confiarnos la Dirección de la Empresa.

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

Muy atentamente,



Santiago Sáenz
Presidente



Diego Espinosa
Gerente General

