

## INFORME A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

### 17. I.A.E. INDUSTRIA AGRICOLA EXPORTADORA – INAEXPO C.A.

Inaexpo se dedica al procesamiento y exportación de palmito y alcachofa en conserva.

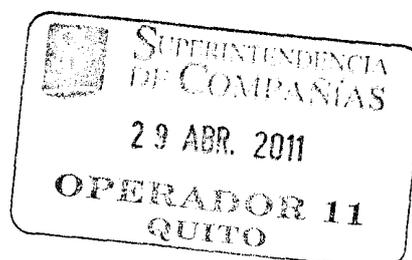
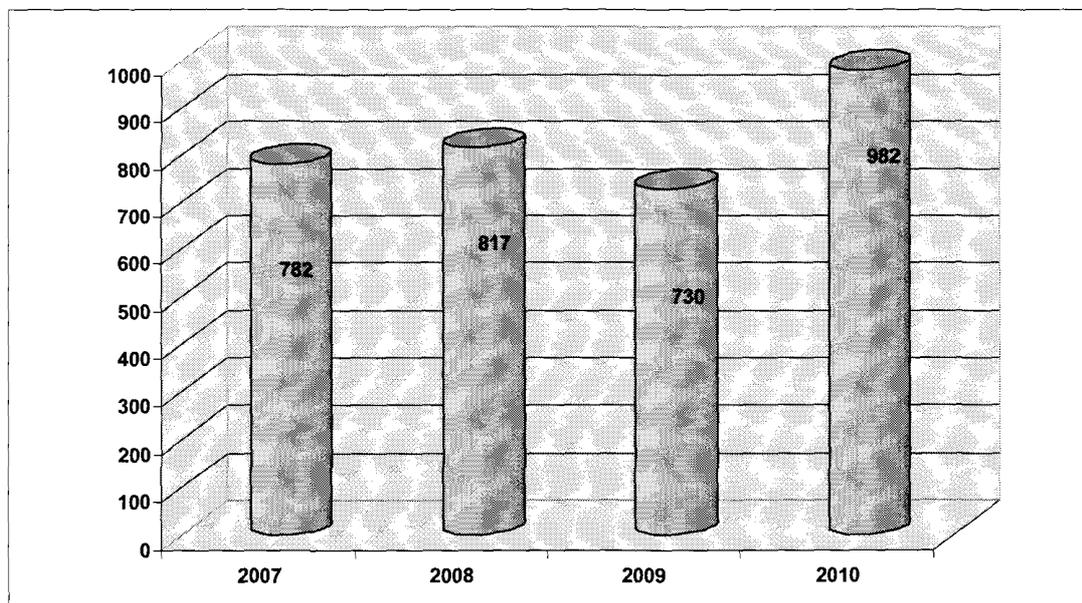
#### 17.1. Palmito

**17.1.1. Ventas.-** Las ventas de Palmito fueron de US\$ 32 millones vs. US\$ 26 millones del año anterior, crecimiento del 23%. En volumen, las ventas del año fueron 982 contenedores vs. 730 del año anterior, incremento del 34%; si incluimos Costa Rica, las ventas del año fueron 987 vs. 740 del año anterior.

Debido a la sobre oferta mundial, los precios de venta de la caja de palmito, dependiendo del mercado, cayeron en promedio un 8,7%.

El siguiente cuadro permite visualizar el comportamiento de las ventas en contenedores de los últimos cuatro años:

#### CONTENEDORES 2007-2010



17.1.2. Mercado.- La participación de Inaexpo en las exportaciones de palmito de Ecuador se refleja a continuación: (Cifra en contenedores de 20').

**INAEXPO C.A.**  
**CUADRO MERCADO PALMITO**

	2006	2007	2008	2009	2010
Total Exportación Ecuador	1.384	1.729	1.785	1.466	1.782
Exportación Inaexpo	691	792	817	740	982
<b>Participación Inaexpo</b>	<b>50%</b>	<b>46%</b>	<b>46%</b>	<b>50%</b>	<b>55%</b>
Mercado Mundial	2.395	2.932	2.913	2.266	2.795
<b>SOM</b>	<b>29%</b>	<b>27%</b>	<b>28%</b>	<b>33%</b>	<b>35%</b>

SUPERINTENDENCIA  
DE COMPANIAS  
29 ABR. 2011  
OPERADOR 11  
QUITO

La situación del mercado internacional del palmito al fin del año 2010 puede resumirse así:

**PALMITO IMPORTS**  
**By country. 20" Containers**  
**January - December**



	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010 E	Var%
FRANCIA	720	844	966	835	816	802	902	895	664	756	14%
USA	307	300	369	309	358	330	371	372	305	324	6%
ARGENTINA	739	105	232	300	374	326	544	364	339	468	38%
ESPAÑA	109	146	150	144	189	142	189	117	72	75	4%
CHILE	101	129	140	195	170	234	223	200	218	334	53%
CANADA	74	88	100	105	95	103	101	123	105	110	5%
OTROS	100	80	85	95	90	80	110	190	100	115	15%
VENEZUELA	112	71	51	63	65	86	146	155	119	120	1%
ITALIA	29	29	30	25	20	17	24	18	14	17	21%
ISRAEL	30	30	25	35	30	28	30	40	37	37	0%
LIBANO	25	20	20	31	25	20	25	30	26	26	0%
URUGUAY	35	20	15	17	15	21	25	25	24	26	8%
BELGICA	16	15	15	24	25	26	39	26	26	26	0%
BRASIL	0	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>2397</b>	<b>1.892</b>	<b>2.198</b>	<b>2.178</b>	<b>2.272</b>	<b>2.215</b>	<b>2.729</b>	<b>2.554</b>	<b>2.049</b>	<b>2.434</b>	<b>19%</b>

En el 2010 hubo un incremento de importaciones vs. el año anterior de 19% lo que refleja recuperación de la demanda mundial de la categoría de palmito.

Durante este período, Inaexpo desfogó una proporción importante de sus ventas en Argentina (130 FCL's más que en el 2009),

permitiéndonos vender todo lo producido y de esta forma ayudándonos a cumplir nuestros compromisos con los agricultores.

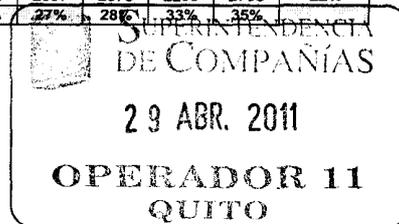
Todas nuestras acciones permitieron seguir creciendo en participación de mercado. Incrementamos 2 puntos pasando de 33% en el 2009 a 35% en el 2010 como lo evidencia el cuadro siguiente:

**PALMITO EXPORTS**  
**By origin. 20'' Containers**  
 January - December



PAIS	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	% Var
Ecuador	602	881	1047	884	1093	1198	1371	1377	1704	1747	1458	1782	22%
Costa Rica	739	780	752	711	703	683	586	513	576	553	365	537	47%
Brazil	337	244	252	191	222	260	220	170	199	202	116	92	-21%
Bolivia	212	215	110	80	138	142	177	188	252	200	207	250	21%
Guyana	65	65	95	67	85	80	70	60	55	50	45	45	0%
Perú	105	105	115	64	85	75	60	67	92	96	71	73	3%
Venezuela	81	84	112	86	40	20	8	2	2	0	0	0	0%
Colombia	23	25	15	10	10	8	5	4	21	25	37	40	8%
Paraguay	72	55	10	5	8	7	5	4	3	1	0	0	0%
<b>Total</b>	<b>2243</b>	<b>2456</b>	<b>2513</b>	<b>2101</b>	<b>2394</b>	<b>2484</b>	<b>2512</b>	<b>2388</b>	<b>2907</b>	<b>2875</b>	<b>2299</b>	<b>2795</b>	<b>22%</b>
<b>SOM</b>			<b>20%</b>	<b>19%</b>	<b>25%</b>	<b>25%</b>	<b>26%</b>	<b>29%</b>	<b>27%</b>	<b>28%</b>	<b>33%</b>	<b>35%</b>	

Ecuador incluye ventas de Inaexpo desde Costa Rica



Las exportaciones de palmito del Ecuador aumentaron en un 22% vs. el 2009. A pesar de esto, Ecuador mantiene su participación de mercado mundial en 65% con un total de 1782 contenedores vendidos.

Durante el 2010 el precio promedio bajó con respecto al 2009, durante el 2011 se prevé incremento por un evidente crecimiento de la demanda mundial y la consecuente escasez de tallos.

**17.1.3. Producción.-** En el año 2010 se procesó 44.810 mil tallos de palmito vs. 43.967 mil del presupuesto, (cumplimiento del 102%); de este total 6% corresponde a plantaciones propias y el 94% se compró a agricultores integrados y tercerizados.

La participación de subproductos en este año fue 41% vs. 35% del presupuesto y del 38% del año 2009.

En el año 2010 la planta fabricó 1.017 contenedores vs. 1.011 de presupuesto (101% de cumplimiento) y 703 contenedores del 2009 (incremento del 45%).

**17.1.4. Resultados.-** La operación de palmito reportó pérdida por US\$ 157 mil vs. pérdida de US\$ 98 mil del 2009.

En el año 2010, con la finalidad de consolidar las inversiones de Palmito dentro de INAEXPO ECUADOR, se decidió aumentar las inversiones de INAEXPO BRASIL por US\$ 2,4 millones, compañía que posee el 50% de INACERES. El financiamiento de esta operación se efectuó por PRONACA mediante un aporte de capital.

El siguiente es un resumen de los resultados de palmito:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
	(en miles de dólares)	
Ventas Netas	31.886	25.994
Margen Bruto	4.901	2.863
% Margen Bruto	15,37%	11.0%
(Pérdida) Utilidad Neta Reportada	-1.497	-5.903
Ajuste valor patrimonial	1.340	5.805
(Pérdida) Utilidad Reestablecida	-157	-98
% (Pérdida) Utilidad Neta/Ventas Netas	-0,49%	-0.4%
Patrimonio	15.509	14.109
%(Pérdida)Utilidad Neta a Patrimonio	-1,01%	-0.01%



**17.1.5.Estrategias.-** Para el 2010 el negocio de Palmito, estableció la misma estrategia que la del año anterior, esta fue ganar 2 puntos de participación de mercado a nivel mundial, logro que fue alcanzado, pasando de 33% al 35%.

Debido a los problemas de sequía del segundo semestre del 2009 y la baja fertilización de las plantaciones de palmito por parte de los agricultores, la productividad de las mismas se vio afectada durante los primeros meses del año, esto ayudó a disminuir la diferencia entre la oferta y demanda a nivel mundial, permitiendo que los precios de venta no sigan decreciendo al ritmo del año anterior.

Esta caída en la productividad afectó la oferta de tallos en el 2010, por lo que durante todo el año pasado incorporamos más 1.500 has de agricultores terceros

Para el segundo semestre, la demanda de los diferentes mercados experimentó un crecimiento, esto ayudó a que oferta y demanda lleguen nuevamente a un punto de equilibrio, lo que nos permitirá en el 2011 subir los precios de venta.

Para este 2011 esperamos que la demanda en los principales mercados como Francia, USA, Argentina entre los más importantes siga incrementando, igualmente esperamos que exista una menor oferta de Ecuador debido a los problemas de productividad y al no haber existido nuevas siembras en los dos últimos años.



Algunos factores importantes para el negocio serán:

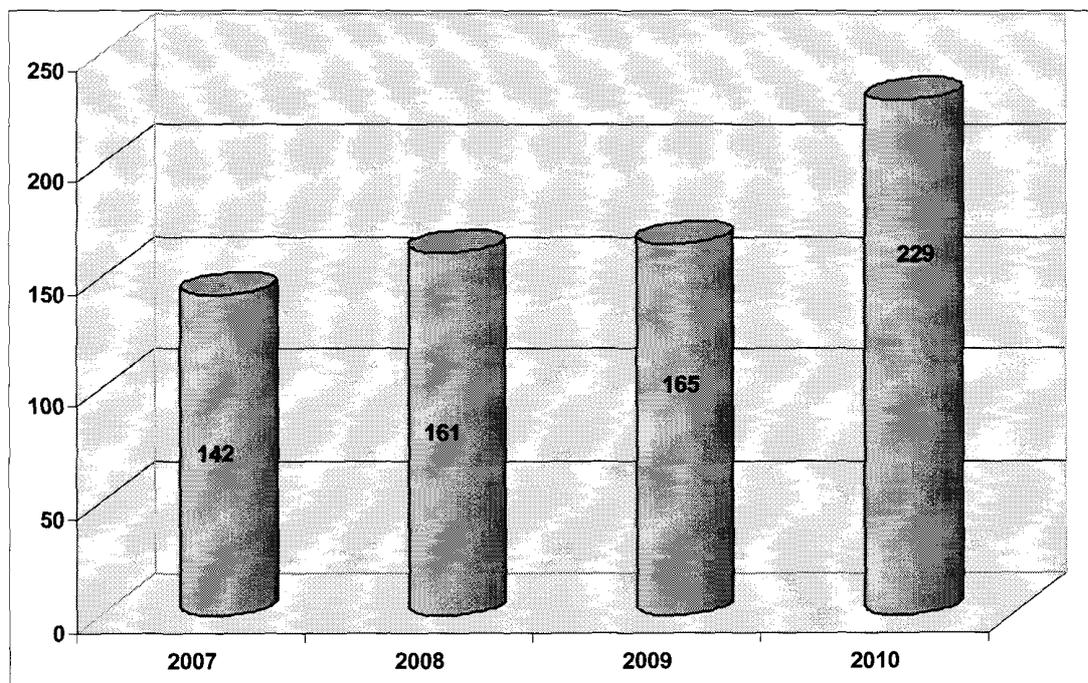
- Asegurar la provisión de nuestra materia prima mediante contratos de terceros pasando a integrados.
- Recuperación de la productividad agrícola de nuestros integrados en un 3%
- Incrementar nuestros precios de venta en un 10% vs el precio promedio del 2010.
- Consolidar nuestras exportaciones en los diferentes mercados y mantener nuestra participación de mercado del 35%

## 17.2. Alcachofa

**17.2.1. Ventas.-** Las ventas de Alcachofa fueron de US\$ 8.5 millones vs. US\$ 5.8 millones del año anterior, crecimiento del 45.2%. En volumen, las ventas del año fueron 229 contenedores vs. 165 contenedores en el 2009, incremento del 38.1%.

El siguiente cuadro permite visualizar el comportamiento de las ventas en contenedores de los últimos cuatro años:

### CONTENEDORES 2007-2010



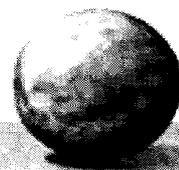
**17.2.2. Mercado.-** La participación de Inaexpo en las exportaciones de alcachofa se refleja a continuación: (Cifra en contenedores de 20').

revirtiendo durante el 2010 por lo que estamos en permanente monitoreo del comportamiento del mercado.

## **ARTICHOKE EXPORTS**

### **By origin. 20'' Containers**

January - December



	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010 E	% Var
Ecuador	0	0	32	82	142	161	165	229	39%
Perú	8	497	1004	1512	1802	1753	1439	1770	23%
España	3077	3241	2844	2400	1645	1521	1639	1400	-15%
Chile	175	219	368	577	631	544	387	387	0%
Italia	368	286	299	411	232	285	273	306	12%
China	1	2	40	90	165	141	146	120	-18%
Egipto					23	18	29	135	366%
Otros	35	40	45	50	163	73	50	50	0%
Total	3664	4286	4632	5121	4804	4496	4128	4397	7%

**17.2.3. Producción.-** Alcachofa durante el 2010 procesó 8.020 TM vs. 8.323 TM del presupuesto, cumplimiento del 96%.

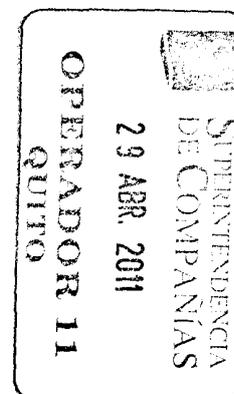
Los resultados de productividad logrados en campo son de 19 mil kilos por Ha/Año, se consiguió rendimientos de producto terminado vs. materia prima ingresada a planta del 26%, vs 29.48% del 2009.

En el año 2010 la planta fabricó 235 contenedores vs. 292 de presupuesto (80% de cumplimiento) y 170 contenedores del 2009 (crecimiento del 38%).

**17.2.4. Resultados.-** Alcachofa generó una pérdida neta de US\$ 724 mil vs. pérdida de 217 mil en el 2009.

El siguiente es un resumen de los resultados de alcachofa:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
	(en miles de dólares)	
Ventas Netas	8.514	5.863
Margen Bruto	-667	-120
% Margen Bruto	-7,83%	-2.1%
(Pérdida) Utilidad Neta	-724	-217
%(Pérdida) Utilidad Neta /Ventas Netas	-8.5%	-3.7%
Patrimonio	2.797	2.521
%(Pérdida) Utilidad Neta a Patrimonio	-25.88%	-8.6%



SUPERINTENDENCIA  
DE COMPAÑÍAS

29 ABR. 2011

OPERADOR 11

	2007	2008	2009	2010
Mercado Mundial	5.508	5.331	5.219	5.446
Total Exportación Ecuador	142	161	165	229
Participación Inaexpo	3%	3%	3%	4%

La situación del mercado internacional de alcachofa al fin del año 2010 puede resumirse así:

## ARTICHOKE IMPORTS

### By origin. 20'' Containers

January - December



	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010 E	% Var
USA	3037	3132	3221	3727	3347	3368	3385	3475	3%
Francia	466	432	496	593	564	507	499	629	26%
Spain	11	110	178	276	472	437	394	335	-15%
Italia	297	411	390	385	188	185	238	253	6%
Alemania	378	380	382	394	351	267	293	325	11%
Canada	163	185	186	188	192	200	178	180	1%
Australia	49	48	40	44	72	77	69	70	1%
Reino Unido	66	70	85	90	72	76	54	62	15%
Holanda	45	52	47	49	51	38	25	24	-4%
Belgica	42	46	48	51	50	42	41	48	17%
Otros	80	90	100	105	149	134	43	45	5%
Total	4634	4956	5173	5902	5508	5331	5219	5446	4%
Inaexpo	0	0	32	82	142	161	165	229	39%
SOM			1%	1%	3%	3%	3%	4%	

\* Incluye comercio inter europeo.

Este fue un buen año para el mercado de la alcachofa. La demanda fue superior a la oferta durante el transcurso del año por lo que se logró vender todo lo producido.

En el 2010 iniciamos ventas en volúmenes pequeños a nuestra oficina en España, los mismos que esperamos incrementar durante el 2011 luego de implementar algunos ajustes en las características de nuestro producto. Nuestro principal mercado sigue siendo USA con una participación de 85% de nuestra producción total, la misma que esperamos reducir en el futuro a través del incremento de ventas en Europa.

El 2009 se caracterizó por un faltante de producto a nivel mundial debido a que los principales países proveedores como Perú y España tuvieron problemas agrícolas y climáticos que afectaron la productividad de sus plantaciones. Sin embargo vemos que esta tendencia se ha ido

**17.2.5. Estrategias.-** La estrategia en el 2010 para el negocio de Alcachofa se centró en realizar las inversiones en automatización de la fábrica y conseguir las certificaciones IFS, lo que nos permitirá obtener economías de escala para los siguientes años. Otra de las estrategias establecidas fue maximizar el precio de venta aprovechando la coyuntura de un faltante de oferta mundial.

Para el año 2011, la estrategia apunta a consolidar nuestro crecimiento en el negocio, con las consideraciones siguientes:

- Diversificar las ventas a otros mercados (Europa 25% - 30%), de esta manera disminuir la dependencia del mercado norteamericano, que al cierre del 2010 representaba un 90%.
- Mantener el precio de venta vs. el precio promedio del año pasado que fue de \$24,25
- Incrementar nuestra participación de mercado mundial (subir del 4% al 6%)
- Incrementar los niveles de productividad agrícola en las haciendas de los agricultores integrados en un 7%, llegando a 20 Ton/ha.
- Crecimiento de hectáreas sembradas en un 53% vs. el 2010.
- Mejorar el rendimiento de fábrica en 16% vs. el rendimiento del año pasado (de 26% a 31%)



**LUIS GERARDO BAKKER VILLACRESES**  
**VICEPRESIDENTE EJECUTIVO Y REPRESENTANTE LEGAL**  
**INAEXPO**

