



INFORME DE GERENCIA SOBRE EL EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2009

Señores Accionistas:

El resultado del ejercicio económico del 2009 siguió mostrando resultados positivos en cuanto a ventas, a pesar de la grave crisis internacional que ha afectado mucho al consumo de productos suntuarios en todos los mercados a los que nos dirigimos. Logramos incrementar la producción exportada en 3.5%, y las ventas llegaron a USD 1,503 M, es decir, 2.4% más que el año 2008. El porcentaje de flor nacional se redujo en 2.7% comparado con el 2008 y la productividad tuvo un ligero incremento de 0.01 Tallos/Planta/Mes (TPM).

En cuanto a producción, este es el resumen detallado en el siguiente cuadro:

	Año 2007	Año 2008	Presupuesto 2009	Real 2009	Cumplimiento
Tallos Exportables	5,497,021	5,756,453	5,110,313	5,851,957	114.5%
% Flor Nacional	17.1%	13.5%	12.0%	10.8%	-1.2%
Longitud Promedio	54.7 cm	57.5 cm	57.5 cm	56.4 cm	-1.1 cm
TPM Acumulado	0.75	0.78	0.67	0.79	118%

El porcentaje de bajas tuvo una ligera mejora y fue de 13.3% en el año 2009, según lo demuestra este cuadro:

MES	PRODUCCION	BAJAS	% BAJA
Enero	555,906	81,036	14.6%
Febrero	609,843	118,658	19.5%
Marzo	421,966	33,690	8.0%
Abril	540,159	15,485	2.9%
Mayo	489,479	83,290	17.0%
Junio	370,215	38,776	10.5%
Julio	432,012	25,920	6.0%
Agosto	372,671	49,528	13.3%
Septiembre	505,737	40,395	8.0%
Octubre	460,624	34,185	7.4%
Noviembre	443,880	43,504	9.8%

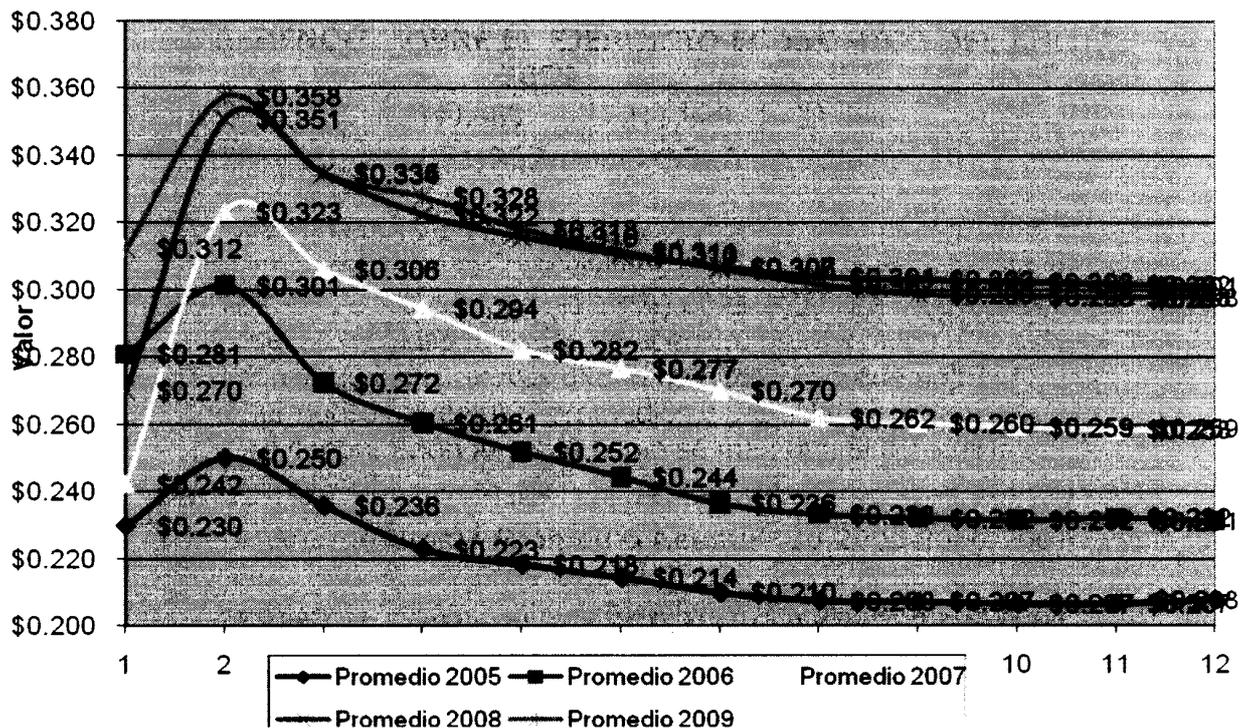


INFORME DE GERENCIA SOBRE EL EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2009

Diciembre	649,465	211,849	32.6%
TOTAL	5,851,957	776,316	13.30%

Los resultados en precios promedio acumulados se han mantenido a pesar de las condiciones de mercado adversas que vivimos en el año, hay sólo una ligera disminución de tres décimas de centavo (-1.13%) en el 2009 con respecto al 2008. Esto indica que las medidas tomadas de apertura de mercados nuevos y manejo de nichos con variedades nuevas dieron resultados porque nos permitieron mantener nuestras ventas y promedios y pasar la crisis de mercado. El gráfico a continuación muestra cómo se mantuvo la tendencia de precio promedio acumulado:

Gráfico Precio Promedio Acumulado 2005-2006-2007-2008-2009



En cuanto a renovación de variedades, se continuó el programa anual y se renovaron 217,676 plantas con variedades nuevas en la misma área que antes ocupaban 150,022 plantas y variedades antiguas, es decir este año hicimos un cambio de variedades más agresivo que el año anterior y finalmente tenemos la finca renovada casi en su totalidad con variedades nuevas. Se incrementó media hectárea con variedades spray (Bloque 17), que empezarán su



INFORME DE GERENCIA SOBRE EL EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2009

producción a mediados del 2010 y con esto se tiene llena la capacidad instalada de la finca. Esto se logró con la aprobación y el desembolso del crédito de la CFN que se materializó a mediados de año.

En este año se mantuvieron también las medidas de optimización y eficiencia. Terminamos el año con 101 personas, incluyendo 7 de personal administrativo y 94 de personal operativo de la finca. Para los trabajos de preparación del suelo en la renovación de variedades se contrató una cuadrilla entre los meses de febrero a mayo. El promedio de rotación mensual desde Enero hasta Diciembre fue del 8.4 %, (4.4 % entre el personal antiguo y 39.8 % entre el personal nuevo). El incremento en costo de mano de obra decretado por el Gobierno también influyó en los resultados.

El resultado del ejercicio económico arroja una pérdida de US\$ 7,284.54. Este es un resultado que refleja la contracción del mercado que se mencionó arriba, porque, a pesar de que tuvimos una producción que cumplió el presupuesto, no se logró reducir el volumen de flor que de baja y se mantuvieron los niveles de 13% (776 mil tallos), a pesar de contar con variedades nuevas en su mayoría. Adicionalmente, cabe mencionar que hubo un incremento de alrededor del 13% en el costo de insumos agrícolas (en cifras US\$30 mil aproximadamente) que se debe tanto a precio como a volumen consumido; el aumento en volumen se debió básicamente a que fue un año extremadamente seco, las lluvias no se presentaron con normalidad entre octubre y diciembre, y hubo días muy soleados que influyeron en los altos niveles de ácaros y oídio que tuvimos en los meses más críticos, por lo que hubo que necesariamente subir el consumo de pesticidas.

Durante el año 2009 se solidificaron las relaciones con nuestro principal cliente en Rusia (Dolche Vita), al cual se le visitó, y se continuó fortaleciendo la marca Petyros en el mercado internacional. Se abrieron mercados nuevos en Alemania con tres clientes nuevos, se incrementó volúmenes a Italia y Chile. Se continuó el trabajo de mejora de precios en Estados Unidos incrementando la venta directamente a mayoristas del grupo *Tradewinds*.

La participación en los mercados por región, se refleja en el siguiente cuadro:

PAIS	ACUMULADO AÑO 2009				
	Valor (US\$)	Tallos	Promedio	% Valor	% Volumen
Estados Unidos	\$557,039	2,241,761	\$0.25	47.27%	44.76%
Canada	\$30,386	94,525	\$0.32	2.03%	1.89%
Chile	\$297,583	1,066,985	\$0.28	19.91%	21.30%
Rusia/Ucrania	\$367,062	824,923	\$0.44	24.56%	16.47%
Europa	\$242,590	780,096	\$0.31	16.23%	15.58%



INFORME DE GERENCIA SOBRE EL EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2009

El cuadro demuestra que la participación en mercados nichos de alto precio ha seguido en aumento, en reemplazo a la participación en EEUU que hace tres años era del casi 90% en volumen. La participación en EEUU se redujo en 10% comparada con el año 2008, la participación en Chile subió en 10%, lo que permitió colocar flor en la época de verano y no aumentar el volumen de bajas mayormente. Lo notorio sobre la participación en Rusia es que, a pesar de mantenerse en el mismo porcentaje por volumen de flor, ha bajado 5% en participación por valor comparado con el 2008. Esto, nuevamente, es el reflejo de la crisis de mercado y le necesidad que tuvimos de reducir precios para continuar moviendo los volúmenes para no incrementar las bajas de flor de exportación.

Los esfuerzos de posicionamiento de marca e imagen corporativa también están reflejados en el trabajo realizado para mantener por un año más las certificaciones FLP (*Flower Label Program*) y BASC (*Business Alliance for Secure Commerce*) que nos confieren prestigio y facilitan la entrada para ciertos mercados nicho a los que estamos apuntando.

Mantengo mi compromiso personal y el del personal técnico y administrativo de la empresa para salir adelante y conseguir los objetivos propuestos en el año que inicia.

Señores Accionistas,



Ing. Pablo Viel
GERENTE