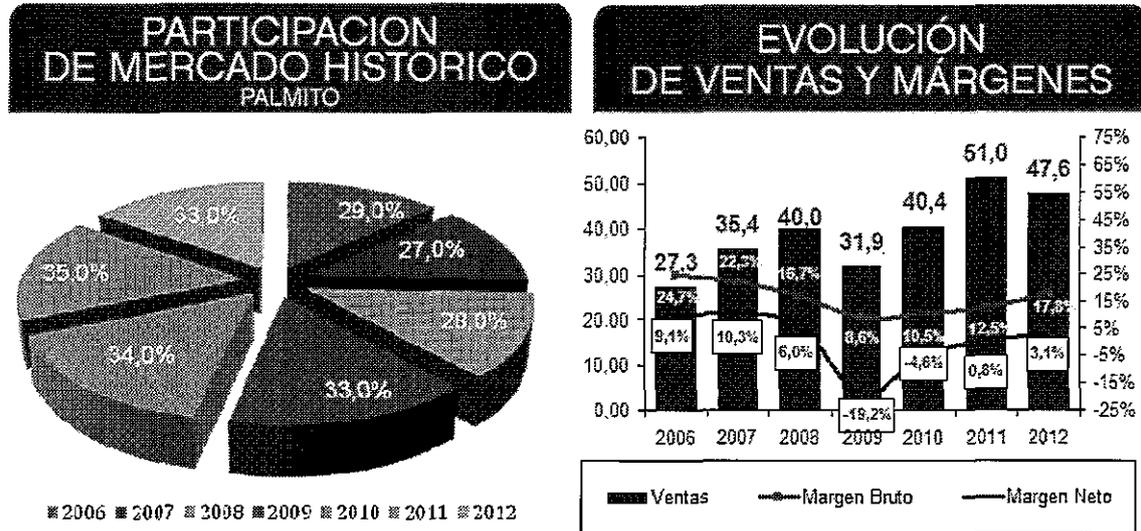


Quito, 6 de marzo del 2013

Apreciados señores accionistas:



## MERCADO

Durante el 2012 el mercado global de palmito decreció el 12%, mientras que INAEXPO decreció 15% (1.107 a 944 contenedores), registrando una participación del mercado mundial del 33%. La reducción de participación de mercado se debe a la estrategia de la compañía de privilegiar la calidad de la materia prima sobre la cantidad. Actualmente Francia representa el 36% de las ventas de INAEXPO, Argentina el 26%, EE.UU. el 17% y Chile el 8%.

En cuanto a alcachofa, el mercado mundial decreció el 15%, teniendo especial incidencia las importaciones de EE.UU., las mismas que decrecieron en 14%. Nuestras ventas de alcachofa decrecieron en 23% en volumen (de 291 a 225 contenedores); el motivo principal del descenso fue la falta de disponibilidad en materia prima. El 79% de nuestras ventas están concentradas en EE.UU., 9% en Francia, 7% en Canadá, y 2% en Argentina.

## ESTRATEGIA

La orientación para el año 2012 en Palmito fue rentabilizar la operación, para lo cual se implementó en planta un sistema de pago de la materia prima por calidad mucho más estricto que el que existía. En el mercado se privilegió los clientes y presentaciones más rentables. El resultado de esta estrategia es que a pesar de haber reducido el volumen de ventas el 20% respecto al objetivo del presupuesto, la utilidad neta se cumplió en el 90%.

En Alcachofa, la estrategia para el 2012 fue asegurar el abastecimiento de materia prima y consolidar el crecimiento en el negocio. En cuanto al abastecimiento, el presupuesto fue de 12.637 TM pero se cumplió apenas el 59%.

El principal obstáculo para el cumplimiento de las metas agrícolas ha sido la fuerte competencia con otros productos que también se cultivan en la Sierra como el brócoli, papas y hortalizas.

En el último semestre del año 2012 se ha evidenciado en el mercado una sobreoferta de alcachofa con origen en Perú principalmente, lo que ha provocado una reducción de los precios de hasta el 18% vs los precios de inicio de año. El exceso de oferta que estimamos es del 20% del tamaño del mercado, sumado al incremento de costos en Ecuador, hace que debamos analizar la competitividad de este negocio en el mediano y largo plazo.

El año cerramos con una venta consolidada de US\$ 47,6 millones, un margen bruto de 17,8% y utilidad neta consolidada de US\$ 1,4 millones.

## PRODUCCIÓN

El Negocio de Palmito cuenta con infraestructura propia. La planta industrial tiene capacidad de proceso de 180 mil tallos diarios. En el 2012 se procesaron en promedio 150 mil tallos/día (83% de la capacidad) en 2 turnos de trabajo por día. La producción en planta fue de 917 contenedores vs 1.128 del 2011, decrecimiento del 19%, respondiendo a la estrategia definida para la categoría. El rendimiento de materia prima fue 39.303 tallos/contenedor vs 2011 de 41.750 tallos/contenedor, (mejora del 5,86%). El abastecimiento de la materia prima proviene de agricultores integrados (90%), fincas propias (6%) y agricultores terceros (4%), con un hectareaje promedio total de 5.670 hectáreas.

El Negocio de Alcachofa también cuenta con infraestructura propia de proceso, con una capacidad de 40 TM/día. En el 2012 se procesaron en promedio 30 TM/día (75%) en 2 turnos de trabajo por día. Se procesaron 275 contenedores vs 301 del 2011 (decrecimiento del 8,6%). El abastecimiento de materia prima es 100% vía integración, provenientes de 781 hectáreas totales promedio.

Atentamente,



**LUIS G. BAKKER VILLACRESES**  
REPRESENTANTE LEGAL