

BIOMARKETING CIA. LTDA.**INFORME DE GERENCIA****CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2009**

Estimados:

**JUNTA GENERAL DE SOCIOS
BIOMARKETING CIA. LTDA.**

Cumpliendo con lo estipulado en el artículo 124 de la ley de Compañías y en el estatuto vigente de Biomarketing Cía. Ltda., en mi calidad de Gerente, 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.



I.- ANTECEDENTES Y ENTORNO ECONOMICO

Economía Y Política

El año 2009 queda registrado como el de menor crecimiento para América Latina desde el año 2003. El ajuste económico urge que sea realizado en las diversas planificaciones de gasto, sin duda, es una actitud responsable y ética ante una recesión mundial

En la economía nacional, uno de los factores que está incidiendo es el de las remesas de dinero de los migrantes, las cuales inyectaban recursos al sistema financiero con dinero fresco y aprovechando la ventaja del diferencial cambiario del dólar frente al euro.

Sin embargo, tales remesas no solo que han disminuido sustancialmente, sino que se ha generado el efecto contrario, esto es, que para poder subsistir en el extranjero, solicitan que la ayuda económica salga de sus familiares en el Ecuador, recurriendo



inclusive a vender sus propiedades produciendo la salida de los dólares, agravando la situación de liquidez del sistema financiero nacional.

Otro de los factores a considerar, es que los productos de exportación del sector agrícola y de acuacultura, son considerados de lujo, tal es el caso del banano, camarón, flores, cacao, etc. Es por ello que se debe aprovechar en propiciar la producción agrícola de primera necesidad, para que no solo cubra la demanda del mercado interno, sino que permita exportar dichos productos, con lo cual se mejorarían los recursos y se inyectaría dinero fresco al sistema financiero nacional.

Esto solo se lograría si se ofrece seguridad jurídica, dejando de lado los ataques al sector productivo.

Nuestro Sector

En la actualidad los publicistas ecuatorianos están buscando lograr el impacto deseado en los consumidores, para así poder solventar sus necesidades y potenciarlas para así incrementar la demanda y costear las estrategias de marketing en este agresivo mundo donde confluyen muchos factores tan importantes como la competencia: la tecnología, la globalización, los gustos y preferencias del consumidor.

Para lograr esto están trabajando en un marketing más depurado encaminado a optimizar todas sus componentes, el objetivo final hacer frente a los embates propios de una contracción de mercado, asegurar la bien ganada parte de mercado, además de estar siempre listo con el factor de respuesta coherente y veloz para lo que depare las acciones de su más próximo competidor.

En pocas palabras, esto se logrará con la llamada "publicidad alternativa" que no es otra cosa que una visión integral que genera un vínculo distinto con el consumidor a partir del impacto.

Es este detalle el que hace la diferencia entre un medio común y uno alternativo realmente innovador. Y, por supuesto, la opinión del consumidor. Finalmente, es él quien decide si acercarse o no, si compara o no hacerlo.



En cuanto a la publicidad se debe tomar en consideración que toda empresa dispuesta a mantenerse e incluso crecer en cualquier circunstancia económica está en la obligación de invertir en publicidad inteligente.

II.- ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Cumplimiento De Objetivos

En la actualidad, se podría decir que el mundo vive una realidad: mercados cambiantes y competitivos, donde sobresalir conlleva una serie de esfuerzos. En este contexto, la línea entre existir y ser reconocido está claramente marcada.

Biomarketing en su año y nueve meses de creación ha utilizado diferentes herramientas que incluyen la elaboración de boletines, folletos, catálogos, asesorías en imagen corporativa, comunicación y difusión, entre otras, adicional apoya sus estrategias de comunicación con relaciones públicas las cuales contribuyen en gran medida a la formación de opiniones, porque dotan a los medios de comunicación de información necesaria de la empresa.

Además la empresa siempre ha utilizado un Marketing responsable que a nuestra manera de ver significa no solo cumplir, sino también no ofrecer algo a quien no lo necesita. Es buscar clientes para toda la vida, personas gratas y bien servidas, es decir consumidores satisfechos.

Aspectos comerciales importantes

La exitosa gestión realizada durante al año 2009 ha logrado que la empresa participe activamente en la logística de cursos, charlas, ferias, además de estructurar trípticos, banners, roll-up, etc para el desarrollo de las misma, entre las cuales podemos mencionar las siguientes:

- Feria Ganadera– Macas
- Porciandina



- Inseminación Artificial en Cerdas Comerciales
- V Feria Pecuaria - Celica
- LXIV Feria Ganadera 2009 – Duran
- Charla “Potenciar el trabajo en equipo”
- Conferencias Técnicas
- Agasajo distribuidores de Bioalimentar y otros eventos
- Diversas charlas de pollos, cerdos, vacas, cuyes

Relaciones Institucionales y Cumplimiento de obligaciones

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO Se ha cumplido con las disposiciones legales de entidades como el Ministerio de Salud Pública, Ministerio de Obras Públicas, Cuerpo de Bomberos, Municipio.

ADMINISTRACION TRIBUTARIA Hemos Cumplido a tiempo lo relacionado a las declaraciones mensuales, en el caso del IVA y de la RENTA, de igual manera se ha cumplido con la presentación de los anexos.

OTRAS AFILIACIONES que se mantienen son con la Cámara de Comercio de Ambato

III.- CUMPLIMIENTO DISPOSICIONES JUNTA GENERAL

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.

En Octubre el Ing. Fernando Silva quien venía desempeñando las funciones de Gerente presentó su renuncia debido a motivos personales, la Junta Universal de Socios aceptó por unanimidad la renuncia y se eligió nuevo Gerente y Presidente, los nombramientos respectivos fueron inscritos en el Registro Mercantil.

El capital de la compañía, al finalizar el ejercicio fiscal 2009, se detalla en el siguiente cuadro:



CAPITAL ACTUAL

SOCIO	CAPITAL	# PARTICIP	%
GARZON GARZON CONSUELO DE LOURDES	75,00	75	15
GARZON GARZON EDISSON JAVIER	425,00	425	85
TOTALES	500,00	500	100

Se destinó un porcentaje de la cuenta por pagar a socios para Aporte Futuras Capitalizaciones.

IV.- INFORMACION DE HECHOS EXTRAORDINARIOS

Endeudamiento, créditos bancarios

Se mantiene con el Banco de Pichincha los créditos obtenidos para completar nuestro capital de trabajo y poder cubrir las compras de materiales necesarios para la actividad de la empresa.

V.- SITUACION FINANCIERA AL CIERRE DEL EJERCICIO

El resultado al final del ejercicio es el reflejo de las gestiones comerciales, publicitarias y administrativas, realizadas durante el año.

Las ventas netas en el año ascendieron a USD 233.729,37, a un costo de USD 177.709,99



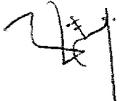
Los gastos operacionales los que se consideran los incurridos en las actividades administrativas y de ventas ascienden a USD 97.940,05.

Existe una pérdida de USD 29.756,73; no existe valor de participación a trabajadores, existe un saldo a favor de la empresa por USD 2.666,93, en el que consta el valor de las retenciones por USD 2.331,71 y el anticipo del impuesto a la renta pagado el año anterior por USD 335.22.

VI.-RECOMENDACIONES A LA JUNTA, POLITICAS ESTRATEGIAS Y METAS PARA EL AÑO 2010

Sigue pendiente el objetivo de adquirir una maquina de impresión plotter para diversificar y facilitar el trabajo de los diseñadores.

Uno de los objetivos fundamentales es capacitar profesionalizar y especializar a los miembros de su equipo a través de programas de entrenamiento formal como maestrías y diplomados.

 Procurar que la empresa tenga mejores espacios de difusión en la provincia, para intentar obtener potenciales clientes.

Se pretende realizar un incremento en el capital social de la compañía para sustentar las operaciones de los próximos ejercicios.

Todo lo expuesto está sujeto para su cumplimiento en base a cómo evolucionará la política gubernamental, y otras reformas que afecten al sector.

VII.- CONCLUSIONES

El año 2009 a pesar de la crisis mundial, el entorno económico complicado, y la expedición de nuevas reformas tributarias ha sido un año de gran trabajo, llevado a cabo con la convicción de tener mayor difusión en el mercado, sustentada por el desarrollo de aliados comerciales fieles como nuestros clientes.



Quiero terminar mi informe expresando mi más profundo y sincero agradecimiento por el apoyo y respaldo brindado por el personal de Diseño y personal Administrativo, ya que cada una de estas personas están cada días más conscientes de sus responsabilidades, y han demostrado su compromiso con la empresa, sin duda alguna constituyen el eje sobre el cual se desarrollan las actividades de la compañía y es gracias a su apoyo que estamos listos para afrontar nuevos retos en esta siempre dura vida empresarial.

Ambato, marzo de 2010



Edisson Javier Garzón Garzón
GERENTE
BIOMARKETING CIA. LTDA.

