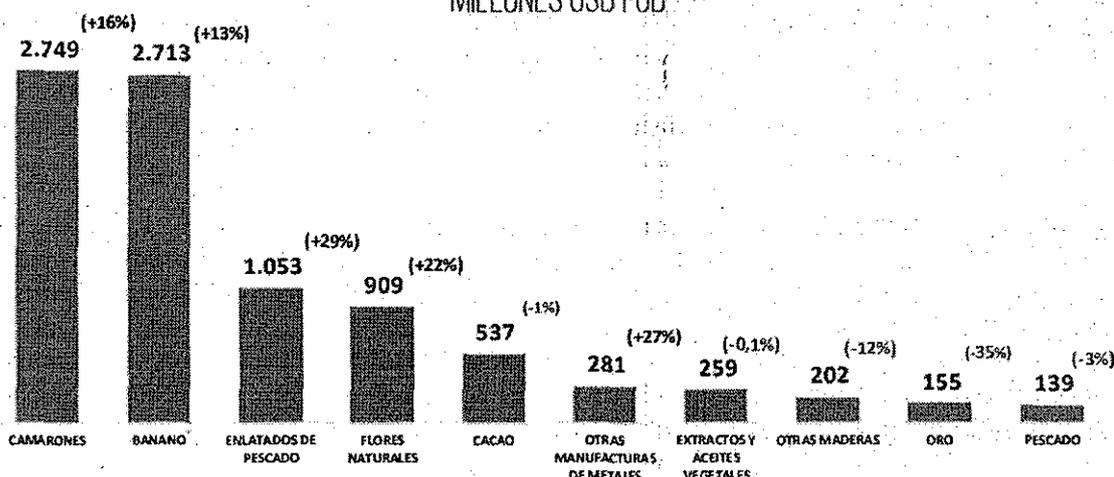


**1. SITUACION DEL PAIS**

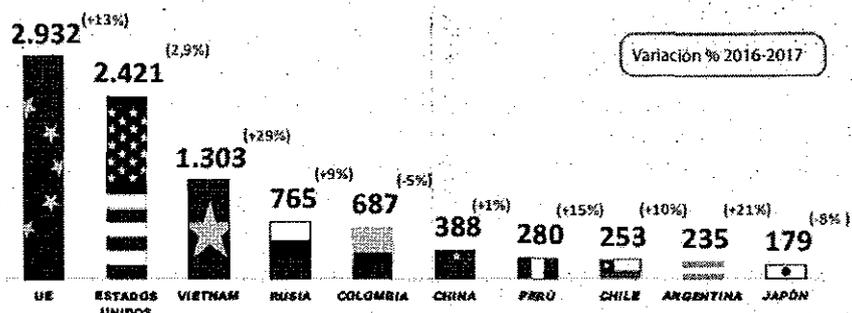
Las exportaciones totales del Ecuador en el año 2017 se incrementaron en un 11.54% en relación a las del año 2016 y las exportaciones no petroleras se incrementaron en un 8.7% en el mismo período. El destino principal de las exportaciones Ecuatorianas en el año 2017 fue la Comunidad Europea, zona en la cual se registró una balanza comercial positiva para el país.

**PRINCIPALES PRODUCTOS NO PETROLEROS EXPORTADOS**  
2017 (ENERO – NOVIEMBRE)  
MILLONES USD FOB



Fuente: Banco Central del Ecuador: Años 2007-2016, 2017 (ene-oct); SENA: Año 2017 (nov)  
Elaboración: Dirección de Estudios Económicos y Comerciales, MCEI  
Nota: El banano no incluye plátano

**EXPORTACIONES NO PETROLERAS POR DESTINO**  
2017 (ENERO – NOVIEMBRE)  
MILLONES USD FOB



Fuente: Banco Central del Ecuador: Años 2007-2016, 2017 (ene-oct); SENA: Año 2017 (nov)  
Elaboración: Dirección de Estudios Económicos y Comerciales, MCEI

**2. ADMINISTRACION AGROREPRAIN**

La administración de la organización se ejerce a través de decisiones conjuntas entre la Gerencia General y el Comité Ejecutivo de AGROREPRAIN S.A., último que está constituido por miembros de distintas áreas funcionales. Se realizan reuniones mensuales en las cuales se exponen frente a la gerencia, los temas de mayor importancia de cada área. Los reportes a entregarse a gerencia, previa a la realización de la sesión de Comité Ejecutivo, forman parte del Sistema de Gestión de Calidad (SGC) de Agroreprain. Esta mecánica de trabajo ha permitido una comunicación más rápida y directa entre las cabezas funcionales, así como, una toma de decisiones más eficaz.

Adicionalmente a esto, se ha implementado la mecánica de “día fijo”, que se tratan de reuniones que se

realizan cada lunes entre el gerente general y las cabezas de departamento, en las cuales se expone el plan de trabajo de la semana para evaluación y aprobación por parte de la gerencia. Esto permite agilidad en la toma de decisiones interdepartamentales.

### 3. VENTAS

El incremento en las exportaciones se reflejó claramente en un incremento en el consumo de los productos para la protección de perecibles para exportación, tales como: frutas, flores, hortalizas, camarones, así como también para el tratamiento de madera para transporte de perecibles para exportación, todos éstos, mercados objetivos de AGROREPRAIN.

A pesar del apareamiento de competencia para los productos de AGROREPRAIN, la organización pudo cumplir con los niveles proyectados de ventas, debido a: primero, la planificación estratégica a largo plazo (5 años), que el Comité de Desarrollo de Negocio (CDN), revisa mensualmente; segundo, a la estrategia de acercamiento a los distribuidores que comercializan los productos de AGROREPRAIN en todo el país (ver detalle a continuación); y tercero, a la constante calidad de los productos que AGROREPRAIN formula.

En el año 2017, AGROREPRAIN se concentró en dar más impulso a los productos de formulación propia, frente a los de representación, debido principalmente a que la garantía de calidad es más certera, como se registró en los últimos cinco años en los que se había inicialmente, planificado dar más impulso a los productos de comercialización. El CDN, conformado por miembros de cada uno de los departamentos de la organización, se ha encargado de modificar e implementar el plan estratégico de desarrollo de mercado (nuevos productos para nuevos mercados o mismos productos para nuevos mercados), para que se de prioridad a los productos de formulación propia.

En 2017, AGROREPRAIN mantuvo su estrategia de acercamiento personal a distribuidores regionales, a través de visitas recurrentes por parte de la Gerencia de Ventas; en las cuales se solicitó información del consumo y uso de los productos de AGROREPRAIN y su competencia. Constantemente se apela a la generación de un vínculo personal, además del comercial, no solo con el encargado de compras dentro de la organización del distribuidor, si no con el personal que a diferentes niveles organizacionales, tiene contacto con los productos de AGROREPRAIN y su competencia. Se reforzó esto con capacitaciones trimestrales a los clientes finales, a cargo de los Representantes Técnicos de Ventas de la organización.

### 4. PRODUCCIÓN

Se realizaron contrataciones de personal de apoyo para cubrir el incremento de la demanda de producto formulado, garantizando aún más, el cumplimiento de la producción y entrega de la totalidad de los pedidos realizados por el área de ventas. Adicionalmente, se inició el plan de capacitación interna en el área de producción, para preparar personal de apoyo para cubrir posiciones medias con más responsabilidad, con el fin de disminuir la incertidumbre, en el caso de ausencia de personal de mando medio.

Se completó el equipamiento del área de elaboración y se revisó/mejóro las instalaciones de seguridad de todas las instalaciones de AGROREPRAIN.

En relación al costo de producción, se registra un incremento de la relación entre el costo de materias primas utilizadas en relación a costo de venta total, debido al incremento de la comercialización de productos de formulación propia.

ACUM DIC 2014	ACUM ENE 2015	ACUM FEB 2016	ACUM MAR 2017
---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

#### ANÁLISIS VERSUS COSTO DE VENTA

MATERIA PRIMA UTILIZADA	68%	84%	89%	91%
MD Y SUMINISTROS UTILIZADOS	6%	7%	6%	6%
PRO TERMINADOS UTILIZADOS	26%	9%	5%	2%

## 5. COMPRAS

Las importaciones, explican un 60% de las compras totales de AGROREPRAIN, por lo que las actividades para mejorar las Condiciones Generales de Comercialización (CGC) se concentraron en los proveedores externos.

Se logró congelar el precio de la principal materia prima que viene del exterior, a los niveles de 2016, aun cuando en 2017 se dieron cambios en la reglamentación en China, lo cual generó un incremento de precios generales de las materias primas de este origen. En los casos en los cuales se registraron aumentos de precios, se realizaron compras de mayor cuantía, con el fin de disminuir los gastos operacionales de importación por kilo. Adicionalmente, se evaluaron nuevos proveedores para cada una de las materias primas importadas, para tener por lo menos dos proveedores calificados para cada una.

En el caso de las compras nacionales, se implementaron actividades para mejorar las CGC con los 10 principales proveedores nacionales (que explican el 60% de las compras locales), logrando negociar cambios, no solo en las condiciones de pago si no, también en las condiciones de despacho y hasta descuentos por pronto pago.

## 6. RESULTADOS

De los Estados de Pérdidas y Ganancias y del Balance General del ejercicio 2017, se pueden destacar las siguientes cifras e índices:

	2016	2017
activo total	\$ 1,597,297	\$ 1,694,349
pasivo total	\$ 844,056	\$ 830,946
patrimonio	\$ 753,241	\$ 862,546
ventas netas	\$ 2,268,940	\$ 2,425,743
utilidad neta	\$ 135,412	\$ 230,884
utilidad neta versus ventas netas	6%	10%

La utilidad neta aumenta disminuye en un 2% en relación al período anterior, principalmente por el incremento de la comercialización de productos de formulación propia, que tienen un margen de ganancia mayor.

2016      2017

### RAZONES DE LIQUIDEZ:

RAZÓN CORRIENTE	activo corriente / pasivo corriente	1.96	2.60
RAZÓN ÁCIDA	(activo corriente - inventario) / pasivo corriente	1.47	2.13
CAPITAL DE TRABAJO	activo corriente - pasivo corriente	\$ 555,537	\$ 740,202

### RAZONES DE RENTABILIDAD:

MARGEN NETO DE UTILIDADES	utilidad neta / ventas netas	6%	10%
RENDIMIENTO DEL ACTIVO	utilidad neta / activos totales	8%	14%
RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO	utilidad neta / patrimonio	18%	27%
UTILIDADES POR ACCIÓN	utilidades neta/ número de acciones	\$ 0.5	\$ 0.8

### RAZONES DE EFICIENCIA:

ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	ventas netas / activos totales	1.42	1.43
ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	ventas netas / activo fijo	5.01	4.97
ROTACIÓN DE INVENTARIOS	ventas netas / (inv. inc. + inv. fin.)/2	8.01	9.70

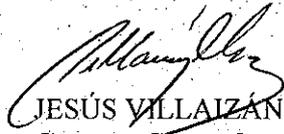
### RAZONES DE ENDEUDAMIENTO

RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	pasivo total / activo total	53%	49%
------------------------	--------------------------------	-----	-----

Como se puede observar en los diferentes indicadores, todas las razones financieras registran una mejora considerable en comparación a los valores del año anterior, tendencia que se estima continuará en el siguiente año fiscal.

A nombre de la Gerencia General y del Comité Ejecutivo se agradece a la Junta de Accionistas por la confianza entregada. Esperando que los resultados del ejercicio 2017 hayan cumplido sus expectativas, quedo a sus órdenes para aclarar cualquier aspecto de este informe o para explicar puntos no tratados en el mismo.

Atentamente,



JESÚS VILLALÁN  
Gerente General  
AGROREPRIN S.A.