

Informe de Gerencia General

Ing. Edison
Garzón Garzón

2009

Enfoque Financiero
Gestión Administrativa
Desempeño Comercial
Promoción del Talento Humano
Estrategia Corporativa
Responsabilidad Social



43 años



2009

INDICE

- I Antecedentes y Aspectos Generales de la Empresa**
- II Actividades desarrolladas**
- III Cumplimiento de disposiciones Junta general**
- IV Información de Hechos Extraordinarios**
- V Situación Financiera al Cierre del ejercicio**
- VI Recomendaciones y Metas**
- VII Conclusiones**

Ambato, Marzo de 2010

Estimados:

SEÑORES MIEMBROS

DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS

BIOALIMENTAR CIA. LTDA.

Cumpliendo con lo estipulado en el artículo 124 de la Ley de Compañías y en el estatuto vigente de Bioalimentar Cía. Ltda., en mi calidad de Gerente General, pongo a vuestra consideración el informe de las actividades correspondiente al ejercicio económico terminado al 31 de diciembre de 2009 y cuáles serán las perspectivas económicas para el año fiscal 2010.

Edisson Javier Garzón Garzón

GERENTE GENERAL

2009

Sección I

Antecedentes y Aspectos Generales de la Empresa

Antecedentes
Reseña Histórica
Actividad económica
Base Legal
Filosofía de la Empresa



1. ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA

1.1 Antecedentes

Somos **Bioalimentar**, compañía 100% ecuatoriana, estratégicamente ubicada en Ambato, y con presencia en todo el Ecuador, nos especializamos en nutrición animal y humana, ofreciendo soluciones de calidad en toda la cadena agroalimentaria. Nuestro trabajo y experiencia fortalece el desarrollo del país con una importante participación en la economía nacional, la cual es un fuerte pilar de impulso para alcanzar nuestros sueños



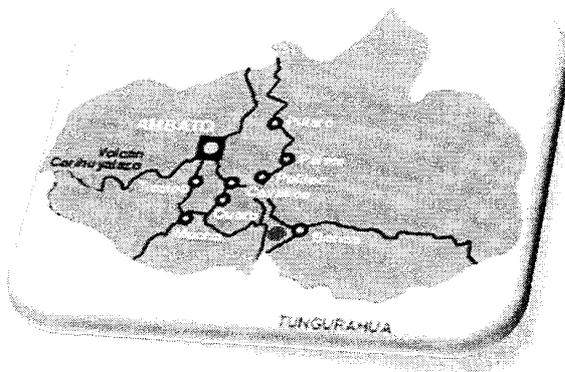
3.2. Reseña Histórica

Sus orígenes se remontan a los años 60 en la parroquia de Cotaló, provincia de Tungurahua, cuando aparecía una nueva actividad pecuaria, la avicultura, en 1967 Don Hitler Garzón y Doña Teresa Garzón fundan y establecen una pequeña granja para producir huevos comerciales, decidiéndose a preparar por cuenta propia el alimento balanceado para sus aves; en principio montaron un molino valiéndose de un motor a diesel y una rudimentaria mezcladora accionada por la transmisión de una camioneta Ford 350.

Ocho años más tarde (1975) resolvieron trasladarse a la ciudad de Ambato ubicándose en la avenida 12 de noviembre y Vargas Torres, allí amplían su producción de alimento balanceado y, aprovechando la energía trifásica se decide montar un molino y una mezcladora de mayor capacidad. Con esta producción se abastece el consumo de la granja propia y se empieza a comercializar el balanceado entre familiares y amigos, obteniendo aceptación en el medio y ganando más adeptos por sus resultados, gracias a la filosofía de hacer bien las cosas. Se emprende así, una nueva meta que es la de construir una fábrica de balanceados, para lo cual se adquiere un terreno en la salida a Baños en el año de 1978.

Hitler Garzón, el gestor de este gran sueño, fallece lamentablemente en 1984, dejando un gran vacío que con tesón, constancia y una clara visión de futuro, lo llena su esposa Teresa, quién supo con gran acierto, continuar la tarea.

Bioalimentar también paso obstáculos como los efectos de la guerra del Cenepa en 1994, crisis en la cual muchos negocios y granjas tuvieron que cerrar sus puertas y dejar morir sus ilusiones, pero ese no era el caso de Doña Teresa Garzón, una mujer luchadora, quien con el paso de las adversidades mostró gran intuición en los negocios, su inquebrantable voluntad y su constancia, llegando a ubicar a la fábrica como la más importante de la provincia. Ese ejemplo demostrado a través de estas 4 décadas, ha sido semilla que



cayó en tierra fértil, pues los hijos de la familia Garzón Garzón llevan en la sangre la filosofía de servicio y calidad, que guía a esta, su empresa amiga, en creer en el futuro y esperarlo con optimismo.

Fue una lucha abierta, difícil, solo reservada a espíritus llenos de fe inquebrantable y tenacidad a toda prueba, facultades que le sobran a Doña Teresa Garzón.

Los clientes de un inicio lo siguieron siendo y lo son aun, gente de Baños, Pelileo, Latacunga, Riobamba, transformados muchos de ellos en los criadores y comercializadores más grandes de la zona, nunca han olvidado que en sus inicios, cuando necesitaron una mano amiga que no solo les proveyera de alimentos sino de consejos, allí estuvo, como hasta hoy, BIOALIMENTAR.

3.3. Actividad de la Empresa

Bioalimentar es una empresa industrial con certificación internacional ISO 22000:2005 SISTEMA DE GESTION DE LA INOCUIDAD DE LOS ALIMENTOS, que se dedica a la producción de alimentos balanceados para el consumo humano y animal. Sus productos están dirigidos para el sector avícola, ganadero, porcícola, cunícola; piscícola para animales de estimación.

a) División *nutrición animal*
BALANCEADOS AVIMENTOS

Balanceados y productos
Avimentos
Excelentes rendimientos 

Alimentamos la vida... con pasión

- Estimulamos el crecimiento de nuestros clientes para quienes la productividad es fundamental
- Progresamos con nuestros clientes en la nutrición animal y humana
- Generamos valor económico a nuestra nación con profesionalismo
- Cubrimos *necesidades pecuarias* actuales y futuras

Integramos a nuestro trabajo a los mejores profesionales en cada línea

Esta es la división de la empresa donde se producen y se comercializan alimentos balanceados para animales, con marca AVIMENTOS, con la cual se dota de líneas completas de alimentación para explotaciones pecuarias, como pollos de engorde, aves ponedoras, cerdos, ganados de engorde y leche, cuyes, conejos y tilapias.

En Bioalimentar entendemos que su mascota es un integrante importante de la familia y merece el mejor alimento, por eso creamos alternativas nutricionales con el aporte de los mejores

profesionales y la tecnología de última generación con dietas que garantizan el óptimo mantenimiento muscular, huesos sólidos, apropiado funcionamiento cardiaco, pelaje brillante y sano. Cada una de las dietas han sido probadas bajo normas de bienestar animal y seguridad alimentaria, productos como CANimentos, TOPCAN, entre otros, son elaborados bajo el sistema BIOCOMPLEX desarrollado por Bioalimentar®, con la finalidad de favorecer el sistema inmune, mejorar la calidad de heces, salud a la piel y pelaje brillante

El Control de Calidad desarrollado en un moderno y adecuado Laboratorio es el mayor soporte a la gestión de Nutrición verificando las materias primas, los procesos y sobre todo preservando la inocuidad de los alimentos a través de los estrictos controles de BIOSEGURIDAD, asepsia del personal, de las instalaciones. Conforme a los Requerimientos de la Norma ISO 22000, se dispone de un Programa de Prerrequisitos Operativos y un Plan HACCP debidamente implementados, generados a partir de un análisis minucioso de peligros que podrían ocurrir desde la recepción de materias primas e insumos hasta el despacho y transporte del producto terminado, con ello se asegura que todos los peligros que podrían afectar a la INOCUIDAD de los alimentos sean identificados y controlados

adecuadamente en cada etapa de nuestros procesos.

La comunicación a lo largo de toda la Cadena Alimentaria es esencial para asegurar que todos los peligros relacionados a la Inocuidad sean identificados y controlados adecuadamente en cada etapa. Es así como se dispone de un sistema de comunicación interna y externa con nuestros proveedores y clientes la misma que ha sido uno de los soportes principales para clarificar los requisitos de los mismos y para identificar los peligros y sus medidas de control con el afán de entregar productos alimenticios inocuos al consumidor final.

En tema de BPM se dispone de un conjunto de medidas PREVENTIVAS, las mismas que comprenden métodos, condiciones, procedimientos, elementos correctos y necesarios para asegurar que nuestro producto cumpla con los requerimientos de identidad, calidad, eficacia y seguridad de uso. Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) ofrecen la posibilidad de mantener la calidad y asegurar la inocuidad. Además de ser obligatorias, algunas prácticas llevan a importantes mejoras y no requieren la inversión de capital, en especial cuando hablamos del orden, la higiene y la capacitación del personal. Es así como haciendo uso de lo anterior, se dispone de las siguientes bpm: distribución de aéreas para evitar la contaminación cruzada, limpieza y desinfección de equipos, control de la calidad, control de plagas, higiene del personal, disposición de desechos, control de procesos, Retirada de Productos, entre los más importantes.



División responsable de la importación, comercialización y distribución de fármacos y biológicos como vacunas vitaminas y antibióticos para la salud animal, vinculando un asesoramiento técnico para el uso de los mismos, con el objetivo de garantizar la salud animal en la explotación pecuaria de nuestros clientes.

c) División nutrición humana

El plan HACCP siendo un Método sistemático para asegurar la sanidad de los alimentos durante el proceso de manufactura se desarrolló a través de un Equipo designado del área técnica con la capacidad y los conocimientos necesarios para reconocer los peligros que puede sufrir el alimento durante su proceso. Es así como se dispone de una Matriz de Análisis de Peligros la misma que ha permitido detectar los diferentes riesgos en cada una de las etapas de proceso, se han definido las medidas de control y las Acciones correctivas en caso de alguna desviación que afecte la inocuidad del alimento. Todo ello a través de un sistema de Documentación debidamente implementado y controlado.

Balanceados Avimentos brinda el mejor servicio de posventa a sus clientes con el asesoramiento técnico en campo con el trabajo de profesionales altamente capacitados y comprometidos con el desarrollo del pequeño productor, guía y capacita a sus clientes para asesorarlos sobre las Buenas Prácticas de Almacenamiento de nuestros productos además de garantizar los rendimientos esperados forjando empresarios pecuarios exitosos.

Balanceados Avimentos cuenta con una fortalecida red de comercialización en todo el país la cual nos permite estar estratégicamente ubicados cada vez más cerca de nuestros clientes.

HUEVOS

BIO

BIOHUEVO

En nuestras granjas avícolas se producen huevos para consumo humano de insuperable calidad nutritiva y sabor; gracias al programa de



nutrición AVIMENTOS ofrecemos al mercado HUEVOSBIO enriquecidos con ácidos omega 3 con una gran demanda gracias a su sabor, reconocidos actualmente como la mejor alternativa para agregar valor.

3.4. Base Legal

Régimen Tributario: Administración Tributaria

- Impuesto a la renta, anticipos, retenciones en la fuente
- IVA mensual retenciones en la fuente
- Anexo transaccional, anexo de retenciones en la fuente en relación de dependencia

Régimen Laboral: Ministerio De Trabajo

- Pago de quincenas, sueldo mensual, pago XIII sueldo, XIV sueldo, utilidades
- Contratos de trabajo actas de finiquito
- Presentación de formularios: XIII, XIV, utilidades
- Reglamento interno, reglamento de seguridad y salud

IESS

- Avisos de entrada, salida, novedades
- Pago de aportes mensuales, fondos de reserva
- Implementar SASST medicina preventiva exámenes anuales

Societarias: superintendencia de compañías

- Trámites aumento de capital, actualización de nombramientos
- Libros sociales: actas, expedientes, participaciones, talonarios
- Control de resoluciones de la junta general (archivo)
- Presentación de balances, informe gerencia, informe auditoría externa
- Contribución anual 1 por mil activos
- Presentación cronograma NIIFS
- Contratación auditor externo

Municipio

- Pago de patentes, impuesto 1,5% a los activos
- Pago de predios y contribuciones
- Permiso ambiental de funcionamiento
- Rótulos
- Ministerio de salud
- Exámenes médicos al personal
- Permiso anual de funcionamiento

Gremios Asociaciones y Cámaras

Cámaras de comercio

- Pago de cuota de afiliación anual
- Participación en procesos electorales

Cámaras de industrias

- Pago de cuota de afiliación anual
- Participación en procesos electorales
 - *AFABA Asociación De Fabricantes De Balanceado Del Ecuador*
Pago de cuota de afiliación anual
Participación en procesos electorales
 - *ASPE Asociación De Porcicultores Del Ecuador*
Pago de cuota de afiliación mensual
Participación en procesos electorales
 - *AVSO Asociación De Avicultores De La Sierra Y Oriente*
Pago de cuota de afiliación mensual
Participación en procesos electorales
 - *CEPIA Corporación De Empresas E Instituciones Del Parque Industrial*
Pago de cuota de afiliación mensual
Participación en procesos electorales

Control gubernamental

- *INEN*
Solicitud calibración y pago de equipos de medición y pesaje
- *MAG*
Renovación de permisos y registros
- *SESA*
Renovación de permisos y registros alimentos zootécnicos
- *IEPI*
Registro de marcas, renovación de marcas, transferencia

Correos

- Renovación de permiso casilla postal

Operacionales

- *Sistemas*
Renovación de hosting y dominios
- *Central de riesgos*
Renovación de permisos y claves
- *Bomberos*
Permiso anual de funcionamiento

IFIS

- Créditos bancarios, central de riesgos
- Actualización de datos crediticios, hipotecas

Filosofía de la Empresa

La filosofía de Bioalimentar es:

- Estimular el crecimiento de sus clientes para quienes la productividad es fundamental
- Progresar con sus clientes en la nutrición animal y humana
- Generar valor económico a la nación con su profesionalismo
- Integrar a la empresa a los mejores profesionales en cada línea

En conclusión su filosofía es “el arte de hacer bien las cosas”

3.4.1. Visión

“Quiénes integramos Bioalimentar Cía. Ltda. llegaremos a ser en 10 años la empresa líder en la alimentación animal y humana, que más rentabilidad y captación de mercado obtenga anualmente en la zona centro del Ecuador, formando así una imagen social confiable de una empresa rentable, brindando un mejor nivel de vida para nuestros colaboradores e incrementando el nivel patrimonial de nuestros accionistas”. /2.001

3.4.2. Misión

“Transformar nuestro trabajo en alimentos que brinden bienestar a nuestros clientes, y salud para sus vidas”

3.4.3. Objetivos

- Producir alimentos seguros para la alimentación animal

- Mantener el grado de satisfacción del servicio técnico al cliente
- Reducir la cantidad de horas de paros no programadas en producción

3.4.4. Principios y Valores

Honradez, Calidad,
Responsabilidad Servicio,
Carácter, Justicia,
Respeto, Espíritu de Trabajo

La **Confianza**, con transparencia en nuestras acciones para un futuro con excelencia

La **Responsabilidad**, en el cumplimiento cabal de nuestras obligaciones

La **Honestidad**, representada en la calidad humana con justicia y verdad

Espíritu de Trabajo, disfrutar lo que hacemos y hacerlo bien

Carácter, en la toma de decisiones

Respeto al ser humano y al planeta

Marketing Responsable como herramienta del éxito sostenido

2009

Capítulo II

Análisis Situacional

Análisis Interno

Administración

Recursos Humanos

Comercialización

Análisis Externo

Influencias Macro ambientales

Influencias Microeconómicas

Identificación de Oportunidades y Amenazas

Conclusiones Análisis Situacional



2 ANÁLISIS SITUACIONAL

2.1 Análisis interno

2.1.1 Administración

La filosofía de sus administradores se ha mantenido firme en el tiempo es así que se han realizado actividades enmarcadas dentro de lo que hoy por hoy constituye un sistema de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial tales actividades son:

- El Gobierno organizacional: con políticas claras de manejo de personal etc.
- El Medio Ambiente: No se generan residuos tóxicos, los desechos sólidos y envases son reutilizables en otros fines.
- Los Derechos Humanos: no discriminación respeto social, trabajo de personal con capacidades especiales.
- Las Buenas Prácticas Laborales: cumplimiento, afiliación IESS, remuneraciones, provisión de EPP, Exámenes médicos, Capacitación, Rumbaterapia.
- Las prácticas operacionales justas, prácticas comerciales honestas, marcas y patentes, competencia justa de precios, garantía de pos-venta, agremiación.

2.1.3 Comercialización

DISTRIBUIDORES

Bioalimantar cuenta con 80 distribuidores a nivel Nacional, con un perfil de Agrotienda a cargo de un profesional en veterinaria o ramas similares.

Nuestro compromiso con nuestros distribuidores es que triunfen y alcancen sus objetivos de negocio.

PRODUCTORES ESPECIALIZADOS

Productores pecuarios industriales grandes productores, asociaciones de productores, medianos y pequeños con explotaciones avícolas, ganaderas, porcinas y de especies menores.

Nuestra presencia en el sector pecuario mediano y pequeño es el reflejo de la dedicación para ayudarlo a innovar y crecer, ofreciéndole herramientas seguras y eficaces.

- Asuntos de consumidores y usuarios: garantía a través de la implementación del SGIA, manejo de reclamos descuentos y devoluciones, Capacitaciones y asesoría, campañas de alimentación saludable.
- El Involucramiento con la comunidad y/o el desarrollo de la sociedad: generación de empleo, tecnología investigación y desarrollo, donaciones a fundaciones de niños.

Actualmente se pretende iniciar el proceso formal con la asesoría del IRSE Instituto Ecuatoriano de Responsabilidad Social Empresarial.

2.1.2 Recursos Humanos

Nuestro sistema de Gestión del talento humano se permite seleccionar y procurar la retención del talento clave, buscando su bienestar y el de su familia, ofreciendo un programa integral de seguridad y salud ocupacional.

Son 130 colaboradores quienes día a día entregan su esfuerzo en cada una de las divisiones

Simplemente, lo que hacemos es creer en el éxito mutuo a largo plazo.

CANALES

MEZCLA ADECUADA DE MERCADOTECNIA

(MARKETING MIX)



Para que la estrategia de marketing de Bioalimantar sea eficiente y eficaz, debe tener coherencia tanto entre sus elementos, como con

el segmento de mercado objetivo o target market de la compañía.

A largo plazo, las cuatro variables tradicionales de la mezcla pueden ser modificadas añadiendo elementos importantes que influyen en la comercialización pero a corto plazo es difícil modificar el producto o el canal de distribución.

Elementos de la mezcla de mercadotecnia

Análisis del Marketing Mix para línea de alimentos balanceados :

1RA P: Producto y/o
servicio:

Las decisiones respecto a esta P incluyen la formulación y presentación del producto, el desarrollo específico de marca, y las características del empaque, etiquetado y envase, entre otras.

Formulación: En alimentos balanceados, la formulación de las dietas es la etapa crucial para el éxito en el campo expresado en rendimientos y productividad para los productores pecuarios, por esto se cuenta con especialistas en Nutrición Animal que utilizan herramientas tecnológicas para la elaboración de dietas equilibradas, como el análisis de materias primas con espectrofotometría.

• **Presentación del producto:** La presentación se basa en normas INEN pesos en base a patrones internacionales de pesos y medidas, y a los requerimientos del productor.

Presentaciones generales: peso neto 40kg, presentaciones alternas 30kg, 20kg 10kg, presentaciones premium 15kg, presentación para sales minerales y suplementos 2kg.

Desarrollo específico de marca

Se han delimitado marcas para cada línea por identificación: Avimentos Porcimentos, Cunimentos y Vaquimentos,

La estrategia de proteger la marca vía registro en el IEPI y de gestionarla mediante campañas publicitarias esta basada en la tradición de mas de 40 años de su marca principal AVIMENTOS

- **Características del empaque,**
 - Se utilizan envases de polipropileno plastificado de forma general, tienen una implicación adicional en tema medioambiental por ser reutilizables.
 - Se mantienen los colores corporativos y se han identificado líneas específicas como la línea ganadera que tiene fondo verde.
 - **Etiquetado y Envasado**
 - La trazabilidad es una característica vital para la gestión de calidad de un producto y se lo consigue con un adecuado sistema de codificación desde las materias primas hasta el producto final con número de lote y fecha de caducidad.
 - Además es un requisito declarado en el sistema de Gestión de inocuidad alimentaria
 - El envasado es automático y las balanzas son calibradas y certificadas periódicamente por un ente acreditado como el INEN o terceros
- Cabe decir que el producto tiene un ciclo de vida y que este ciclo es afectado según la respuesta del consumidor y de la competencia

2da P: Precio:

Es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción. Sin embargo incluye:

- Forma de pago se contempla: contado en efectivo, cheque, depósito crédito directo, con documento, plazo, etc. descuentos pronto pago para prepago vía depósito
- Este a su vez, es el que se plantea por medio de una investigación de mercados previa, la cual, definirá el precio que se le asignará al entrar al mercado.
- El precio es el único elemento del mix de Marketing que proporciona ingresos, pues los otros componentes únicamente producen costos y gastos.
- El precio va íntimamente ligado a la *sensación* de calidad del producto.

La principal estrategia en precios es el mantenimiento de precios por largos períodos, la subida o bajada en temporada para no alterar intempestivamente el mercado. A veces teniendo que subsidiar en etapas de subida de precios de materias primas.

3ra P Plaza Mercado o Distribución

- Se define como el lugar físico o zona dónde comercializar el producto o el servicio que se ofrece es el elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor.
- Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.
- En BIOALIMENTAR se mantiene tres canales para estar ubicados cerca del productor:
 - Distribuidores macro denominados platinum que abarcan zonas extensas y que tienen bajo su jurisdicción a distribuidores normales
 - Distribuidores zonales ubicados a nivel nacional y tiene bajo su jurisdicción varios puntos de venta
 - Venta directa a productores según parámetros predeterminados

Se considera un factor decisivo al sistema de transporte y logística, mediante el servicio con una flota de camiones propios en un 20% y el restante 80% vía contratación externa.

4ta P Promoción:

- * Promocionar o publicitar es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales
- * La mezcla de promoción está constituida por:
 - o Promoción de ventas o desarrollo de mercado, aquí cumplen la doble función los Directores Nacionales de línea a través de visitas de asesoramiento cuya finalidad es demostrar el rendimiento en parámetros zootécnicos en campo
 - o Un factor fundamental constituyen las capacitaciones entregadas a productores y agrupaciones, sin duda es un factor multiplicador.
 - o Fuerza de venta o Venta personal desarrollado principalmente por distribuidores y puntos de venta aquí la estrategia principal es mantener a cargo de los centros de distribución profesionales en medicina veterinaria o afines
 - o Publicidad: La publicidad se canaliza esencialmente en Material POP técnico como brochures con información del producto y parámetros de producción
 - o Trípticos promocionales de productos nuevos y lanzamientos
- * Presencia en ferias nacionales
- * En temporada de fin de año material promocional
- * Comunicación Interactiva como Marketing directo por mailing, emailing, catálogos, webs, telemarketing, Información disponible en el sitio web

2.2 Análisis Externo

2.2.1 Influencias Macro ambientales

2.2.1.1 Factor Político

Al mediano plazo, las perspectivas del cultivo están asociadas a los niveles arancelarios, a los plazos de desgravación, al mantenimiento de la franja de precios, en el marco de las negociaciones con MERCOSUR: en la actualidad el arancel ad-valorem para maíz duro es de 15% y el piso de la franja de precios es 161 USD/TM, a los precios referenciales quincenales recientes esto proporciona una protección del 50%, equivalente al techo consolidado por Ecuador ante la OMC. La interrogante es, en qué medida la producción nacional podrá seguir creciendo y desarrollándose frente a la competencia con MERCOSUR, si los aranceles se reducen y se desmonta el mecanismo de franja de precios?

Niveles de Desempleo

El incremento salarial debe darse sobre la base de la inflación acumulada durante los últimos doce meses y no basarla en una proyección de la inflación después de doce meses. El incremento salarial debió incrementarse de un 1-2%, pero se dio el incremento del 10%, lo que genera más desempleo, en la micro empresa se han dado despidos; pequeña empresa, más despidos y mediana, también. En la gran empresa como el caso de Bioalimentar, no tanto por las economías de escala implícitas, ya que el porcentaje que representa la mano de obra y representaciones en los estados financieros no son representativos.

El precio del petróleo

Sin duda es un factor que sigue marcando el paso de la economía ecuatoriana y mundial, el año 2009 ha resultado ser uno de los más difíciles de pronosticar respecto al comportamiento del precio del hidrocarburo mismo se luego de un promedio anual de 63.00 se ubicó al cierre en 79,36 (2008:98.5, 2007:techo106,00)

Inflación

El nivel de inflación cerró en el 2009 cerró con el 4.31% siendo los sectores más afectados los de los productos agrícolas, servicios y productos manufactureros. En el caso del maíz y la soya, que se usan para fabricar balanceados para la alimentación animal, su incremento repercutirá en la subida del precio oficial y su afectación local al precio de huevos, carne de pollo, cerdo y la leche.

(2008: 8,83%, 2007:3,32% y 2006:2,87%).

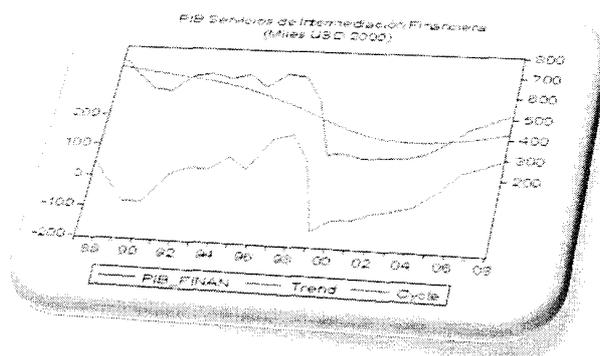
Precio del DOLAR

El dólar en relación al Euro se cotizó en promedio a 1.39 y al cierre registró un 1,43 (2008: 1,64, 2007:1,47)

PIB del Sector

La productividad del sector tiene un peso del 10% del Producto Interno Bruto (PIB) agropecuario, según el Banco Central; es decir, 188,38 millones de dólares.

Se estima que la producción de maíz representa alrededor del 4% del PIB agrícola y que el aporte de la cadena maíz-balanceados-aves, es un 2% del PIB total. Por otra parte, el cultivo de maíz utiliza un 8% de la PEA de la Agricultura, Ganadería y Caza y la cadena maíz-balanceados-aves utiliza en su conjunto un 3% de la PEA total.



La producción de maíz duro se concentra principalmente en la región de la Costa, con cerca de 115 mil hectáreas distribuidas en más 81.900 UPA, pertenecientes, en un 52%, a pequeños agricultores (menos de 10 hectáreas), con un rendimiento de 3 TM/ha, aproximadamente. La oferta resultante alcanza apenas a cubrir alrededor del 44% de los requerimientos de la industria (60 empresas de balanceados y más de 30 de elaboración de harinas); mientras que la diferencia se cubre mediante importaciones de Estados Unidos y Argentina.

Esta cadena no se encuentra extensamente organizada a nivel de productores. La productividad promedio está muy por debajo de la media internacional, y sus costos de producción son altos frente al mercado internacional.

Por lo antes mencionado, se hace evidente la necesidad de trabajar en el fortalecimiento de esta cadena, por lo que se propone incrementar la oferta nacional de maíz duro.

2.2.1.2 Factor Económico

El crecimiento de la economía ecuatoriana fue del 0.98%, contrasta sin duda con el promedio quinquenal de crecimiento de América Latina de un 5,26%,

Por sus características, la industria alimenticia tuvo un crecimiento del 4.3% en el año 2009, se involucra directamente al sector agrícola del país puesto que al menos un 85 por ciento de sus insumos proviene de ese sector que tuvo una tasa de crecimiento del 2.8%.

Así mismo, los sectores: pecuario, porcícola, avicultor, cunicultor y acuicultor son los principales consumidores y demandantes de nuestros productos. La producción de alimentos balanceados se estima que será de 2 millones de toneladas métricas.

La cadena agroindustrial tiene tres partes principales: producción agraria primaria de maíz y soya, fabricación de alimento balanceado, y la industria de huevos de pollo.

Las variaciones de los precios internacionales, así como las posiciones arancelarias en la banda de precios de cualquier producto de la cadena agroalimentaria, afecta a toda la cadena; por tanto, en estos productos no se dan impactos aislados.

La situación local de oferta-demanda influye en el comercio externo de maíz y torta de soya, y la relación de precios de los mercados y aranceles internacionales animan o desaniman las importaciones/exportaciones de materias primas, lo que afecta o favorece la producción nacional.

Se estima que el cultivo del maíz duro absorbe como mano de obra a alrededor de 140 mil personas, esto es el 11% aproximadamente de la Población Económicamente Activa dedicada a la Agricultura.

Una de las preocupaciones de la Asociación de Fabricantes de Alimentos balanceados (AFABA) a inicios de año era que la cosecha nacional incurra en un atraso, que impediría la normal actividad de los fabricantes de alimentos para animales. Pero según Fenamaíz, la cosecha pico empezará la segunda semana de abril, tal como ha sucedido todos los años.

El cambio, en esta ocasión el Gobierno permitió la importación de 360.000 toneladas de maíz

entre diciembre y marzo, es decir, 40.000 menos que el año anterior. Además, para evitar que el grano extranjero sea descargado justo cuando inicie la cosecha nacional -como sucedió hace un año- el MAGAP limitó la llegada de los buques hasta el 15 de marzo.

En abril 2010, Fenamaíz abrirá la venta del cereal a AFABA a través de Agromaíz. Treinta mil hectáreas cultivadas en Buena Fe, Valencia, Quevedo y Mocache (Los Ríos) serán las primeras en cosecharse previo a esa fecha.

Tasas de Interés

En lo concerniente a financiamiento se refleja que las tasas de interés y las condiciones del crédito se han convertido de hecho en un freno a la inversión en tecnología, así mismo, las tradicionales prácticas especulativas y oligopólicas en la comercialización que se constituyen en un desestímulo a la producción.

El crédito estatal a través del Banco Nacional de Fomento BNF destinado a maíz (incluido maíz duro y suave) apenas cubrió en 2009 el 3.2% de la superficie total del cultivo. El crédito privado se presenta en condiciones y a tasas de interés inaccesibles para ciertos sectores de productores, se da la paradoja de que muchos de esos productores se encuentran inmersos en las redes del crédito informal, bajo condiciones aún más onerosas.

La situación de las tasas de interés, obedece a factores macroeconómicos y de eficiencia en la gestión de la banca, que deben ser corregidos mediante políticas gubernamentales, porque debilitan la competitividad de las producciones nacionales en todos los sectores de la economía.

Desde la otra óptica, esta compañía por manejar montos elevados de dinero y contar con respaldos en activos, no ha tenido mayores dificultades al momento de solicitar un préstamo, en la actualidad pagan por tasa de interés el 9.25%.

2.2.1.3 Factor Social

Bioalimentar está socialmente relacionada con las siguientes organizaciones

La Asociación de fabricantes de productos balanceados (AFABA) tiene veinte y dos años de existencia, y empezó con cinco organizaciones en el país, que iniciaron la producción de alimentos balanceados en una forma integrada con agricultura. De ese punto de partida con que se formó la agrupación gremial, ahora hay sesenta socios, entre los cuales se cuentan algunas cooperativas, que aglutinan a pequeños

productores, por lo que AFABA ha crecido y se ha fortalecido inmensamente.

La Asociación de Avicultores de la Sierra y Oriente **AVSO**, es una entidad sin fines de lucro dirigida por siete directores representantes del sector avicultor de la puesta y engorde del país, se constituye un ente representativo de los productores Avícolas de la Sierra y el Oriente, ante entidades gubernamentales y/o privadas; teniendo como objetivo precautelar y velar por los intereses de los asociados, suministrando información veraz y oportuna, en el transcurso de 5 años llegará a ser el mayor exponente referencial de la industria avícola nacional, brindando servicios que agreguen una mejor calidad de vida empresarial en sus asociados

2.2.1.4 Factor Tecnológico

Acorde a los últimos avances a nivel mundial en análisis y control de calidad en la fabricación de alimentos, Bioalimentar acaba de adquirir un equipo NIRS de última tecnología constituye una herramienta útil y una mejora significativa para nuestro SGIA.

Durante más de 30 años la Espectroscopia en el Infrarrojo Cercano (NIR) ha sido usada como una técnica analítica rápida para alimentos, grano y otros productos agrícolas. El NIR permite análisis rápidos y no destructivos sin necesidad de reactivos o metodías complejas.

En el sentido más simple, los análisis NIR se realizan iluminando una muestra con luz en la región espectral del infrarrojo cercano y analizando la luz con la que ha interactuado. La luz de una longitud de onda determinada interacciona con los componentes químicos específicos presentes en la muestra. Por ejemplo, midiendo la absorción en aquellas longitudes de onda que interactúan con las proteínas es posible determinar el porcentaje de proteína presente en una muestra.

El nuevo analizador **DA 7200** usa un diseño óptico de estado sólido avanzado que se basa en una rejilla holográfica estática para separación de longitudes de onda y tecnología de matriz de diodos para detección de la energía. Todo esto significa que el instrumento puede recoger datos a todas las longitudes de onda simultáneamente – 100 veces por segundo. Este procedimiento da por resultado un análisis simultáneo de múltiples parámetros en 1 a 3 segundos.

Ventajas El nuevo analizador DA-7200 de Perten Instruments representa un notable avance en la tecnología NIR: un método más limpio y más conveniente de análisis..

Su diseño de arquitectura abierta permite una medición fácil de todos los tipos de muestra, ello reduce enormemente el riesgo de error del operador, estas prestaciones ahorran dinero al aumentar la eficiencia global de todos los aspectos del análisis de las muestras.

Optimizado para Grano, Harina, Alimentos y Piensos

El NIRS DA 7200 es ideal para:

Maíz - Trigo - Almidón - Pescado - Harinas - Fibra - Balanceado para Vacuno o Porcino - Centeno - Grano - Avena - Sorgo - Leguminosas - Líquidos - Cereales - Alfalfa - Tapioca - Alimento para Pollos - Ponedoras Cebada - Soja - - Arroz - Pasta de Soja - Ensilaje de Hierba - Pastos - Harinas - Heno - Pasta - Alimentos



para mascotas – Alimentos para peces, etc.

Mediciones:

Proteína – Aminoácidos- Humedad – KOH- Aceite y Grasa – Cenizas-Dureza - Fibra cruda - Sal - Gluten - Almidón - Almidón dañado - Azúcar - Energía metabólica - NDF - ADF, etc.

Estamos siempre a la vanguardia de la tecnología en producción de alimentos para animales.

2.2.2 Influencias Microeconómicas

2.2.2.1 Cliente

Los principales clientes de la Empresa en 2009:

| TOTAL | CLIENTE | DIRECCION |
|--------------|--------------------------------|------------------------------|
| 1.983.857,57 | MARTINEZ SIGCHA DIANA NATHALI | Sucumbios/Orellana |
| 1.259.628,39 | ERAZO GUTIERREZ JULIO CESAR | TUNGURAHUA |
| 1.048.262,42 | ROMERAGUIR CIA LTDA. | EL ORO |
| 904.697,27 | GUEVARA ORTIZ JAIME VICENTE | NAPO |
| 724.861,90 | ZAMORA VERGARA JEORGE DANNY | Sto. Domingo de los Sachilas |
| 649.304,21 | ZUMBA CHIDA PATRICIA DEL ROCIO | Cañar |
| 642.839,11 | PEREZ PEREZ MANUEL ANTONIO | Galapagos |
| 618.753,39 | COMALGAR CIA. LTDA. | TUNGURAHUA |
| 609.390,10 | PEREZ VILLACIS HILDA SOLEDAD | Sto. Domingo de los Sachilas |
| 598.794,12 | LASCANO CUICHAN ALICIA ISABEL | Pichincha |

2.2.2.2 Proveedor

Los principales proveedores de la empresa en el año 2009 fueron:

| PRINCIPALES PROVEEDORES 2009 | | |
|------------------------------|---------------------|------------------|
| MONTO ANUAL | NOMBRE | PRODUCTO |
| 8.913.214,31 | AFABA | MAIZ-SOYA |
| 974.628,00 | MUYANG | MAQUINARIA |
| 676.423,44 | ECUAQUIMICA | MAIZ |
| 659.448,08 | JAIME CAMACHO | MAIZ |
| 592.450,68 | WILFRIDO VILLARES | MAIZ |
| 589.494,09 | AVESCA | POLLOS BB |
| 543.145,06 | AIDA BRAVO | MAIZ |
| 491.313,18 | PATRICIA ARMAS | ENVASES |
| 375.281,78 | DIEGO CORONEL | METIONINA |
| 360.050,00 | JORGE MARTINEZ | HNA . PESCADO |
| 330.077,10 | FRANCISCO SALGUERO | ACEITE DE PALMA |
| 318.477,07 | PLUSTELCO | AFRECHO DE TRIGO |
| 318.375,15 | DELFIN ROSERO | ADITIVOS |
| 299.597,59 | VICTOR MONTENEGRO | MAIZ |
| 262.942,50 | GEOVANNY HUILCAREMA | FOSFATO ADITIVOS |

2.2.2.0 Competencia

| NOMBRE | DESCRIPCION | LOGO |
|---|--|---|
| PRONACA | Empresa con 50 años en el mercado, cuenta con una cadena agroalimentaria completa. |  |
| NUTRIL S.A. (GRASAS UNICOL) | Empresa con 30 años en el mercado, cuenta con tres líneas: pollos, cerdos y bovinos. |  |
| BALANCEADOS WAYNE (MOLINOS CHAMPION) | Fábrica alimentos balanceados para avicultura, ganadería, cerdos, camarones y caballos. |  |
| BALANCEADOS LIRIS | Empresa con 20 años en el mercado, cuenta con cuatro líneas: avícola, acuícola, porcina y ganadera. |  |
| EXPALSA | Empresa con una producción anual de 144.000 toneladas de alimentos para camarones, peces, perros, caballos, aves y cerdos. |  |

2009

Sección II

Actividades Desarrolladas

Cumplimiento de Objetivos

Operaciones, mejora en Planta y Productividad

Gestión de Calidad: Inocuidad Alimentaria

Cadena Agroalimentaria de maíz duro, soya, balanceados, avicultura, porcicultura.

Desarrollo del Talento Humano

Aspectos comerciales importantes

Relaciones Institucionales y Cumplimiento de Obligaciones



2. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Cumplimiento de Objetivos

Operaciones, mejora en planta y productividad

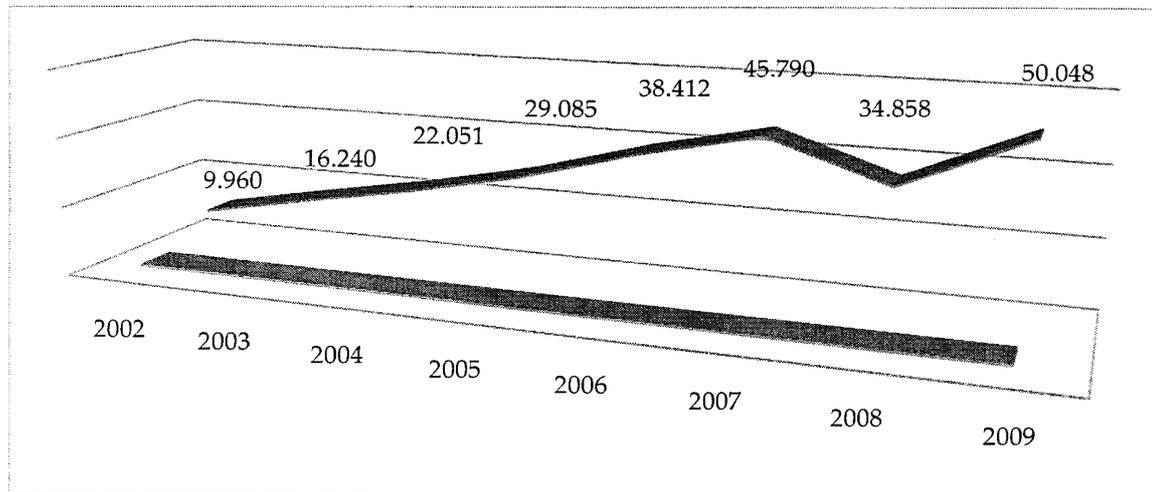
En septiembre del año 2009 se cumplió el cuarto año consecutivo de operación de nuestra nueva planta de producción ubicada en el Parque Industrial de Ambato.

La maquinaria GIULIANI de origen argentino ha prestado su servicio normal gracias a la gestión del departamento de mantenimiento, sin embargo el desgaste de dos años de operación ha empezado a evidenciarse en los gastos de mantenimiento, reparaciones y repuestos de la maquinaria, de la misma forma en mejoras a los sistemas de producción.

La nueva maquinaria MUYANG de origen asiático se ha instalado de forma planificada iniciando su operación en octubre en la parte de peletizado.

El crecimiento sostenido de nuestra producción se genera gracias al mejoramiento continuo de nuestros procesos, y en 2009 a partir de la instalación y puesta en marcha de la nueva peletizadora MUYANG, que sin duda mejoró la productividad de alimentos peletizados en un 100%. como se puede apreciar en el siguiente cuadro resumen:

| VENTAS BIOALIMENTAR 2002-2009 | |
|-------------------------------|--------------------|
| año | toneladas vendidas |
| 2002 | 9.960 |
| 2003 | 16.240 |
| 2004 | 22.051 |
| 2005 | 29.085 |
| 2006 | 38.412 |
| 2007 | 45.790 |
| 2008 | 34.858 |
| 2009 | 50.048 |



En la granja avícola se han realizado anticipos al proveedor del exterior KILLBRA para abastecimiento de un galpón automático a perfeccionarse en 2010 este tendrá la capacidad de alojar 25000 aves en producción más limpia.

Gestión de la Calidad: Inocuidad Alimentaria

Luego de que en el año 2008 se consolidó nuestro SGIA, consiguiendo ser la primera empresa de producción de alimentos balanceados para animales a nivel nacional en certificar su Sistema de Gestión, según los requisitos de la Norma Internacional ISO 22000:2005, y de la misma forma obteniendo el Certificado de BPM del Codex Alimentarius para sus instalaciones y procesos, quedamos con el reto de mantener y mejorar el sistema.

Durante el año 2009 se ratificó el compromiso de la dirección y el personal para mantener vivo el sistema, consiguiendo aprobar con un porcentaje superior al 90% tanto la auditoría de seguimiento específica por documentación pendiente desde la auditoría de certificación y la primera auditoría anual de seguimiento ambas realizadas por auditores externos de ICONTEC.

Sin duda estamos listos para ratificar durante los tres años de vigencia hasta 2011 nuestras certificaciones manteniendo la posición de nuestra compañía en el contexto empresarial nacional y posteriormente migrar a un sistema integrado de gestión.

En marzo (Quito), abril (Planta Ambato) y agosto (Galápagos) se realizaron eventos galantes de presentación ante la comunidad empresarial, el personal y sus familiares y la sociedad en general de nuestras distinciones internacionales.

Cadena Agroalimentaria de maíz duro, soya, balanceados, avicultura, porcicultura.

Al igual que en años anteriores durante 2009 hemos participado activamente en las reuniones de consejo consultivo de la Cadena Agroalimentaria de maíz duro, soya, balanceados, avicultura, porcicultura y en AFABA que agrupa a 324 empresas, en calidad de miembro principal del Directorio durante el período 2008-2010.

Las políticas proteccionistas del gobierno, dictadas a través del MAGAP, han generado impacto en nuestro sector respecto a los permisos de importación de materias primas. En cuanto a oportunidad y volúmenes, tiene enorme incidencia en la capacidad adquisitiva de muchos miembros de AFABA, en la capacidad de almacenamiento general, ineficaz logística portuaria, condiciones de negociación y pago con los proveedores del exterior, etc.

Adicionalmente el factor climático influye en la incertidumbre para planificar las compras nacionales y las importaciones, considerando que un ciclo de compra vía importación requiere entre 30 y 45 días .

Recordemos que es condición para acceder al cupo de importación de maíz, la absorción de la cosecha nacional debiendo siempre considerar los costos y la logística para tal efecto, por segundo año nuestro centro de acopio para la compra de maíz nacional en la ciudad de Vinces, han conseguido desde fines de mayo donde inició la cosecha hasta noviembre optimizar costos por alrededor de USD 60.000,00 para la compañía al comprar directamente, secar y enviar grano seleccionado a la planta de producción de Ambato, Se adquirieron alrededor de 21.365,00 TM de maíz nacional (2008:12.500, 2007:15.000). El precio oficial del maíz por quintal en 2009 fue de USD 12,60 con 13% de humedad y 1% de impurezas, cuando el precio a nivel internacional fluctuaba en USD 10,00., todo provocado por la ineficiencia del productor agrícola quien no accede a mejorar los medios de producción como financiamiento, tecnología y almacenamiento.

Desarrollo del Talento Humano, Clima Laboral, Capacitación, Eventos técnicos y Seminarios locales y en el exterior

El plan de capacitación constituye la base del progreso de la compañía a tal punto que durante el año se contrataron eventos para nuestros colaboradores de todos los departamentos con el fin de mejorar el nivel de profesionalización:

Internacionales: Nuestros Directores Nacionales de línea Ganadera y Porcina han asistido a Costa Rica y Argentina a participar en seminarios de especialización en Nutrición de cerdos y Lechería respectivamente, Gerente de Nutrición Atlanta, Gerente General, Gerente Administrativo y Gerente de Línea Mascotas a Brasil

Nacionales: El personal seleccionado ha participado en capacitaciones tales como: Manejo y operación de montacargas HELI, BPM, Seguridad y Salud en el Trabajo, Escuela del dinero, Valores, Inducción sobre canimentos, Tributación, Normas Internacionales de Información Financiera, Liderazgo e inteligencia emocional, Normas Sanitarias para obtención de la Calificación de Granjas, Auditor Líder en sistemas de

gestión de inocuidad, Linux, internamente Seguridad en el Transporte BPM, y HACCP, prevención de contagio virus ah1n1, logística.

Chequeos médicos, Rafting, ciclismo de montaña entre otros factores han influido en la mejora del clima laboral,

Hemos recibido pasantías en las distintas áreas de la empresa, durante el año tanto nacionales como internacionales en convenio con las universidades locales y la universidad de Saragoza - España.

Aspectos comerciales importantes

Hemos integrado al Ing. Francisco Medina Bravo, en calidad de gerente del departamento de Ventas, quien con visión se propone dirigir, organizar y supervisar las operaciones de ventas además de la estrategia de comunicación que se desarrollan en la empresa, cumpliendo entre otras las siguientes actividades.

- ✓ Visita nacional a distribuidores de Balanceados Avimentos a nivel Nacional
- ✓ Realización de un informe de planificación de ventas.
- ✓ Pintura de locales comerciales de Distribuidores, cambio de letreros y ubicación de vallas a nivel nacional
- ✓ Apoyo en realización del video institución y corporativo de la empresa
- ✓ Planificación, coordinación y ejecución de eventos, charlas, participación en ferias y demás actividades las cuales fueron avaladas y autorizadas por gerencia general de la compañía
 - Lanzamiento Norma ISO 22000:2005
 - Presencia Feria Piñas
 - Presencia Feria Durán
 - Presencia Feria Troncal
 - Presencia Feria Celica
 - Más 30 charlas dictadas a pequeños productores de cerdos a nivel Nacional
 - Más de diez conferencias dictadas a productores porcinos nivel nacional
 - Más 30 charlas dictadas a pequeños productores de aves a nivel Nacional
 - Más de diez conferencias distadas a productores de aves nivel nacional
 - Más 30 charlas dictadas a pequeños productores de bovinos a nivel Nacional
 - Más de diez conferencias distadas a productores bovinos nivel nacional
 - Más 30 charlas dictadas a pequeños productores de cuyes a nivel Nacional
 - Más de diez conferencias distadas a productores cuyes nivel nacional
- ✓ La gerencia de Ventas realizó más de 300 visitas a distribuidores de Balanceados Avimentos, mismas que fueron presentadas previamente a Gerencia General y Gerencia Administrativa.

Relaciones Institucionales y Cumplimiento de obligaciones

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, se ha cancelado por concepto de contribución anual en base a los activos totales USD 2765.58 (2008: 2.510,04 2007: 2.485, 2006:1.810; 2005:837).

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO Se ha cumplido con las disposiciones legales de entidades como el Ministerio de Salud Pública, Cuerpo de Bomberos, Servicio Ecuatoriano de Sanidad animal y Municipio.

AFABA Asociación de Fabricantes de Alimento Balanceado del Ecuador por ser miembros de varios años y por ser requisito indispensable para la provisión de materias primas, durante el año hemos cancelado por concepto de cuotas de afiliación USD 5300,52 (2008:4732,61;).

ADMINISTRACION TRIBUTARIA Hemos Cumplido a tiempo lo relacionado a las declaraciones mensuales, en el caso del IVA por nuestra condición de contribuyente especial de la Regional Centro del SRI hemos reteniendo en el año por concepto de IVA USD 94.722,27 (2008:52.127,57; 2007:37.886; 2006:30.163) y retenciones en la fuente del impuesto a la renta USD 100.256,15 (2008:77.820,31; 2007:82.407; 2006:51.916), de igual manera se ha cumplido con la presentación de los anexos transaccionales.

INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL Se han cumplido fielmente las obligaciones relativas a afiliación desde el primer día de trabajo, avisos de novedades, aportes mensuales y pago anual de fondos de reserva así como entrega mensual en roles de pago a los trabajadores que han manifestado por escrito su deseo de no mantener sus fondos de reserva acumulados.

INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACION en lo referente a la calibración y certificación de los equipos de medición como balanzas, básculas y otros, USD 695,00 solo se calibró la balanza de gran capacidad (2008:1.644,31 calibración total).

OTRAS AFILIACIONES que se mantienen son con la Asociación Ecuatoriana de Porcicultores ASPE USD 780,00 (2008:728,00), la Cámara de Comercio de Ambato USD 140,00 (2008:210,00), a la Corporación de empresas del Parque Industrial de Ambato USD 5107,55 (2008:2.118,20) valor que incluye alícuotas por afiliación y servicio del dispensario médico adscrito al IESS en el parque industrial, hemos inscrito a nuestra empresa en la Cámara de Industrias pagando un total de USD 720,00 (2008:960).

CIFRAS IMPORTANTES: 4448 m3 de agua potable consumida nos da un promedio por colaborador de 34,21 m3 anuales; total de kw consumidos 982.741 nos da un promedio de 7.559.54 kw por persona al año.

2009

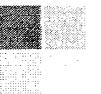
Sección III

Cumplimiento Disposiciones de Junta General

Juntas Realizadas

Resoluciones

Conclusiones



3. CUMPLIMIENTO DE DISPOSICIONES DE JUNTA GENERAL

Juntas realizadas y resoluciones tomadas

Durante el año 2009 se han realizado 6 juntas entre Generales y Universales a continuación un cuadro que resume los asuntos relevantes, como señal de transparencia de esta administración.

| NUMERO | FECHA | ASUNTO | |
|--------|--------|----------|---|
| 01 | 2009 | 16-03-09 | AUTORIZACION ESPECIAL ENDEUDAMIENTO CFN |
| 02 | 2009 | 06-03-09 | APROBACION DE INFORME DE CONTABILIDAD BALANCES |
| 02 | 2009 | 06-03-09 | APROBACION INFORME DE GERENCIA |
| 02 | 2009 | 06-03-09 | APROBACION DE INFORME DE AUDITORIA EXTERNA |
| 03 | 2009 | 06-03-09 | RESOLUCION SOBRE EL DESTINO DE UTILIDADES |
| 04 | 2009 | 06-03-09 | INCREMENTAR EL CAPITAL SOCIAL Y REFORMAR EL ESTATUTO INCLUIDO TERRENO PIA |
| 05 | 2009 | 06-03-09 | REFORMAR EL ESTATUTO |
| 06 | 2009 | 06-03-09 | AUTORIZAR EL CAMBIO DE HIPOTECA TERRENO PIA DE TERESA GARZON A BIOALIMENTAR |
| 06 | 2009 | 16-05-09 | AUTORIZACION ESPECIAL ENDEUDAMIENTO BANCO BOLIVARIANO |
| 07 | 2009 | 16-05-09 | AUTORIZACION ESPECIAL ACEPTAR HIPOTECA GARZON/FREIRE |
| 08 | 2009 A | 16-05-09 | AUTORIZACION ESPECIAL ENDEUDAMIENTO BANCO PICHINCHA |
| 08 | 2009 | 25-07-09 | AUTORIZACION ESPECIAL ENDEUDAMIENTO PRODUBANCO EXTRUSION |
| SN | 2009 | 27-11-09 | DEJAR SIN EFECTO RESOLUCIONES 02/03/04/05/06 JUNTA DEL 6 DE MARZO |
| SN | 2009 | 27-11-09 | APROBACION DE INFORME DE CONTABILIDAD BALANCES |
| SN | 2009 | 27-11-09 | APROBACION INFORME DE GERENCIA |
| SN | 2009 | 27-11-09 | APROBACION DE INFORME DE AUDITORIA EXTERNA |
| SN | 2009 | 27-11-09 | RESOLUCION SOBRE EL DESTINO DE UTILIDADES REINVERSION |
| SN | 2009 | 27-11-09 | REFORMAR EL ESTATUTO |
| SN | 2009 | 27-11-09 | AUTORIZAR PRESIDENTE Y GERENTE SUSCRIPCION DEL AUMENTO DE CAPITAL |

En conclusión, todas las disposiciones que se han emitido de la Junta General de Socios han sido cumplidas así como las exigencias de los administradores de la compañía, en lo relacionado con la conformación de los libros sociales, participación de los trabajadores en las utilidades, conformación de la reserva legal y designación de auditores externos.

El cuadro de integración de capital posterior al aumento realizado en el año esta conformado de la siguiente manera:

CAPITAL ACTUAL

| SOCIO | CAPITAL | # PARTICIP | % |
|-----------------------------------|-------------------|----------------|------------|
| GARZON VILLAFUERTE JUDITH TERESA | 278.239,00 | 278239 | 79,9 |
| GARZON GARZON GLORIA TERESA | 23.300,00 | 23300 | 6,7 |
| GARZON GARZON CONSUELO DE LOURDES | 23.300,00 | 23300 | 6,7 |
| GARZON GARZON EDISSON JAVIER | 23.300,00 | 23300 | 6,7 |
| TOTALES | 348.139,00 | 348.139 | 100 |

2009

Sección IV

Información de Hechos Extraordinarios

Endeudamiento Créditos Bancarios



Endeudamiento, créditos bancarios

Hemos solicitado créditos a corto plazo para completar nuestro capital de trabajo y poder cubrir las compras de materias primas a proveedores nacionales.

El endeudamiento en las instituciones financieras se respalda con el aval de los bienes personales de la socia mayoritaria señora Teresa Garzón.

Se concluyeron las gestiones de importación de la Maquinaria de origen Chino del proveedor MUYANG.

El financiamiento se ha generado con fondos propios y únicamente un valor por USD 250.000,00 ha sido financiado por IFIS.

Se ha realizado anticipos al proveedor del exterior KILLBRA para abastecimiento de un galpón automático a perfeccionarse en 2010.

2009

Sección V

Situación Financiera al cierre del ejercicio

Balances

Principales Indicadores Financieros

Estructura

Auditoria Externa



ESTADO DE RESULTADOS - ANALISIS HORIZONTAL

Al 31 de diciembre del 2008 y 2009

Cifras en miles de dólares

| | 2008 | 2009 | V. ABSOLUTO | V. RELATIVO |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|---------------|
| INGRESOS DE OPERACIÓN (VENTAS) | 18.858.088 | 25.450.241 | 6.592.153 | 34,96% |
| Ventas gravadas (12% IVA) | 6.276 | 19.176 | 12.900 | 205,54% |
| Ventas no gravadas (0% IVA) | 18.851.812 | 25.431.065 | 6.579.253 | 34,90% |
| (-) COSTOS DE OPERACIÓN | 16.728.071 | 21.639.131 | 4.911.060 | 29,36% |
| Costos de ventas | 15.578.630 | 19.973.120 | 4.394.490 | 28,21% |
| Gastos de fabricacion | 1.149.441 | 1.666.011 | 516.570 | 44,94% |
| UTILIDAD OPERACIONAL | 2.130.017 | 3.811.110 | 1.681.093 | 78,92% |
| Otros Ingresos y Gastos | -1.291.908 | -2.470.810 | -1.178.902 | 91,25% |
| Otros Ingresos | 19.356 | 47.676 | 28.320 | 146,31% |
| Gastos fijos | -314.086 | -412.485 | -98.399 | 31,33% |
| Gastos variables | 345.802 | -465.136 | -810.938 | |
| Gastos administrativos | -429.599 | -473.989 | -44.390 | 10,33% |
| Gastos de ventas | -716.940 | -1.053.136 | -336.196 | 46,89% |
| Gastos financieros | -77.461 | -113.740 | -36.279 | 46,84% |
| Arrendamiento mercantil | -118.980 | 0 | 118.980 | -100,00% |
| UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION | | | | |
| A TRABAJADORES E IMPUESTO A LA RENTA | 838.109 | 1.340.300 | 502.191 | 59,92% |
| (-) Participacion a trabajadores | 26.224 | 196.638 | 170.414 | 649,84% |
| (-) Impuesto a la renta | 58.968 | 168.418 | 109.450 | 185,61% |
| UTILIDAD NETA | 752.917 | 975.244 | 222.327 | 29,53% |

Como se observa las ventas netas en el año se incrementaron en un 34%, arrojando una utilidad bruta en ventas a un margen del 15%. Los gastos operacionales constituyen el 9.7% dentro de los que se consideran los incurridos en las actividades administrativas y de ventas ascienden.

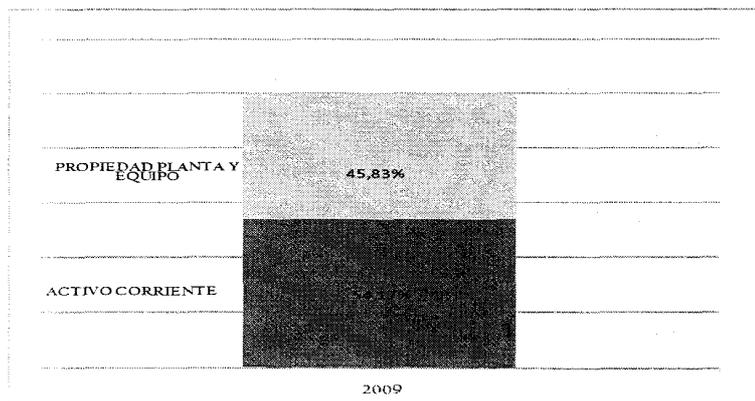
Existe una utilidad antes de participación a trabajadores e impuestos de USD 1'340.300 la determinación del valor de la participación de los trabajadores es de USD 196638 y el valor de impuesto a la renta causado mediante la conciliación tributaria con reinversión de utilidades, determina un impuesto a la renta causado de USD 168.418.

ESTADOS FINANCIEROS - ANALISIS HORIZONTAL
Al 31 de diciembre del 2008 y 2009
 Cifras en miles de dólares

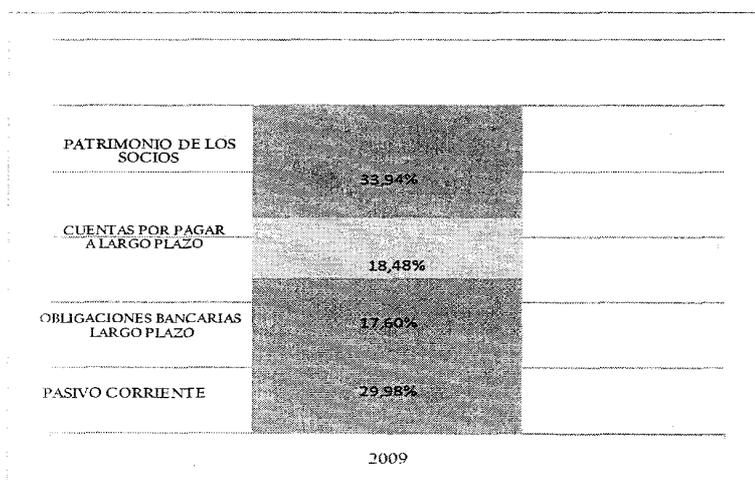
| ACTIVOS | 2008 | 2009 | V. ABSOLUTO | V. RELATIVO |
|---|------------------|------------------|--------------------|--------------------|
| ACTIVOS CORRIENTES | 2.457.783 | 2.864.441 | 406.658 | 16,55% |
| Caja y equivalentes de caja | 185.408 | 180.330 | -5.078 | -2,74% |
| Inversiones temporales | 183 | 153.018 | 152.835 | 83516,39% |
| Cuentas por cobrar comerciales | 678.035 | 806.437 | 128.402 | 18,94% |
| Inventarios | 696.307 | 998.369 | 302.062 | 43,38% |
| Gastos anticipados y otras cuentas por cobrar | 897.850 | 726.287 | -171.563 | -19,11% |
| | | | | |
| PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO | 914.132 | 2.423.706 | 1.509.574 | 165,14% |
| | | | | |
| OTROS ACTIVOS | 739 | - | -739 | -100,00% |
| | | | | |
| TOTAL DEL ACTIVO | 3.372.654 | 5.288.147 | 1.915.493 | 56,79% |
| | | | | |
| PASIVOS | | | | |
| PASIVOS CORRIENTES | 868.970 | 1.585.465 | 716.495 | 82,45% |
| Obligaciones por pagar a bancos | | | | |
| Cuentas por pagar | 664.026 | 1.218.877 | 554.851 | 83,56% |
| Participacion a trabajadores | 26.224 | 196.638 | 170.414 | 649,84% |
| Impuesto a la renta | 58.968 | - | -58.968 | -100,00% |
| Gastos acumulados y otras cuentas por pagar | 119.752 | 169.950 | 50.198 | 41,92% |
| | | | | |
| OBLIGACIONES BANCARIAS LARGO PLAZO | 542.075 | 930.693 | 388.618 | 71,69% |
| | | | | |
| CUENTAS POR PAGAR A LARGO PLAZO | 1.112.510 | 977.022 | -135.488 | -12,18% |
| | | | | |
| TOTAL DEL PASIVO | 2.523.555 | 3.493.180 | 969.625 | 38,42% |
| | | | | |
| PATRIMONIO DE LOS SOCIOS | 849.099 | 1.794.967 | 945.868 | 111,40% |
| Capital social | 262.984 | 348.139 | 85.155 | 32,38% |
| Aportes futuras capitalizaciones | 414.417 | 414.417 | 0 | 0,00% |
| Reserva Legal | 13.769 | 61.062 | 47.293 | 343,47% |
| Utilidades (perdidas) acumuladas | 157.929 | 971.349 | 813.420 | 515,05% |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 3.372.654 | 5.288.147 | 1.915.493 | 56,79% |

Como se observa respecto al Balance general el principal cambio es en el activo no corriente debido a la ampliación de la capacidad de producción con la mejora en maquinaria y planta.

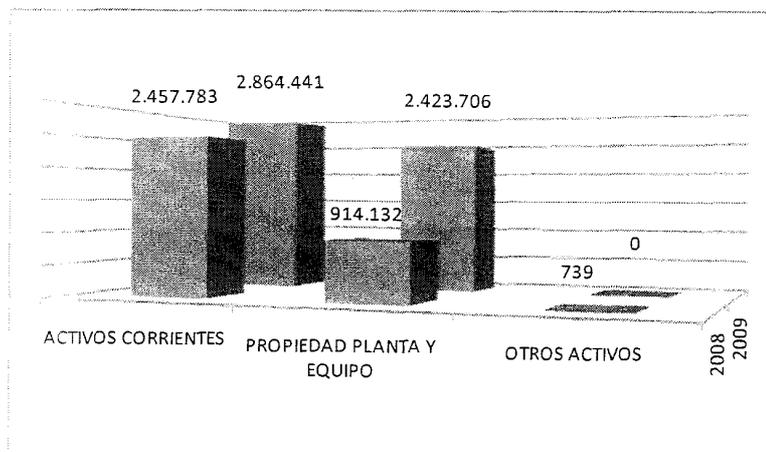
ANALISIS COMPARATIVO VERTICAL DE LA COMPOSICION DEL ACTIVO



ANALISIS COMPARATIVO VERTICAL DE LA COMPOSICION DE PASIVO Y PATRIMONIO



ANALISIS DE EVOLUCION HORIZONTAL DE INVERSION Y FINANCIAMIENTO



Adicionalmente nuestros índices financieros reflejan de forma halagadora el resultado positivo a pesar de haber sido un año muy difícil por la tendencia al alza de los precios internacionales de las principales materias primas entre otros factores que han elevado el costo de producción reduciendo al mínimo los márgenes de rentabilidad.

INDICADORES FINANCIEROS

| INDICADOR | FORMULA DE CALCULO | 2008 | 2009 | |
|-------------------------------|---|-----------|-----------|--------|
| LIQUIDEZ | | | | |
| 1. Capital de Trabajo | Activo corriente - Pasivo corriente | 1.588.813 | 1.278.976 | USD \$ |
| 2. Liquidez corriente | Activo corriente / Pasivo Corriente | 2,83 | 1,81 | USD \$ |
| 3. Prueba Acida | Caja Bancos + Inv.Temporal + Ctas por cobrar / Pasivo corriente | 0,99 | 0,72 | USD \$ |
| ACTIVIDAD | | | | |
| 1. Rotación Ctas por Cobrar | Ventas a Crédito / Promedio Ctas por cobrar | 10,81 | 13,04 | veces |
| 2. Período promedio cobro | 360/Rotación Ctas por cobrar | 33 | 28 | días |
| 3. Rotación Inventarios | Costo de Ventas / Promedio Inventarios | 29,64 | 23,57 | veces |
| 4. Plazo promedio inventario | 360/Rotación de inventarios | 12 | 24 | días |
| 5. Rotación Ctas por pagar | Compras a credito / Promedio Ctas. Por pagar | 23,41 | 20,46 | veces |
| 6. Plazo promedio pago | 360 / rotación ctas. Por pagar | 15 | 18 | días |
| 7. Rotación activo Fijo | Ventas / Total Activo fijo promedio | 23,00 | 15,25 | veces |
| 8. Rotación activo total | Ventas / Activo total promedio | 6,31 | 5,88 | veces |
| ENDEUDAMIENTO | | | | |
| 1. Apalancamiento Financiero | Pasivo Total / Patrimonio | 2,97 | 1,95 | veces |
| 2. Endeudamiento Total | Pasivo total / Activo total | 74,82 | 66,06 | % |
| 3. Endeudamiento corto plazo | Pasivo corriente / Activo total | 25,77 | 29,98 | % |
| 4. Endeudamiento largo plazo | Pasivo largo plazo / Activo total | 49,06 | 36,08 | % |
| 5. Financiamiento propio | Patrimonio total / Activo Total | 25,18 | 33,94 | % |
| RENTABILIDAD | | | | |
| 1. Rendimiento Activo Total | Utilidad neta / Activo Promedio | 3,00 | 21,84 | % |
| 3. Rendimiento del Capital | Utilidad neta / Capital social promedio | 34,08 | 309,55 | % |
| 2. Rendimiento del Patrimonio | Utilidad neta / Patrimonio promedio | 11,14 | 71,55 | % |
| 4. Margen Utilidad Bruta | Ventas - Costo de Ventas / Ventas | 17,39 | 21,52 | % |
| 5. Margen Utilidad neta | Utilidad neta / Ventas | 0,48 | 3,72 | % |

Nuestras cifras revelan positiva situación de liquidez, actividad rentabilidad y endeudamiento, monitoreadas periódicamente mediante la revisión mensual de los archivos gerenciales.

2009

Sección VI

Recomendaciones A La Junta, Políticas Estrategias Y Metas
Para El Año 2010



RECOMENDACIONES A LA JUNTA GENERAL

Luego de analizar el desempeño de la compañía en sus aspectos más importantes se sugiere a la Junta lo siguiente:

- Redefinir la planeación estratégica para los siguientes 10 años, con la estructura y herramientas necesarias para poder alinear los recursos en miras al desarrollo mutuo.
- Mejorar el clima laboral.
- Ingresar vía aporte en especie el terreno del parque industrial de propiedad de la Señora Teresa Garzón para mejorar la estructura de capital.
- Mantener y mejorar el SGIA certificado ISO 22000: 2005.
- Consolidar el mercado de la nutrición de mascotas con el mejor producto producido en base a la mejor tecnología disponible en la industria y los mejores profesionales, desarrollar la línea de gatos entre otras.
- Robustecer la nutrición de la línea acuícola mejorando la cobertura en alimentos para tilapias.
- Incursionar en materia de Responsabilidad Social Empresarial.
- Mantener los mejores espacios de representatividad en los gremios tanto AFABA como otros que tengan influencia en la cadena productiva, para intentar obtener beneficios para nuestro sector productivo.
- Preparar el escenario para la migración a una plataforma informática de última tecnología.
- Identificar los productos que aportan mayor margen de rentabilidad a menor volumen de producción y explotarlos al máximo, vía venta especializada.
- Propiciar mecanismos adecuados para la consolidación y reestructuración patrimonial, con el objetivo de fortalecer las bases de la empresa y asegurar el capital de los socios.
- Mantener acercamiento con el mercado de valores a través del estudio para emisión de títulos valores de corto plazo, para financiar la provisión de materias primas en temporada de cosecha nacional, aprovechando en nivel de precios y la calidad del producto.

El logro de todas las metas expuestas, está sujeto, a cómo evolucionarán las políticas de estado, las reformas tributarias, la normalidad en las cosechas, en las compras del maíz nacional y las importaciones de soya.

2009

Sección VII

Conclusiones



7. Conclusiones

A pesar de la crisis económica por la cual muchas empresas han tenido que cerrar operaciones o migrar a naciones próximas, hemos podido mantener e incrementar el nivel aceptable de productividad, estamos mejorando las proyecciones a futuro.

- Con la perspectiva del entorno, la seguridad de la estructura interna de empresa y la garantía del soporte financiero de capital familiar, se deduce que en lo consecutivo BIOALIMENTAR está preparada para mantener en un nivel óptimo las relaciones con los stakeholders y lograr la permanencia en el mercado nacional.
- De igual forma se puede advertir que la innovación tecnológica y la gestión del conocimiento constituyen un factor diferenciador, con el desarrollo de nuevos productos y el suministro de servicios con valor agregado.
- La visión estratégica apunta a la especialización en alimentos base para la producción de proteína animal, y está clara la idea de no convertirse en competencia directa de sus propios clientes al no mantener como objetivo estratégico producir proteína para consumo humano.
- El acceso a mas mercados tiene dos connotaciones, la primera es positiva por cuanto se mantiene la certificación de calidad ISO 22000 BPM y HACCP que funciona como parámetro principal para acceder a mercados especializados inclusive pensar en externalización por tratarse de normas de aplicación universal, la segunda es negativa porque se evidencia que el tamaño de la capacidad instalada de la planta de producción es limitada y el trabajo del equipo comercial tendrá que restringirse a colocar la máxima producción nominal, limitando el crecimiento, por lo cual se hace evidente pensar en la expansión de una planta industrial adicional.
- La deficitaria producción nacional de las materias primas principales como maíz (apenas 45%) y soya (apenas 9%), nos hace dependientes de las importaciones, y el tema se agrava al momento de advertir las políticas del régimen respecto al fomento de la producción nacional interponiendo barreras al comercio exterior o simplemente negando permisos de importación, se pretende mantener la coyuntura con las autoridades de turno.

Quiero terminar mi informe expresando mi más profundo y sincero agradecimiento a los colaboradores por el apoyo y respaldo brindado en las áreas Administrativa, Comercial, de Apoyo, Técnico, de Producción , Control de Calidad y de Mantenimiento, considero que todos estamos cada días más conscientes de nuestras responsabilidades, demostrando alto compromiso con el SGIA y dando la importancia a cada actividad como eje sobre el cual se desarrollan las actividades de la compañía, estamos listos para afrontar nuevos y más altos retos.

*Edisson Javier Garzón Garzón

GERENTE GENERAL

