

Informe de Gerencia General
a la Junta General de Accionistas
de Fuentes San Felipe S.A.

Correspondiente al Ejercicio Económico 2012

De acuerdo a lo dispuesto
en los Estatutos de
Fuentes San Felipe S.A.
La Gerencia General tiene el agrado de presentar
el Informe de Labores
correspondiente al año 2012

INFORME DE GERENCIA GENERAL AÑO 2012

INDICE

1. Entorno Macroeconómico
2. Sociedad
3. Factores externos
4. Inversiones
5. Producción
6. Ventas
7. Publicidad
8. Distribución
9. Índices Financieros
10. Resumen de resultados mensuales
11. Liquidez
12. Pedidos demandas y juicios en contra de la empresa
13. Conclusiones
14. Recomendaciones
15. Proyecciones 2012
16. Utilidad del ejercicio y recomendaciones para su distribución
17. Implementación de NIIFs
18. Bibliografía

SEÑORES ACCIONISTAS

Una vez transcurrido el período económico Enero – Diciembre 2012, de acuerdo a los estatutos de Fuentes San Felipe S.A. Sanlic, así como la Ley de Compañías, se pone en conocimiento de Ustedes, la memoria explicativa de la gestión realizada durante el año 2012.

Se ha cumplido con las resoluciones de la Junta General de Accionistas y los requerimientos del Directorio.

1. Entorno Macroeconómico

El año 2012, según cifras oficiales la economía ecuatoriana tuvo un crecimiento de 5%, debido principalmente al crecimiento en el sector de la construcción y la estabilidad del precio del petróleo.

Según el boletín del Banco Central, la inflación cerró con 4,16% de promedio, fue menor que el año pasado cuando se alcanzó 5.41%.

Al igual que el 2011, la política salarial se ha mantenido con incrementos, de tal manera que la jornada laboral de 40 horas en el Ecuador es la más cara de la región. A pesar de que el incremento fue ligeramente inferior al 10%, es el doble de la inflación acumulada del año.

El promedio de precio del barril del crudo en el 2012, fue de \$ 98 dólares, según datos del Banco Central. Las perspectivas para el próximo año es que el precio se mantenga en los niveles cercanos a USD 100, según el gobierno, y según otros analistas, será de \$ 90, por lo que el crecimiento de la economía ecuatoriana será menor este año que viene.

Las recaudaciones de impuestos se elevaron fuertemente en el 2012 y lo van a seguir haciendo en el 2013, aunque el gobierno presenta estos datos como un logro, este dinero está financiando el gasto fiscal, y a la larga el impulso en la actividad productiva y en el empleo es negativa, pues afecta el ingreso disponible de las personas y de las empresas, a diferencia de lo que sucedería si el gasto fiscal fuese financiado con dinero proveniente del petróleo.

En todo caso con el inicio de un nuevo periodo gubernamental, se espera que el gobierno cambie de estrategia y empiece por impulsar el sector productivo, que a larga es el único que genera riqueza a un país.

2. Sociedad

Es importante destacar ciertos cambios en la estructura de la sociedad en la ciudad, pues ha habido un incremento de la clase media urbana en el Ecuador. En el 2003 la proporción de hogares de clase media en las ciudades del Ecuador era de 19%, al 2012 hay un incremento que llega al 45%.

Se hace referencia a esto ya que este cambio en la estructura social, ha sido una oportunidad para que se incrementen el número de clientes potenciales de consumo de agua embotellada, lo que se ve reflejado en los resultados de ventas especialmente de botellón en el 2012.

3. Factores externos

El clima es un factor decisivo para las ventas de las embotelladoras de bebidas, se pudiera pensar que es exagerada, esta afirmación, pero con la experiencia conseguida en todos los años, hemos llegado a la conclusión de que si ayuda o afecta.

Si por ejemplo en los días de festividades como son en nuestra ciudad, Finados y la salida de la comparsa de la Mama Negra, sale el sol durante todo el día, los detallistas, terminan con sus STOCKS; De presentarse días cubiertos o de lluvia el producto se queda en sus perchas y tarda algunos días en consumirse, lo que adicionalmente, perjudica las ventas de los días posteriores.

El clima se ha presentado de la siguiente forma: 122 días soleados 33%; lluviosos 100 días 27% y cubiertos 144 días 40%.

El clima más repetitivo fue el que tenía los días cubiertos.

4. Inversiones

El 06 de julio 2012, se adquiere la camioneta MAZDA, doble cabina en la cantidad de 28.731,76 dólares. Este vehículo ha sido de mucha utilidad para realizar pago de cheques, entregas urgentes de producto, para incremento de clientes de pet y botellón, para el traslado de directores a las reuniones de directorio, etc.

El 09 de julio 2012, se compra el camión CHEVROLET, 3 toneladas en la cantidad de 27.798,81 dólares. Este camión a pesar de que estaba destinado a la sucursal Quito, se quedó unos meses en Latacunga, para

incremento de clientes, luego para reemplazo de distribuidor en Quito, Patricio Vega quien tuvo un accidente, a finales del año 2012.

No se realizaron las inversiones presupuestadas, ya que tenían que ser aprobadas por la Junta General.

5. Producción

La producción de los diferentes tamaños y presentaciones, están en relación directa a las ventas, adicionado un margen de seguridad, para que no falte stock.

En el 2012 se había planificado la implementación del “ Sistema de Buenas Practicas de Manufactura”, con el cofinanciamiento del Ministerio de Industrias y Productividad. Sin embargo debido a que se trataba de un programa del estado, por cuestiones de falta de acuerdo, entre la CFN y el Ministerio de Industrias, no daban paso a la licitación de las consultoras calificadas. Recientemente en Enero del 2013, se nos notificó la consultora quien se hará cargo de la capacitación, y se está avanzando ya en el tema.

6. Ventas

Las ventas totales en el año 2012 fueron de 1`340.648,00 dólares, lo que da un incremento de 3%, con relación al año anterior. El producto que más crecimiento ha tenido es el de BOTELLONES, a pesar de encontrarse en su etapa de “maduración”

A continuación está el cuadro de cumplimiento de ventas vs presupuesto del año 2012.

CUMPLIMIENTO DE VENTAS AÑO 2012

PRODUCTO	CUMPLIMIENTO
VIDRIO	90%
PET	87%
BOTELLON	96%
FELIPIN	67%

Como ya se ha indicado el clima ha sido un detente, para lograr llegar a cumplir el presupuesto. El botellón fue el producto que más cerca estuvo

de cumplir el presupuesto con 96%, seguido del agua en envase de vidrio con 90%, pet alcanzó un 87% y Felipín realmente ha sufrido las consecuencias de las limonadas y naranjadas que se venden a menor precio.

COMPARATIVO DE VENTAS 2012 VS 2011, EN CAJAS TOTAL ANUAL

PRESENTACIÓN	2012	2011	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VIDRIO	49.529	54.842	- 5.313	-10 %
PET	137.806	133.850	3.956	3 %
BOTELLÓN	397.305	377.796	19.509	5 %
FELIPIN	10.869	16.052	- 5.183	-32 %

En el cuadro se puede apreciar que en presentación de vidrio hubo un decremento de 10 puntos con respecto al año 2011, fueron 5313 jabas menos, especialmente en lo que es litro.

En pet hubo un incremento de 3 puntos con casi 4.000 paquetes adicionales de ventas, y en botellón se alcanzó un incremento de 5 puntos, con 19.509 botellones más que en el 2011.

En Felipín hay una baja de 32 puntos con respecto al 2011, en realidad en un producto, que en su inicio creció, pero debido principalmente a la competencia con precios más bajos, sus ventas, han disminuido considerablemente.

En el mes de febrero 2012: En vista de que la competencia, incrementa sus precios con motivo entre otros, del pago del impuesto verde, San Felipe, sube los precios de vidrio y PET. Teniendo en un principio resistencia del consumidor, y una pequeña baja de ventas que es normal hasta que se acostumbren. Pero que luego fue superada.

7. Publicidad

En este rubro se han mantenido los medios radiales. La entrega de exhibidores, se ha realizado de acuerdo a las necesidades verificadas, por el personal del departamento de ventas, pidiendo a los distribuidores que controlen el buen uso de los mismos. El convenio con las ligas Barriales de Quito, se ha mantenido, logrando incrementar las ventas de PET.

Se realizó publicidad por internet, para Quito, que en realidad arrojó buenos resultados, especialmente para la venta de dispensadores de botellón. Para este año se prevee dar más énfasis en este tipo de publicidad.

Una campaña publicitaria de gran alcance, requiere de una cantidad de dinero representativa, que puede o no, incrementar el volumen las ventas. Porque para que los productos se vendan más, se requiere campañas de conocimiento y luego de mantenimiento, lo que perdurará en el tiempo. Los costos incidirán indirectamente en utilidades menores.

8. Distribución

En el mes de enero, el asistente del departamento de ventas Ing. Walter Estrella, renuncia a su cargo, continuando como distribuidor.

En el mes de abril, el ayudante de ventas, Iván Endara, renuncia a su trabajo en la empresa, para trabajar como distribuidor, reemplazando, al anterior de la zona Sur, William Taipe, en la ciudad de Quito.

En el mes de julio 2012, el empleado Patricio Vega, pone la renuncia al trabajo y pasa a ser distribuidor de una ruta en el norte de Quito.

En el mes de noviembre, se retira del departamento de ventas, Iván Chiliza convirtiéndose en distribuidor, en la ciudad de Latacunga.

En vista de que se han encontrado territorios vírgenes, en la distribución de botellones, se está realizando esa cobertura, que es lenta, porque son lugares que no conocían de la existencia de los botellones, o si los conocen, nadie se había acercado a ofrecerles, por lo que tienen cierta aprensión, de que se les hará comprar los equipos y luego no se acercarán a hacer la distribución, pero con constancia de buen servicio, se ha conquistado algunos lugares.

Como en todo negocio, hay los aprovechadores, que viendo un mercado establecido, se acercan con precios menores u ofrecimientos de regalos, para quitarnos los clientes.

Es cuando los distribuidores deben poner más atención para no dejar espacios, para que esto ocurra.

En el caso de los productos PET resulta lo contrario, porque en ese caso, los distribuidores de San Felipe, se convierten en los que quieren romper el mercado, debido a la cobertura amplia que tiene la competencia.

Con mucha dedicación hay espacios que se han logrado abrir. Nuestra política, es luchar con calidad, porque el precio, siempre se le mantiene a la par con la competencia.

En el año 2012, se han creado 2 rutas adicionales completas, es decir con un recorrido de 6 días cada una, lo que ha ayudado al incremento de la venta en botellones.

9. Índices Financieros

INDICES FINANCIEROS: FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC – 2012

Índice de Solvencia

$$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{690.683,30}{205.963,40} = 3.35$$

Muestra la capacidad de la empresa para responder a sus obligaciones de corto plazo con sus activos circulantes. Mide el número de veces que los activos circulantes del negocio cubre sus pasivos a corto plazo.

Índice de Liquidez

$$\frac{\text{Activo de Liquidez inmediata}}{\text{Pasivo Circulante}} = \frac{526.072,00}{205.963,40} = 2.55$$

Muestra la capacidad de la empresa para responder a sus obligaciones de corto plazo con sus activos más líquidos

Índice de Endeudamiento

$$\frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}} = \frac{532.184,48}{1214.774,36} = 0.44$$

Mide la porción de activos financiados por deuda. Indica la razón o porcentaje que representa el total de las deudas de la empresa con relación a los recursos de que dispones para satisfacerlos.

Índice de Patrimonio a Activo Total

$$\frac{\text{Total Patrimonio}}{\text{Activo Total}} = \frac{682.589,91}{1214.774,36} = 0.56$$

Es la relación que existe dentro de la estructura de la estructura de capital entre los recursos proporcionados por los accionistas o dueños del capital y el activo total.

Índice de Margen Bruto de Utilidad

$$\frac{\text{Utilidad Bruta en ventas}}{\text{Ventas Netas}} = \frac{671.326,00}{1340.648,00} = 0.50$$

Refleja la proporción que las utilidades brutas obtenidas representan con relación a las ventas netas que las producen.

Índice de Margen Neto de Utilidad

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Venta Neta}} = \frac{260.499,00}{1340.648,00} = 0.19$$

Mide la razón o por ciento que la utilidad neta representa con relación a las ventas netas que se analizan, es decir, mide la facilidad de convertir las ventas en utilidad.

10. Resumen de resultados mensuales año 2012

MES DE ENERO

En el mes de enero 2012 el clima, ha sido diferente al de los meses de enero de otros años, con sol hay 3 días, 19 con lluvia y 9 días nublados. Se debe tomar en consideración que nuestro producto es muy sensible a los climas. La utilidad antes de impuestos y reparto a empleados fue de 29.010,36, siendo su presupuesto de 18.722,68 habiendo un superávit de 10.287,68.

En los últimos meses del año 2011, se ha estado trabajando para mejorar las ventas de botellones lográndose crear 2 nuevas rutas, gracias a este trabajo, resulta el superávit, adicional, la no utilización de gastos de publicidad, ingresos no operacionales y contrato de resiliación del vehículo bronco.

MES DE FEBRERO 2012

El clima sigue siendo adverso con 6 días de sol, 15 días con lluvia y 8 días nublados, debido a que algunos gastos presupuestados que no han sido utilizados, la utilidad fue de 10.499,43 siendo su presupuesto de 5.520,19

MES DE MARZO 2012

El invierno está presente, afectando las cantidades de ventas realizadas, la utilidad llega a 15.768,23, su presupuesto fue de 12.644,00, a fines del mes de febrero, se suben los precios del agua mineral, en concordancia, con el aumento que realizó la marca Güitig, ya que si sube independiente San Felipe, los consumidores se vuelcan a la que más barato cobra. La subida se refleja en los siguientes días de realizada, porque en un principio las ventas se retraen, normalizándose en la segunda y tercera semana, de efectuado el incremento.

MES DE ABRIL 2012

El clima ha mejorado un poco, teniendo 15 días soleados, 10 días lluviosos y 5 nublados.

En gastos de promoción, no se realizó la construcción de vallas ni la promoción de vasos de vidrio que estaba programado, se nota también la influencia del incremento de precios en agua con gas, que no estuvo presupuestada.

La utilidad de este mes es de 25.530,42, siendo su presupuesto de 6.378,20. El cumplimiento de ventas fue vidrio 92%; PET 100%; Botellón 99%.

MES DE MAYO 2012

El clima ha estado variado: soleado 8 días; nublados 17 días, lluviosos 6 días en general el clima ha permanecido frío. La utilidad del mes de mayo fue de 21.616,45, teniendo un presupuesto de 14.107,26. Se sigue reflejando en las utilidades el incremento de precio, en los productos con gas.

MES DE JUNIO 2012

El clima ha mejorado en este mes, con relación a otros años, por lo que en el presupuesto la utilidad era negativa, pero debido a la mejora del clima, el incremento de precio en el agua con gas, la publicidad no realizada.

Se ha tenido una utilidad de 17.108,96, sobrepasando al presupuesto en 17.660,94, ya que estaba presupuestada para este mes una pérdida de 551,98

MES DE JULIO 2012

El clima tiene 19 días soleados, 2 días con garúa y 10 nublados. Como es una constante, cuando el clima es caluroso, ayuda en forma sobresaliente a las ventas. Los gastos de ventas, reducidos en comparación con el presupuesto, acompañado, del cumplimiento idóneo del presupuesto de ventas, ha hecho que este mes generalmente baje en todos los años ahora haya mejorado notablemente, teniendo un cumplimiento de 99% en vidrio, 95% en PET y 103% en botellón. La utilidad generada es de 23.159,25, siendo su presupuesto de 5.612,68.

MES DE AGOSTO 2012

El clima siguió ayudando en este mes, tuvo 13 días soleados 15 días cubiertos y 3 días lluviosos. La utilidad presupuestada fue de 19.746,50, siendo su presupuesto de 7.521,35, no se realiza la publicidad presupuestada. Sigue influyendo el incremento de precio del agua con gas.

MES DE SEPTIEMBRE 2012

En este mes se presentó una baja considerable en venta de botellones, ya que se encuentra en pleno desarrollo la promoción de una empresa de agua en botellones que ha ofrecido menores precios y muchos incentivos en especial a nuestros clientes de instituciones educativas, algunos de los cuales se han cambiado.

La utilidad fue de 18.800,79, siendo su presupuesto de 7.384,58 dólares.

MES DE OCTUBRE 2012

El clima ha tenido 13 días con sol, nueve días con lluvia y 9 nublados fríos, la utilidad de este mes llega a 29.289,80 teniendo un presupuesto de 11.886,39. En vidrio se cumplió un 90% en PET 79% en botellón se llegó al 94%. Si se hubiera cumplido el presupuesto, las utilidades hubieran sido mayores.

MES DE NOVIEMBRE 2012

Los días lluviosos y climas fríos afectaron el desenvolvimiento de las ventas se tuvieron 12 días con lluvia, 12 días nublados y 6 días soleados, no se cumplieron los presupuestos de ventas. La utilidad del mes fue de 16.922,81, siendo su presupuesto de 9.744,21.

MES DE DICIEMBRE 2012

Este mes se ha presentado bastante bueno con relación al cumplimiento de presupuesto, debido a las festividades y buen clima, se tuvieron 17 días con sol, 12 cubiertos y 2 con lluvia. La utilidad fue de 16.887,02 lo presupuestado fue de 10.681,18 dólares.

En la mayoría de meses no se cumplieron los presupuestos de ventas, en especial de vidrio y PET, en botellones, existen meses en los que se sobrepasan y algunos que no se cumplen los presupuestos, siendo este último producto el que más rentabilidad aporta a las utilidades de la compañía. Como se ha indicado en los respectivos resúmenes de los meses, siempre hubo superávit con respecto a las utilidades, que resultan de las cantidades de producto vendidos. Pudiéndose pensar que hay un contrasentido, si no se cumplió el presupuesto, porque es que hay superávit.

Como se ha indicado, parte de este aumento es por el incremento de precios en el producto con gas, el cual además, es más rentable que los productos de PET sin gas. No se cumplieron las inversiones programadas en ventas como son vallas de publicidad, entrega de obsequios, esto se debió a que se esperaba regular los problemas, legales existentes debido a las demandas judiciales de un grupo de accionistas.

Se presupuestó menores utilidades debido a que se programaron, inversiones, por una cantidad cercana a los 500.000 dólares, en envases, equipos, vehículos etc. Lo que si se hubiera realizado se estarían depreciando, bajando la cantidad de utilidad.

También ha influido la salida de personal de la empresa, que luego de su salida la mayoría se dedicó a cumplir funciones de distribuidores independientes, lo que aminoró el rol de pagos.

11. Liquidez

POLIZAS DE INVERSION CACPECO 2012

Con el objeto, de que la liquidez obtenida, resultado de las ventas realizadas, no queden sin revertir algún fondo, se ha visto la necesidad de ponerlas en CERTIFICADOS DE DEPOSITO en la Cooperativa de ahorro y crédito CACPECO, de Latacunga, tomando en consideración su estabilidad y calificación financiera, que entrega un porcentaje ligeramente mayor que otros entes financieros, que se deposita el dinero mensualmente, para el pago de los roles de pago, que se realizan a través de libreta de ahorros, a todo el personal de la empresa.

Las inversiones se las depositan, teniendo en cuenta las necesidades futuras de pagos de sueldos adicionales, pagos de impuestos, entrega de resultados de fin de año etc.

INSTITUCION	NUMERO	INTERES	INICIO	VENCIMIENTO	VALOR
Cacpeco	72480	7.30%	16/01/2012	16/07/2012	65.000,00
Cacpeco	73422	5.35%	23/02/2012	24/04/2012	20.500,00
Cacpeco	74263	4.60%	26/03/2012	25/04/2012	10.000,00
Cacpeco	75053	7.45%	25/04/2012	23/10/2012	245.000,00
Cacpeco	77330	7.55%	24/07/2012	21/01/2013	110.000,00
Cacpeco	77962	5.20%	15/08/2012	23/10/2012	15.000,00
Cacpeco	78477	4.70%	04/09/2012	23/10/2012	20.000,00
Cacpeco	79104	4.80%	25/09/2012	25/10/2012	25.000,00
Cacpeco	79887	7.45%	25/10/2012	24/04/2013	345.000,00
Cacpeco	80620	4.80%	22/11/2012	21/01/2013	30.000,00

Los intereses generados por concepto: de intereses financieros fueron de 26.163,73

12. Demanda y juicios

Informe de juicios en contra de la compañía Fuentes San Felipe S.A

Juicio número 851-20102

Juzgado: Tercero de lo civil y mercantil de Latacunga

Fecha de presentación: 04-octubre 2010

Actores: Eloy Alberto Sánchez Villacís, Marcelo Páez Sánchez, Elsa Jurado Maldonado

Causa: Solicitan nulidad de la junta general de accionistas de fecha 04 de julio de 2010, finalizada el 05 de septiembre de 2010.

En febrero de 2012, se realiza inspección judicial a los libros sociales y contables de la compañía.

Se solicitó que los actores comparezcan a rendir confesión judicial, sobre los hechos de su demanda y reconvenición, la accionista Elsa Jurado comparece en el mes de agosto de 2012, el accionista Eloy Sánchez Villacís comparece en noviembre de 2012, quedando pendiente el accionista Marcelo Páez Sánchez.

En el mismo sentido del Gerente General de la compañía, comparece a rendir confesión judicial en agosto de 2012

Se encuentra para sentencia

Juicio número 169-2012

Juzgado: Primero de lo civil y mercantil de Latacunga

Fecha de presentación: 20-febrero 2012

Actores: Luz Ignacia Sánchez Rodríguez, Eloy Alberto Sánchez Villacís, Marcelo Páez Sánchez, Elsa Jurado Maldonado, José Antonio Sánchez Jurado, Francisco Sánchez Jurado.

Causa: Impugnación de resoluciones a la junta general extraordinaria de accionistas de accionistas de fecha 24 enero de 2012, solicitan, que se deje sin efecto todas las resoluciones tomadas en el acta determinada.

En el mes de septiembre se contesta a la demanda

Se presentan pruebas en el mismo mes

En el mes de noviembre se realiza inspección judicial a los libros sociales de la compañía

Se encuentran despachando la prueba

Juicio número 159-2011

Juzgado: Primero del Trabajo de Latacunga

Fecha de presentación: 04 de julio 2011

Actor: Eloy Alberto Sánchez Villacís

Causa: demanda laboral reclamando Usd 20.000 dólares estableciendo fecha de ingreso el año 1953.

En abril de 2012 se realiza la audiencia preliminar de conciliación, contestación a la demanda, presentación de pruebas.

En octubre de 2012, se realiza la audiencia definitiva, para presentar pruebas

Con fecha 06 de diciembre de 2012 el juez emite sentencia estableciendo relación laboral y ordenando el pago de catorce mil seiscientos setenta y siete dólares americanos con cuarenta y seis centavos (usd 14.677, 46)

La sentencia fue apelada y a la fecha de realizar el presente informe la Corte Provincial emitió sentencia, estableciendo que la relación laboral entre la Compañía y el demandante, nace en el año 2008, fecha en la que el actor dejo de ser Gerente de Sanchezhold, por lo que ordena pagar la cantidad cinco mil quinientos setenta y uno con cincuenta y cinco (usd 5571,55).

El actor ha presentado recurso extraordinario de casación.

Denuncia Superintendencia de Compañías

Denuncia N.- 5224

Denunciantes: Luz Ignacia Sánchez Rodríguez, Eloy Alberto Sánchez Villacís, Marcelo Páez Sánchez, Elsa Jurado Maldonado, José Antonio Sánchez Jurado, Francisco Sánchez Jurado.

Causa.- Solicitan la intervención de la Compañía, por supuestas irregularidades.

Con fecha 21 de mayo de 2012, la Intendencia de Compañías de Ambato: “rechaza en todas sus partes la denuncia presentada...”, y expresa que no existe causal de intervención.

13. Conclusiones

- a) El año 2012, fue un buen año con respecto a cumplimiento de presupuestos con relación a utilidades. Con respecto al cumplimiento de cantidades de ventas los cumplimientos no fueron los mejores, en esto tuvo una gran influencia el clima que luego de

muchos años de ser atípico, desde hace más o menos 3 años y hasta la actualidad se presenta frío y con lluvias, con pocos días con sol, como se presentaba generalmente en la región central interandina de Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo, 30 años atrás. Como toda empresa embotelladora de bebidas, los días calurosos, son los que proyectan para arriba las ventas, por eso es que tienen tanto éxito las embotelladoras de todo nivel y producto afincadas en la región costa de nuestro país.

- b) El trabajo de introducción de botellones en domicilios e instituciones sigue adelante, con la experiencia recogida en estos años. Debido a que este producto no requiere la participación del intermediario detallista, llegando directamente al consumidor, por lo que se ahorra en publicidad y competencia de un grupo grande de otros productos iguales y con mayor cobertura. Se trabaja en el sistema "hormiga" que es muy reducido, pero debido a la realidad de este producto, ha dado un buen resultado. Mes con mes la tasa de ingreso y dependiendo de los sitios, va rebajando con respecto, a los primeros años, cuando se iniciaba este negocio. Lo interesante es que, una vez realizada una cobertura suficiente, se empieza a recibir resultados, al establecer las rutas y horarios de entrega de líquido a un grupo considerable de clientes en un mismo sector.
- c) Con relación al producto PET, debido a la cantidad de aguas sin gas, es necesario mantener campañas publicitarias y de marketing, para que el cliente no pierda el interés, cuando le ofrecen otro producto y más que todo a un precio menor, o que ya se encuentra en la mente del consumidor, gracias a las grandes campañas publicitarias que mantienen, productos como Tesalia, Dasani (coca cola) vivant y hasta marcas extranjeras. Esto requiere de gasto en publicidad que a la final sería de considerarse como inversión, gracias a que llega a la fijación del producto en la mente del consumidor final.
- d) Con respecto al producto vidrio, la que se ha mantenido en el mercado no con la contundencia de años pasados es el tamaño litro, gracias a su tapa rosca lo que facilita ser un producto familiar, porque se puede tomar una parte y volverla a tapar para consumirla después.

En la actualidad es necesario la adquisición de 120.000 botellas es decir 10.000 jabas que era lo que Cridesa, fabricante de envases exigía para despachar esta botella, debiendo cancelar al contado.

En los últimos meses del año 2012, se ha estado ocupando el STOCK final de estos envases por lo que habría que resolver para el año 2013, la adquisición de estas botellas.

Con relación a los tamaños 700cc y 300cc en vidrio, la demanda es mínima lo que ha hecho que mantengamos el STOCK por muchos años hasta la presente. Volviendo al tamaño litro, no es que dé una gran rentabilidad, la venta de este producto, pero, la demanda aunque baja, se mantiene, por lo que no se puede eliminarla, lo que resultaría contraproducente.

- e) En lo relacionado a las inversiones presupuestadas como adquisiciones de maquinaria equipos, construcciones, no se ha puesto en práctica estas adquisiciones por que debido a su monto, tienen que ser aprobados por la Junta General de accionistas.
- f) Se realizó la compra de 2 vehículos, el uno para la reposición del BRONCO, que se realizó una RESILIACION y otro para introducción, resolución que se tomó en la Junta General del 31 de mayo 2012.
- g) Con el objeto de terminar las demandas judiciales, el Directorio resolvió pedir una mediación a la Cámara de Comercio de Quito, invitando a los accionistas Sánchez Villacís, SánchezRodríguez y la Sra. Presidenta, para que ventilen sus diferencias en el Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Quito. En resolución de Directorio de fecha 19 de mayo 2012. La mediación no se llevó a cabo, por que el mediador, indicó que se deberá invitar a todos los accionistas, debiéndose separar empresa de lo familiar, entre otras dificultades. Con fecha 27 de octubre 2012 en sesión de Directorio, la Sra. Presidenta hizo conocer este particular al Directorio, indicando que lo mejor sería realizar un MAPEO DE INTERESES, con una persona experta.
- h) El negocio del embotellado requiere altas inversiones en Marketing y publicidad, es una industria de VOLUMEN. Mientras más se vende a un precio razonable, mayor será la rentabilidad. Para llegar a esas instancias se requiere inversiones grandes en publicidad, las que deben ser permanentes, lo que infiere que sean muy costosas y se representarán en los resultados de fin de año. Si se decide por una inversión en publicidad y Marketing, los accionistas deben estar conscientes que sus utilidades se verán mermadas. Se debe pensar que si se invierte en publicidad, deben notarse inmediatamente los resultados, lo que no es factible, haciendo un símil, primero hay que sembrar par luego cosechar y el mantenimiento, del producto hasta que la cosecha salga, requiere tiempo y dinero. Un producto

poco conocido, así captara un precio más bajo, no tiene futuro, si no es conocido, de ahí que depende de la campaña publicitaria y el dinero que se quiera gastar para recibir resultados. Si tomamos en cuenta empresas como Coca Cola y Pilsener, habremos de identificar que mientras más venden, más invierten en campañas publicitarias de todo tipo. Es decir si se quiere mantener las ventas, hay que estar dispuesto a permanecer invirtiendo.

El consumidor no hace diferencia entre pequeña, mediana o grande empresa EMBOTELLADORA, él requiere que todos los productos ofertados, sean por lo menos de igual calidad y a menor precio. Si analizamos las inversiones de todo tipo que ha realizado y sigue manteniendo la empresa de agua mineral TESALIA, podremos establecer la comparación. El consumidor no toma en cuenta el tamaño de la empresa y si le ofrecen un envase más llamativo y al mismo precio, que las demás empresas, se va, con el que le llama la atención. Para hacer conocer este nuevo envase, se necesita dinero para la campaña publicitaria. Lo que no conoce el consumidor, que para llegar al lanzamiento de este envase, se tuvo que invertir en nueva maquinaria o por lo menos, en el mejoramiento de las que tiene, la inversión en nuevos envases, fajillas, tapas en total en nueva tecnología y logística. El resultado si se ha invertido bastante y con buena asesoría será satisfactorio, pero habrá que mantenerlo mediante inversión de recordación, de lo contrario, saldrá una nueva marca con idéntica calidad y sabor, pero que invierte más en publicidad y logrará desplazar al producto estrella de la última empresa que puso en producto en el mercado.

- i) Un ejemplo de esto es el Té de Nestlé, que le embotellaba Coca Cola, a nivel mundial. Pasado el tiempo. Coca Cola cerró el contrato y se puso a producir su propio TE, con su marca propia. La lucha está declarada entre dos multinacionales, gracias a este producto.

San Felipe no puede ponerse a la altura de su principal competencia, si se le quiere acercar, los accionistas deben estar dispuestos a invertir muchos miles de dólares, que tendrán su retorno en años posteriores.

Siendo el botellón un producto que no necesita mayor publicidad, pero si logística para su ingreso y reposición de liquido, la empresa, seguirá en su campaña, de introducción, que cada vez es más reducida, debido a la proliferación de nuevas marcas y precios, pero que debido a continuo esfuerzo realizado, al final si entrega

resultados si no, magníficos, pero si rentables, gracias a que el volumen de ventas se sigue incrementado.

14. Recomendaciones

- ✓ Dar apertura para las inversiones que se deberán realizar para la Implementación de normas de BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA, que está en proceso.
- ✓ Realizar el MAPEO DE INTERESES y luego una mediación adecuada con personal experimentado en el ámbito de Empresa Familiar, para lograr un acuerdo entre accionistas
- ✓ Contratar una consultora experta en valoración de empresas, para que haga la valoración de Fuentes San Felipe y se defina de una manera profesional el valor por acción de la misma.
- ✓ Realizar el cambio de Estatutos y aumento de capital
- ✓ Realizar el Protocolo Familiar
- ✓ Realizar el programa Gobierno Corporativo
- ✓ Monitorear la aprobación de la Ley de aguas en la Asamblea Nacional.

15. Proyecciones

- ✓ Cambio de estructura de bodega de producto terminado.
- ✓ Terminación de construcciones del sector sur de la planta
- ✓ Adquisición de maquinaria y equipo, con base a diagnóstico del programa de Buenas Prácticas de Manufactura.
- ✓ Realización de construcciones físicas en concordancia de las necesidades encontradas por el programa Buenas Prácticas de Manufactura.
- ✓ Puesta en práctica de todas las recomendaciones del programa Buenas Prácticas de Manufactura, para obtener la licencia respectiva.
- ✓ Continuar con las recomendaciones del Ministerio de Medio Ambiente para la obtención de la licencia ambiental.
- ✓ Adquisición de botellas de vidrio tamaño litro.
- ✓ Incremento de ventas en las siguientes porcentajes de acuerdo a presupuesto aprobado por el directorio.

1000cc	2011
500SG	5%
500CG	20%
1500CG	20%
2000CG	10%
3000CG	15%
5000SG	5%
BOTELLON	6%
FELIPÍN	5%

16. Utilidad del ejercicio y recomendaciones para su distribución

	2012	2011
La utilidad obtenida en el ejercicio 2012 es	260.499,06	182.073
Pago Impuesto a la renta 23%	60.771,44	37.573
Participación empleados y trabajadores	39.074,86	27.311
Utilidad Neta luego pago impuesto a la renta y participación de empleados.	160.652,76	117.189

- ✓ La Gerencia General sugiere que se reparta el 50% de la utilidad obtenida, a los accionistas dejando el 50% para proyectos futuros, específicamente las inversiones en maquinaria, equipos, construcciones, botellas que se deberán implementar en la línea de embotellado de acuerdo a las recomendaciones de las Buenas Prácticas de Manufactura.

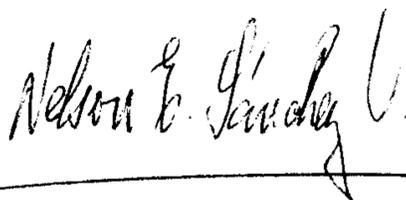
17. Implementación NIFFs

- ✓ En el año 2012 se implementó las NIFFs lo que dio como resultado el incremento de activos, en terrenos y edificios en la cantidad de 277.167,00, llegando los activos a la cantidad de 1.211.172,00

18. Bibliografía

- **Revista Quantum Informe Año 13 No4**
- www.bce.fin.ec/

- www.inec.gob.ec



Nelson S. Sánchez V.

Atentamente
Ing. Nelson Sánchez Villacís
Gerente General