

INFORME DE GERENCIA GENERAL DE FUENTES SAN FELIPE S.A.
1 de enero al 31 de diciembre del 2009

Señores Accionistas:

El período Enero- Diciembre 2009, ha sido muy reconfortante, por que ha permitido incrementar la rentabilidad, con el objeto de explicar este incremento se hará el informe en forma desglosada de mes por mes.

En el mes de Enero 2009, las ventas tienen un cumplimiento de 94% en relación al presupuesto, a pesar de esto la utilidad de este mes es de 8.389,73 cuando su presupuesto fue de 4.644,16, son utilidades antes de provisión de empleados e impuestos a la renta. Este superávit se presenta por qué, se utilizó solamente un 35% de los gastos presupuestados en publicidad ya que no se realizó las vallas publicitarias y otros trabajos, analizando las ventas de vidrio se llegó al 97%, en PET se cumplió 93% y botellón se vendió 99% con relación al presupuesto. En felipin se cumplió 85,50%.

En el mes de Febrero 2009, las ventas tienen un cumplimiento de 81,30% con relación al presupuesto, está baja, está en concordancia con la subida de precios que tuvieron los productos PET y vidrio, por lo que bajó la rotación, adicionalmente el clima tubo días lluviosos y nublados, solamente se tienen 28 días en el mes, la utilidad de este mes es de 2.595,32 teniendo una diferencia de 1.006,08 con relación al presupuesto que era de 3.601,39, Felipin cumple el 80%.

En el mes de Marzo 2009, la utilidad es de 8.542,05 su presupuesto fue de 4.320,99 habiendo una diferencia positiva de 4.221,36. El cumplimiento de ventas fue de: vidrio 96%, PET 98% y botellón 113%. Se nota un comportamiento excelente del mercado, luego de la subida, la que se realizó una vez que la competencia ya lo había hecho con anterioridad.

Como novedad se tiene que la Brigada Patria ha comenzado la comercialización de agua de su propiedad, comenzando por las instituciones, a un precio de 1.25 el botellón, cuando San Felipe cobra 2 dólares. Lo que nos ayuda es que no tiene un sabor agradable, que guste a los clientes. Felipin cumple el 102%.

En el mes de Abril 2009, la venta de vidrio ha tenido un baja a 89%, PET está en 104% y botellón 97%, Felipin cumple 109% , este producto no se le adiciona a vidrio, PET y botellón porque distorsionaría los porcentajes además tiene una aportación mucho menor en rentabilidad. La utilidad de abril 2009 es de 4.840, siendo su presupuesto de 4.531,03.

En el mes de Mayo 2009, la utilidad fue de 6.122,75, lo presupuestado fue de 5221.96 habiendo una diferencia positiva de 900.79. Con respecto a las ventas son como sigue: vidrio 85%, PET 96%, botellón 110%, Felipin 102.5%. Los 19 días cubiertos son lo que más ha influido, 2 días ½ lluviosos y soleados 9 días ½. Se ha indicado por parte del departamento de ventas, que la competencia está realizando descuento de hasta 20% en facturas, para que los detallistas compren más y mejoren su presencia, esta empresa es Tesalia.

En el mes de Junio 2009, la utilidad fue de 6.184,90, sobrepasando el presupuesto en 99%, ya que se presupuesto en 3.105,00, hay gastos de publicidad que no se realizaron. El promedio de ventas fue de: vidrio 89%, PET 102%, botellón 104%, Felipin 92%.

Haciendo un recuento de las utilidades acumuladas al semestre tenemos 36.675,42 el presupuesto fue de 25.424,76, habiendo un superávit con respecto al presupuesto de 11.250,67. Debido al cumplimiento lo más cercanos al presupuesto en PET y el incremento en botellones es lo que ayuda a estos resultados. En PET ha ayudado la entrega de exhibidores a las tiendas y en botellón el trabajo continuo de mejora de nuestro mercado, por la presencia de la competencia que nos quiere quitar a los clientes por medio de la baja de precios, lográndose mantener la

clientela con el buen servicio, para lo cual se ha mantenido la forma de refuerzo de ventas, que es el que hace que el distribuidor regrese donde los clientes que no estuvieron presente en la visita normal, lográndose con esto que el cliente, siempre tenga nuestro producto y por buen servicio no se dé la oportunidad de que ofrezca la competencia a precios más bajos .

En el mes de julio 2009, a través del tiempo se ha caracterizado por ser un mes de bajo rendimiento, porque afecta las vacaciones de los estudiantes los resultados en ventas son 94% en vidrio, 102% en PET y 102% en botellones y 82.50% Felipin. Los presupuestos se hacen en relación a datos históricos por lo que son más bajos, de todas maneras se cumplió el presupuesto en PET y botellón sobrepasando en 2 puntos cada uno. La utilidad de este mes es de 221.63 habiendo una diferencia de 1.587,30 en negativo, ya que se presupuestó 1.808,93.

Cabe anotar que en este mes se realiza la carrera de la empresa, en honor de su fundador, por lo que los gastos se incrementan, debido a la entrega de premios, trofeos y productos. Pero estos gastos consideramos como inversión en imagen, para los habitantes de Latacunga y Cotopaxi.

En el mes de agosto 2009, la utilidad es de 3.309,25 su presupuesto es de 656.54 habiendo una diferencia positiva de 2.652,71 en este resultado influye la venta de botellones deteriorados e intereses ganados por 1.729 dólares. Los meses de junio, julio y agosto, debido a las vacaciones estudiantiles, el clima cubierto y frío en nuestra ciudad, son los más bajos en todos los años. Las ventas son: vidrio 98%, PET 98%, botellón 105, Felipin 80%, se logran estas metas contra presupuesto, porque este último, es más bajo que los otros meses, por las consideraciones mencionadas.

En el mes de septiembre 2009, como es costumbre a través de los años, inicia la carrera ascendente del año, hasta desembocar en Diciembre, comienza las mejores ventas en el año.

La utilidad en este mes es de 12.178,78, siendo su presupuesto de 5.223,53, teniendo un superávit de 6.955,25 o 233%.

Las ventas se cumplieron en 96% en vidrio, 93% en PET y 102% en botellón. El sol ha aparecido 18 días y 12 días cubiertos con presencia del sol en intervalos.

En el mes de octubre 2009, también tenemos buenos resultados. La utilidad llega a 13299.07, el presupuesto fue de 5.659,03 con un superávit de 7.640,04 un porcentaje de 235%. Los cumplimientos de presupuesto en ventas son: 99% en vidrio, 89% en PET y 104 % en botellón y 76% en Felipin. La realización de promociones a los detallistas que compran 6 paquetes en PET, así como en vidrio, que se empezó a realizar en el mes de septiembre, ayudan a las ventas. Se continúa con la introducción de botellones en los mercados existentes y en nuevos mercados. Está pendiente la publicidad en vallas, que no se lo realiza debido, a las ampliaciones de la Panamericana que se está ampliando a 6 carriles. En Septiembre y Octubre en botellón ha incrementado su venta. El sol ha sido un componente importante con 19 días, 9 días nublados y 2 con lluvia.

En el mes de noviembre 2009, también fue un buen mes. Tiene una utilidad de 13492.19 el presupuesto fue de 5.869,05, con una diferencia positiva de 7.623,14, y un porcentaje de 230%. El vidrio llegó a 104%, PET 109%, botellón 108%, Felipin 95%. Los meses de Octubre y Noviembre, son generalmente de mayor venta, por las fiestas de la ciudad y los feriados, además, se encuentra cerca de fin de año, por lo que la gente tiene espíritu festivo, adicional el trabajo de promociones introducciones y supervisión al mercado realizado en meses anteriores se está reflejando en el final del año.

En diciembre del 2009, último mes del año, ha tenido la rentabilidad a pesar de no haber cumplido los presupuestos, que por ser mayores no se llegaron a completar. La utilidad fue de 12938.09 su presupuesto fue de 10.073,44, habiendo una diferencia positiva de 2.864,65 y un

128% de porcentaje de cumplimiento. El cumplimiento contra presupuesto fue de: 94% en vidrio, 84% en PET, 107% en botellón y 71% de Felipin.

Los acumulados en ventas del año 2009 son los siguientes:

PRESENTACION	PRESUPUESTO	VENTA	DIFERENCIA	% CUMPLIMIENTO
Vidrio	69.374	63.325	- 6.049	91%
PET	118.618	114.140	- 4.478	96%
Botellón	301.415	311.878	+ 10.463	103%
Felipin	30.020	25.774	- 4.246	85.50%

Las ventas del 2008 con respecto al 2009 son como sigue:

PRESENTACION	2008	2009	DIFERENCIA	%
Vidrio	64.604	63.325	- 1.279	98%
PET	96.804	114.140	+ 17.336	118%
Botellón	287.062	311.878	+ 24.816	109%
Felipin	24.016	25.774	+ 1.758	107%

El vidrio se lo contabiliza en jabas. La PET en paquetes. El botellón en unidades. Felipin en paquetes adicional se vende las colas Orange.

CONCLUSION

El clima jugó un factor preponderante, ya que ha sido caluroso, en especial desde el mes de Septiembre hasta Diciembre periodo en el que hubo sequía.

La introducción de botellones en el mercado ha dado buenos resultados.

El aumento de precios de los productos efectuados en el mes de Febrero, fue lo que más ayudo para la consecución de una mejor rentabilidad, siendo de importancia también, el incremento en ventas de productos de agua mineral con gas, que son más rentables. Así como el mantenimiento de los gastos comparados con el año anterior, a lo que hay que adicionar los puntos arriba anotados.

RECOMENDACIONES

Debido a la agresividad de la competencia se deberá mantener las promociones al detallista y llegar también al consumidor final.

Es necesario buscar nuevos mercados en provincias.

La publicidad es un aporte importante en el que habrá que incurrir a nivel de televisión nacional, lo que ayudara a las ventas en la matriz y el conocimiento del producto en otras provincias, para ponerlos en los vehículos que se pueda hacerlo y en los supermercados donde actualmente comercializamos y los nuevos clientes que logremos adquirir. También habrá que preparar cuñas radiales para los sitios nuevos que se abran.

- Con relación a producción se necesitara personal adicional para cubrir los incrementos de ventas, para poder entregar el producto requerido.
- Para sacar la licencia ambiental que es obligatoria para las empresas y que la mantenemos en curso, hay que realizar infraestructura física, para recolectar: botellones deteriorados, jabas fuera de servicio, vidrio roto, cartones, plástico, etc. Realizar cubiertas para los equipos de filtración y desmineralización, para botellones vacíos en tránsito, etc.
- Debido al incremento de las ventas, también se han incrementado las necesidades de bodegaje, ya que las bodegas de materiales y materia prima, así como las de producto terminado, ya están completos, por lo que será necesario realizar la ampliación respectiva.

- Cuando ya ha pasado más de 20 años, de la construcción de la planta de embotellado, es recomendable cambiar la techumbre de eternit actual, a planchas ardex, según sugerencia del Ingeniero Civil.

PLAN DE GESTION PARA EL AÑO 2010

Tomando en consideración los objetivos del plan de gestión: Se buscará cotizaciones para llenadora de PET tri-block, compuesta por lavadora, llenadora y taponadora. Dependiendo de los estudios que se realicen se puede incrementar los equipos necesarios, para el embotellamiento de jugos, colas etc. Lo que implica un costo de casi el triple de la tri-block.

- Se deberá desarrollar manuales de administración en: Recursos humanos; contabilidad, bodega, ventas, distribución, control y seguridad, selección de personal, reglamento interno, que actualmente existen pero se los debe recopilar en manuales actualizados. Se debe sacar nuevos sabores y presentaciones en producto Felipin.
- Si se adquiere la embotelladora para PET, se deberá analizar el cambio de fajilla en las botellas a ROLL FILE, que es una etiqueta con más nitidez.
- También se tendrá que implementar un laboratorio químico con la contratación de un profesional especializado, con mayor razón si se llegara a la conclusión de hacer bebidas endulzantes.
- Con relación a la obtención de certificación ISO, es de suma importancia, lo que implica estar preparado en todas las áreas de la empresa, lo que se conseguiría en la puesta en práctica de la planificación enunciada en párrafos anteriores; para entrar de lleno a la consecución de la ISO, para lo que se necesita de fondos monetarios, tiempo de 1 a 3 años, y luego el mantenimiento de lo conseguido, ya que hay auditorías semestrales y por lo mismo el comprometimiento de todos los estamentos de la empresa.

Las utilidades conseguidas en este año son:

Resultados antes de 15% participación empleados:	94.975,13
15% participación empleados:	14.246,27
25% impuesto a la renta:	22.061,45
Utilidad a distribuirse:	58.667,41

Con el objeto de tener una base para la consecución de los objetivos planteados, es recomendación de la Gerencia General que se deje el 30% de la utilidad a distribuirse, para las futuras inversiones.

NOTA: Se servirán encontrar gráficos de evolución en ventas desde el año 2004 al 2009 en las respectivas presentaciones, denominación que encontrarán en la parte superior izquierda, junto a mes.

ATENTAMENTE

Nelson E. Sánchez V.

Ing. Nelson Sánchez Villacís
Gerente General

