



INFORME DE GERENCIA SOBRE EL EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2006

Señores Accionistas:

En el resultado del ejercicio económico del 2006 fueron factor absolutamente decisivo y condicionante las fuertes heladas que sufrió nuestra plantación durante el mes de noviembre del 2005. En efecto, como consecuencia de estas heladas no solamente se produjo un retraso irremediable de la producción que debía salir para San Valentín, sino que también se retrasó la producción para el día de la mujer de Rusia y el repique de la producción para el día de las madres, porque se produjo un alargamiento de los ciclos de producción, el mismo que se sintió prácticamente hasta los meses de julio y agosto, permitiendo que la producción se normalice solamente a partir del mes de septiembre.

Cabe recordar que buena parte de la serranía ecuatoriana fue afectada por esta serie de heladas durante el mes de noviembre del 2005 y que el fenómeno fue de tal magnitud que, el 16 de diciembre, el presidente Alfredo Palacio declaró el estado de emergencia en las provincias y zonas afectadas, señalando que "las heladas en la sierra, con temperaturas de hasta cinco grados centígrados bajo cero, desencadenaron una crisis sin precedentes en el agro ecuatoriano y han afectado los cultivos básicos poniendo en riesgo la seguridad alimentaria, y la generación de divisas del sector agro-exportador, como el florícola y hortícola". Estas frases son una evidencia de la gravedad y severidad que tuvo el fenómeno climático, cuyos efectos, lamentablemente, los sufrimos y nos afectaron de manera directa. El decreto presidencial preveía, por otra parte, "el desembolso de 58 millones de dólares para atender la emergencia ocasionada por el fenómeno natural" pero, en el caso nuestro y de todo el sector floricultor, en donde hubo un gran número de fincas afectadas, nunca se llegó a recibir ningún dinero, el mismo que se había previsto canalizar en forma de préstamos a las empresas, de acuerdo a los estudios y evaluaciones que se realizaron para determinar las pérdidas de cada una. En el caso nuestro, la pérdida se cuantificó conservadoramente en un monto de US\$ 180,000 por parte de una comisión integrada por el Gobierno y peritos de Expoflores para determinar el perjuicio sufrido por cada plantación, para fines de determinar los montos que se prestarían a cada una. Si bien esa fue la cifra a la que llegó esta comisión, las pérdidas atribuibles a la helada fueron, en realidad, mucho mayores, como se comprobó en los meses subsiguientes.

De no haber mediado este fenómeno, es evidente que el 2006 debió haber sido un año de resultados positivos, ya que la producción llegó al nivel que se había presupuestado, el precio promedio de venta marcó una sensible recuperación,



INFORME DE GERENCIA SOBRE EL EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2006

como consecuencia de los importantes esfuerzos realizados en la comercialización, así como gracias también a la introducción de nuevas variedades. Lamentablemente, buena parte de esa producción, 1.255.000 tallos, es decir un altísimo 20% de la producción, no pudo llegar a exportarse porque no salió oportunamente para las tres fiestas principales, es decir Valentín, día de la mujer en Rusia y día de las madres.

Es por esto que el resultado del ejercicio económico arroja una pérdida de US\$ 183.212,72 ya que buena parte de la producción, precisamente aquella que salió retrasada para las fiestas, no se pudo vender y se tuvo que dar de baja el tan alto volumen arriba indicado. Si hubiésemos podido vender tan solo un 60 o 70% del total de tallos que se tuvo que dar de baja, habríamos generado ingresos adicionales del orden de los US\$ 200.000, tomando como referencia el precio promedio obtenido de US\$ 0.231 por botón, que todavía es bajo, pero que obviamente está mejorando aceleradamente a medida que se han empezado a vender las variedades nuevas.

Y es que es visible la incidencia que han tenido las variedades nuevas en el precio promedio. Al comparar mes a mes con los datos del año anterior en los últimos meses la diferencia de precios ha sido cada vez más apreciable. Por eso se continuó en este año el reemplazo de variedades, habiendo llegado a cambiar un total de 82.000 plantas, es decir algo más de una hectárea. Estas plantas empezarán a producir en el 2007, lo que nos asegura que el precio promedio va a mejorar más rápida y más apreciablemente, debido a la paralela desaparición de variedades que se venden a precio muy bajo y que perjudican el precio promedio. De hecho se ha presupuestado para el 2007 un incremento de alrededor del 10% en el precio promedio por botón y el cambio de alrededor de 120.000 plantas con variedades nuevas.

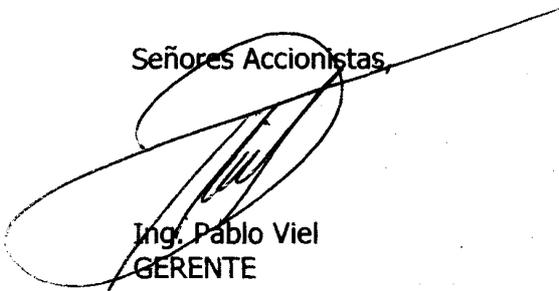
Durante el año 2006 se participó en tres ferias internacionales, una en Kiev, Ucrania, en el mes de abril, otra en Quito en octubre y la última en Ámsterdam, Holanda en el mes de Noviembre. Los resultados palpables de éstas participaciones son la formalización de relaciones con un cliente nuevo en Rusia/Ucrania (Trading Corporation) la expansión de la relación con dos clientes regulares en el mismo mercado (Camellia y World Wide Enterprise); adicionalmente tres clientes regulares nuevos para el mercado europeo (Equaflor BV y Metz en Holanda y Swecu en Suecia) y el fortalecimiento de la marca Petyros en el mercado internacional. La palpable mejora en precio promedio del 10% se debe también a la incorporación de éstos importantes clientes en los nichos de mercado indicados.



INFORME DE GERENCIA SOBRE EL EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2006

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 Anti Smuggling Coalition*) que nos confieren prestigio y facilitan la entrada para ciertos mercados nicho que así lo exigen. Se comenzó también la tarea para la obtención de la primera certificación orgánica válida para Estados Unidos y Canadá: Veriflora (www.veriflora.com). Esta certificación permitirá en un futuro posicionar al producto en los nichos más exigentes de Norteamérica ya que la demanda de productos orgánicos está creciendo vertiginosamente según reportes de prensa y comentarios de varios clientes en estos mercados.

Señores Accionistas,



Ing. Pablo Viel
GERENTE