

**BIOMARKETING CIA. LTDA.**

**INFORME DE GERENCIA**

**CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2013**

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 Cia. 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 2013 y cuáles serán las perspectivas económicas para el año fiscal 2014.

**I.- ANTECEDENTES Y ENTORNO ECONOMICO**

**Economía Y Política**

En 2013 la actividad económica del Ecuador mantuvo la tendencia a la desaceleración que se observó en 2012 y creció un 3,8%, en comparación con una expansión del 5,0% en 2012 y del 7,4% en 2011.

El menor dinamismo de la economía obedece a la desaceleración del crecimiento del consumo, tanto público como privado, así como al menor aumento del gasto público respecto del registrado en 2012.

No obstante, el consumo y la inversión pública fueron los componentes que más contribuyeron al desempeño de la economía en 2013, ya que la demanda externa mantuvo un bajo crecimiento. En este contexto, aumentaron el déficit fiscal y el déficit en la cuenta corriente de la balanza de pagos, y disminuyó la inflación.

Las perspectivas para 2014 apuntan a un crecimiento moderado de la economía, impulsado por el dinamismo de la demanda interna. Las autoridades estiman para ese año un crecimiento que se ubicará entre el 4,5% y el 5%, una tasa de inflación del 3,2%, un déficit del gobierno general del 5% del PIB y un aumento de la deuda pública, que llegaría al 31,2% del PIB.



La reducción del gasto publicitario también se explica por una caída de remesas y una desaceleración de la inyección de recursos estatales en la economía frente al 2008 y al 2009 cuando el presupuesto estatal contaba con más recursos

### Nuestro Sector

En los tres primeros meses del año el mercado publicitario movió USD 88 millones, según el monitoreo que realiza Infomedia en las ciudades de Quito y Guayaquil. El monto, que incluye inversiones en TV, prensa, radio, revistas, vallas publicitarias y suplementos, es un 11,7 por ciento más que lo invertido en iguales meses del año pasado (USD 78,8 millones). Pero esta alza se vio impulsada por los gastos de la campaña electoral más que por un crecimiento de la actividad publicitaria.

Sin contar con la inversión electoral, el gasto publicitario en el primer trimestre de este año fue de USD 74 millones, 6% menos frente al igual trimestre del 2012.

Además, considero que la campaña electoral hizo que la inversión publicitaria se contrajera los primeros meses, la caída de la inversión publicitaria en esos sectores, junto con medicina, vehículos y servicios públicos y sociales, fue de entre el 5 y 22% los tres primeros meses de este año comparado con iguales meses del año previo, estos segmentos de la economía han sido objeto de regulación gubernamental, lo cual afectó sus gastos. "Las empresas lo primero que cortan cuando no están teniendo las ventas que esperan es la inversión publicitaria", la reducción de publicidad en este segmento a las restricciones de importaciones que enfrenta el sector. La banca también fue sujeta de regulaciones, que frenaron sus inversiones publicitarias, "El efecto ya lo sentimos en el último trimestre del 2012 y el primero de este año". Pero considero que desde el mes pasado observa una recuperación, En contraste, sectores como higiene y belleza crecieron.

La inversión se re-direcciona La TV es el actor dominante en el mercado publicitario, según las proyecciones de Infomedia. Su participación, a diferencia de otros medios como prensa, radio, etc. ha crecido. De enero a marzo del 2013, esta fue del 61%, más que el 58% alcanzado los mismos meses del año pasado. Pero este crecimiento podría desacelerarse este año si se dan paso a las restricciones de espacio publicitario que plantea el proyecto de Ley de Comunicación.



## **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.

Biomarketing en su seis años 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 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 2013 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 Feria del Caballo Español Quito
- o Convención de Distribuidores Bioalimentar 2013
- o Feria Holstein 2013



- o Activación de huevos Bio 2013 -Liris
- o concurso Nacional de Caballo de paso Peruano
- o Feria Agropecuaria Cuenca
- o Feria Piñas 2013
- o feria del caballo de paso peruano – Loja
- o Porciandina

#### **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.

**SUPERINDENDENCIA DE COMPAÑIAS.**-Para dar cumplimiento con las disposiciones de la Intendencia de Compañías, se realizó implementación y adopción por primera vez de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), que como ya es de conocimiento de los socios se realizó los ajustes necesarios, los mismos que fueron aprobados oportunamente por la junta de socios

#### **ASPECTOS LABORALES**

La compañía ha cumplido con todas las disposiciones relativas a la contratación de personal, cumpliendo con las políticas de la empresa.

Durante el año 2013 no se han presentado juicios laborales, porque una de las políticas de Biomarketing Cia. Ltda., es brindar las mejores condiciones para poder desarrollar las actividades inherentes a cada área y así de esta manera mantener al personal satisfecho y leal a la empresa.

En el mes de diciembre del 2013, la administración de Biomarketing, decidió que la empresa dejara de operar por lo cual se liquidó al personal.



**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 2013, se detalla en el siguiente cuadro:

<b>CAPITAL ACTUAL</b>			
<b>SOCIO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>PARTICIP</b>	<b>%</b>
GARZON GARZON CONSUELO DE LOURDES	75,00	75	15
GARZON GARZON EDISSON JAVIER	425,00	425	85
<b>TOTALES</b>	<b>500,00</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

### **IV.- 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 operacionales netas en el año fueron de USD 49755.58

Utilidad en venta de activos fijos \$1011.22

Los gastos operacionales los que se consideran los incurridos en las actividades administrativas y de ventas ascienden a USD 51073.24



Existe pérdida del ejercicio 2013 de 306.48; por lo que no se reparte 15% participación a trabajadores.

**VI.- CONCLUSIONES**

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.

Ambato, marzo de 2014

  
Edison Javier Garzón Garzón  
GERENTE  
BIOMARKETING CIA. LTDA.

