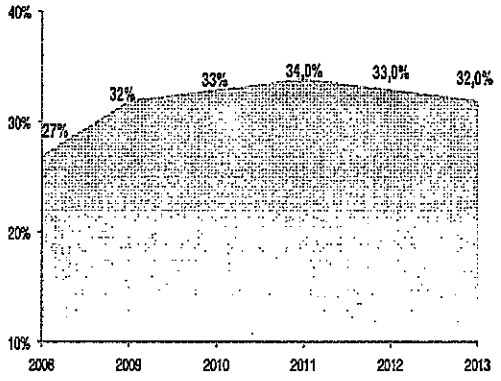
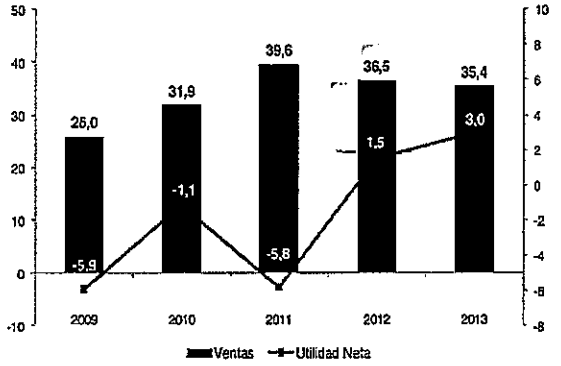
NEGOCIO DE PALMITO

Participación de Mercado (%)



Evolución Ventas y Utilidad Neta (US$ MM)



ENTORNO Y ESTRATEGIA

Después de la crisis Europea en el 2009 cuando el consumo de palmito bajó aproximadamente 20% respecto el 2008 (- 530 contenedores), los últimos 3 años han sido un periodo de estabilización y recuperación de la demanda (2.685 contenedores para el 2013). En el 2012 Europa vuelve a entrar en una recesión económica ocasionada por el sobre endeudamiento de ciertos países de la Unión Europea, creando a su vez desconfianza en los consumidores y limitando su poder adquisitivo.

El 2013 fue un año donde la situación mejoró levemente, Europa sale oficialmente de la recesión y se percibe una recuperación de la demanda en general (+3% aproximadamente) así como un incremento del consumo en otros países como Chile (+19%). Gracias a esto logramos mantener buenos volúmenes de venta concentrándonos en nuestros principales clientes.

Cabe mencionar que los últimos años no ha habido nuevas plantaciones de palmito por lo que la oferta de producto será limitada en el 2014. De hecho las hectáreas totales de palmito cultivado en el país se han disminuido en 9% en los últimos dos años (-1.400 hectáreas), siendo reemplazadas por otros cultivos más rentables: Palma Africana y Cacao. A esto se suma que con el fin de atender una demanda en recuperación, la competencia sacrificó los campos.

La participación de mercado que registró Inaexpo creció del 27% del 2008 al 32% en el 2013. De las exportaciones de palmito ecuatoriano en el 2013, Inaexpo representa el 47%.

El objetivo estratégico para el negocio de palmito durante el 2013 fue rentabilizar la operación a través de: eficiencia en producción, mantener la estabilidad de precio de compra de materia prima y a su vez mantener precios en los diferentes

A continuación presentamos un resumen de los factores críticos:

1.- Eficientar el índice de Cajas/ hora Hombre.

Del costo de producción, la mano de obra representa el 22%, razón por la cual se estableció como objetivo para el 2013 el tomar acciones que permitan alcanzar una eficiencia de 1,48 Cajas/h/H, vs indicador de 1,45 Cajas /h/H del 2012. Al cierre del año alcanzamos eficiencia de 1,52 Cajas/h/H (5% de mejora respecto el 2012), Se logró a través de análisis de tiempos y movimientos realizado por la firma Price Waterhouse y su puesta en práctica mediante una matriz que nos permite medir de forma práctica y continua la necesidad real de personal en función de los volúmenes de producción. Esto significó una reducción del costo en el año de US$ 140 mil.

2.- Lograr 45% de producción de palmito en frasco y lata de medio kilo, utilizando información del nuevo sistema de calificación de tallos.

El Equipo de Inaexpo, identificó una oportunidad de mejora en la selección y compra de materia prima, proyecto con riesgos en su implementación ya que contemplaba la salida y descontento de Agricultores con baja calidad de tallos.

Como resultado, en el 2013 se mejora en 6,8% el aprovechamiento, pasando de de 4,21 piezas en el 2012 a 4,5 piezas por tallo en el 2013, lo que permitió fabricar 54 contenedores adicionales con la misma materia prima, aportando a los resultados del año en US$ 790 mil y elaborar mix de productos más rentable (46% de producción en frasco y medio kilo vs 40% del 2012).

3.- Alcanzar ventas de 947 contenedores en el año.

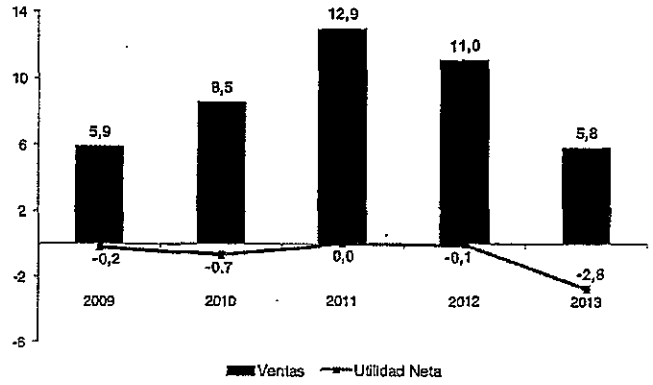
En el 2013 Inaexpo exportó 925 contenedores que representan US$ 34.5 millones alcanzando el 98% de la meta propuesta, volumen que se mantendrá durante el 2014, garantizando el 32% de participación de mercado mundial ya obtenido, el reto será incrementar precios en los diferentes mercados dada la escasez de materia prima que ya estamos sintiendo.

CIFRAS 2013

[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
[redacted]	36.539	35.440	-3,0%
[redacted]	7.305	7.319	0,2%
[redacted]	20,0%	20,7%	0,7%
[redacted]	1.542	2.916	89,1%
[redacted]	10,1%	13,3%	3,2%
[redacted]	2.675	4.046	51,3%

NEGOCIO DE ALCACHOFA

Evolución Ventas y Utilidad Neta (US$ MM)



ENTORNO Y ESTRATEGIA

El Negocio de Alcachofa se cerró en el mes de abril, debido a que el mercado internacional sufrió un fuerte deterioro de precios, causado principalmente por la sobreoferta del producto a nivel mundial así como por una pérdida de competitividad del Ecuador con respecto a Perú y los incentivos que este país otorga a la producción agroindustrial.

En el análisis de competitividad realizado se concluye que la producción agrícola y los rendimientos industriales entre Perú y Ecuador son similares, no así el impuesto a la renta que tiene una diferencia a favor de Perú en 7% sobre utilidad antes de impuestos y un draw back de 5% sobre ventas lo que significa una ventaja significativa por incentivos que otorga el Perú frente al Ecuador.

Desde Ecuador se exportaron los últimos 85 contenedores de alcachofa producidos en Puembo por un valor de US$ 3,5 millones.

Atentamente,

Luis Bakker Villacreses
Representante Legal