

BIOMARKETING CIA. LTDA.**INFORME DE GERENCIA****CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2010**

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 2010 y cuáles serán las perspectivas económicas para el año fiscal 2011.

I.- ANTECEDENTES Y ENTORNO ECONOMICO**Economía Y Política**

Un año de recuperación económica, pero con un cierre de incertidumbre es el panorama con el que se despidió el 2010, dejando a la construcción y el comercio como los sectores que más crecieron en relación al 2009, con el 4,48% y el 4,19%, respectivamente, según las previsiones del Banco Central.

Esto mientras que el sector manufacturero se incrementó 3,61% y el agrícola 2,66%, en un periodo que concluyó con una proyección de crecimiento total del PIB de 3,6%, menos que lo supuesto al inicio cuando el pronóstico era de 6,01%, la perspectiva que presenta el Banco Central para este 2011, es el crecimiento de 5.06% del PIB, el mismo será ajustado por un valor menor, entre el 2,5% y el 3%. La razón, son las expectativas de restricciones en las importaciones y la baja probabilidad de nueva inversión extranjera.



En cuanto a la inflación, Ecuador cierra el 2010 con una inflación del 3,3%, con lo que se cumple la previsión establecida a inicios de año (3,35%). Índice que coloca a nuestro país entre los cinco países con índices inflacionarios más bajos de la región, donde el promedio es 6.32%. Venezuela cierra el año con el 27.02%, Argentina con el 11.13%, y Uruguay con 6.87%.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), al menos 131 mil empleos se incrementaron en el País en el tercer trimestre del 2010, lo que permitió una reducción de 1,7 puntos en el Índice de Desempleo, registrado entre julio y septiembre, que llegó al 7,4% frente al 9,1% alcanzado en igual período del 2009.

Con respecto a la tributación los cambios a nivel de los impuestos van a continuar, y siempre con el objetivo de ir aumentando los niveles de recaudación, lo que significa que todos los ciudadanos tanto empresarios, personas bajo relación de dependencia, profesionales o comerciantes, van a tener que pagar más impuestos. La razón fundamental es inyectarle más dinero a las arcas fiscales.

Nuestro Sector

Con respecto a la inversión publicitaria en el país fue más distribuida en el 2010 y su crecimiento fue mayor en los primeros nueve meses. El sector logró un crecimiento del 9% entre enero y agosto de este año, comparado con similar período del 2009, hasta los USD 203,3 millones.

Eso es algo que alienta a las empresas, considerando que la inversión publicitaria fue cautelosa durante el 2008 y 2009, cuando había estragos de la crisis financiera internacional. En esos años, el último trimestre captó una inversión de 86 millones y USD 82,4 millones, respectivamente.

La inversión en publicidad en radio, prensa, televisión y revistas se incrementó el año pasado 9,7%, llegando a USD 319 millones. En el 2009, un año marcado por la crisis internacional, la inversión fue de 291 millones. En donde el Gobierno ocupó un lugar estelar en los medios de comunicación. Las campañas en contra del machismo y la promoción de los proyectos Ley de Aguas, de Comunicación, de Hidrocarburos, entre



otras, aparecieron en las principales páginas de los diarios, revistas , en radio y televisión.

En el 2010, el Mundial de Fútbol le significó a la industria publicitaria un crecimiento de aproximadamente el 27% frente al promedio de inversión mensual.

Aunque el crecimiento del sector se registra cada año, la televisión fue el único medio que aumentó su inversión en el 2010, mientras que la inversión en radio decreció 17% y en los otros medios como periódicos, revistas y suplementos no se ha podido regresar a los niveles del 2008.

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

Una de las características más útiles e importantes del marketing consiste en poder planificar, con bastante garantía de éxito, el futuro de nuestra empresa, basándonos para ello en las respuestas que ofrezcamos a las demandas del mercado, ya hemos dicho que el entorno en el que nos posicionamos cambia y evoluciona constantemente, el éxito de nuestra empresa dependerá, en gran parte, de nuestra capacidad de adaptación y anticipación a estos cambios. Debemos ser capaces de comprender en qué medida y de qué forma los cambios futuros que experimentará el mercado afectarán a nuestra empresa y de establecer las estrategias más adecuadas para aprovecharlos al máximo en nuestro beneficio.

Biomarketing en sus casi tres años de existencia ha utilizado diferentes herramientas que incluyen el diseño de campañas, la elaboración de informativos, fliers, 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.

Aspectos comerciales importantes

La exitosa gestión realizada durante al año 2010 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:

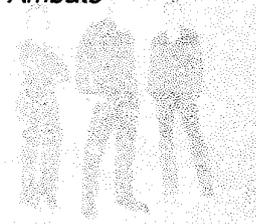
- o Seminario Internacional de Nutrición y Patología Porcina
- o Segundo Congreso Huevo Ecuador 2010
- o Seminario Actualización y Manejo adecuado de Tilapero
- o Feria Ganadera 2010 – Ambato
- o Manejo y Nutrición de Cerdos - Loja
- o Conferencias Técnicas
- o Diseño del Evento de Agasajo distribuidores de Bioalimantar y otros eventos
- o 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.

El capital de la compañía, al finalizar el ejercicio fiscal 2010, 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

IV.- INFORMACION DE HECHOS EXTRAORDINARIOS

Endeudamiento, créditos bancarios

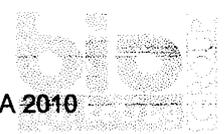
Se mantiene con el Banco de Pichincha un crédito, el mismo que fue destinado para la adquisición de la maquinaria Codificadora Video Jet.

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.

El total de ingresos del año fue de USD. 123445.25.





Los costos y gastos en los que se consideran los incurridos en las actividades administrativas y de ventas ascienden a USD 118321.12.

Existe una utilidad de USD 5124.13; destinando un valor de USD 768.62 correspondiente al 15% participación a trabajadores.

Nuestra base imponible de USD 3.361.48 genera un impuesto a la renta causado por USD 840.37, del cual restado el anticipo por USD 67.49, las retenciones en la fuente por 1590.49 y el saldo del crédito tributario de años anteriores por 2.667.03, genera un saldo a favor de la empresa por USD 3.484.64.

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

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.

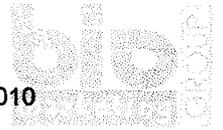
Se pretende realizar un incremento en el capital social de la compañía para sustentar las operaciones de los próximos ejercicios.

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 2010 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, 30 marzo de 2010

Edisson Javier Garzón Garzón
GERENTE
BIOMARKETING



J. M. Narvaez Andrade

