



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR

CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

Ingenieras en Finanzas

TEMA:

**“PROPUESTA DE UN MODELO DE PLANEACIÓN ECONÓMICO- FINANCIERO
PARA LOS AÑOS 2012 - 2013 EN LA FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR
DEL VALLE” DEL CANTÓN PATATE, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**

Verónica Rosaura Betancourt Guachambala

Melva Sabina Duchitanga Quito

Riobamba – Ecuador

2012

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que la tesis titulada **“Propuesta de un Modelo de Planeación Económico– Financiero para los años 2012 - 2013 en la Fábrica de Vinos “Conquistador del Valle” del Cantón Patate, provincia de Tungurahua”** ha sido revisada en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

Econ. Hugo Ayala
DIRECTOR DE TESIS

Econ. Jorge Ríos
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de las autoras.

Verónica Rosaura Betancourt Guachambala

Melva Sabina Duchitanga Quito

DEDICATORIA

La presente Tesis se la dedico a Dios, por bendecir cada uno de mis pasos y poder culminar mi carrera, a mi Madre María Guachambala, pilar fundamental del hogar, que con sus consejos y lucha incesable supo guiarme en el camino correcto de la vida.

A mi hermano Cristian, por ser un ejemplo a seguir, brindándome su apoyo incondicional en todo momento para alcanzar mis sueños, a mi hermana Diana que con su buen humor siempre estuvo presente en los momentos más difíciles de mi vida, incentivándome a seguir adelante y superar los fracasos.

A mi querida Camilita, por ser mi inspiración para luchar y alcanzar todo lo que me he propuesto en esta vida.

A mi querido Abuelito, que hoy se encuentra junto a Dios, por brindarme todo su amor, por convertirse en el Padre que algún día me hizo falta.

A mi familia, que me ha dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño, y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nunca nada a cambio.

Verónica Rosaura Betancourt Guachambala

DEDICATORIA

Me queda más que la satisfacción del deber cumplido, el presente trabajo de investigación se lo dedico a DIOS ser supremo: luz que guía mi camino por la ayuda silenciosa en cada instante de mi vida. Con inmenso amor y cariño a mi Madre Elvia Quito, que con su sabiduría, consejos me ha convertido en la persona que soy, por el ejemplo de virtud, fortaleza, sacrificio y perseverancia, a mi Padre Enrique Duchitanga por el apoyo constante e incansable lucha por formarme una persona de bien, para ellos mi triunfo. A mis Hermanos Freddy, Robinson, Mauricio, Mercy, Elvia quienes con optimismo, y entereza me motivan e impulsan para alcanzar mis metas día a día. A todos mis familiares y amigos por su comprensión, confianza e incondicional apoyo durante mi vida estudiantil que me ha permitido cristalizar este objetivo.

Melva Sabina Duchitanga Quito

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de investigación va dirigido con una expresión de gratitud a Dios por habernos permitido concluir nuestros estudios, dándonos sabiduría y perseverancia a lo largo de estos cinco años

Agradecemos también a nuestras familias, quienes con su apoyo, confianza y amor, nos enseñaron que con dedicación y esfuerzo podemos alcanzar nuestras metas.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Escuela de Ingeniería en Finanzas y Comercio Exterior y a sus docentes por sus enseñanzas y valores impartidos que harán de nosotras unas profesionales competentes y eficientes

De igual manera nuestros más sinceros agradecimientos al Econ. Hugo Ayala y Econ. Jorge Ríos por compartirnos sus conocimientos, pilar fundamental para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

Al Sr. Luis Barrera gerente de la Fábrica de Vinos “Conquistador del Valle” del Cantón Patate, por su colaboración desinteresada al proporcionarnos la información que nos ha sido útil para la elaboración de este trabajo.

PÁGINAS PRELIMINARES

| | |
|----------------------------|------|
| Portada | I |
| Certificación del Tribunal | II |
| Certificación de Autoría | III |
| Dedicatoria | IV |
| Índice de Contenidos | VI |
| Índice de Cuadros | VIII |
| Índice de Gráficos | XI |
| Introducción | XIII |

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I

| | | |
|---------|---|----|
| 1. | GENERALIDADES DE LA FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR DEL VALLE” | |
| 1.1 | Antecedentes | 1 |
| 1.2 | Reseña histórica | 2 |
| 1.3 | Justificación | 3 |
| 1.4 | Objetivos | 5 |
| 1.4.1 | Objetivo General | 5 |
| 1.4.2 | Objetivos Específicos | 5 |
| 1.5 | Marco Teórico | 6 |
| 1.5.1 | Planeación Económica Financiera | 6 |
| 1.5.1.1 | Antecedentes de la Planeación Económica y financiera | 6 |
| 1.5.1.2 | Etapas de la Planeación | 7 |
| 1.5.1.3 | Presupuestos | 8 |
| 1.5.1.4 | Métodos de Planeación Económico Financiero | 9 |
| 1.5.1.5 | Pasos para elaborar la Planeación Económica Financiera | 10 |

CAPÍTULO II

| | | |
|-----|--|--|
| 2.1 | ESTUDIO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA | |
|-----|--|--|

| | | |
|---------|---|----|
| 2.1.1 | Introducción | 11 |
| 2.1.2 | Identificación de la Empresa | 12 |
| 2.1.3 | Misión | 13 |
| 2.1.4 | Visión | 13 |
| 2.1.5 | Objetivos | 13 |
| 2.1.6 | Organigrama Estructural Actual | 14 |
| 2.1.7 | Organigrama Propuesto | 14 |
| 2.1.8 | Funciones del Nivel Directivo, Administrativo y Operativo de la Fábrica de Vinos “Conquistador del Valle” del Cantón Patate | 15 |
| 2.2 | Ubicación | 18 |
| 2.2.1 | Análisis de la Planta | 18 |
| 2.2.1.1 | El tamaño | 18 |
| 2.2.1.2 | Altura de los techos | 19 |
| 2.2.1.3 | Acceso | 19 |
| 2.2.1.4 | Iluminación | 20 |
| 2.2.1.5 | Ventilación y Calefacción | 20 |
| 2.3 | Estudio y Análisis del Departamento Administrativo/Financiero | 21 |
| 2.4 | Análisis de la Producción Actual | 23 |
| 2.5 | Análisis FODA de la Fábrica de Vinos “Conquistador del Valle” del Cantón Patate | 24 |
| 2.6 | Proceso de Producción | 35 |
| 2.6.1 | Desinfección y Trozado | 36 |
| 2.6.2 | Fermentación | 36 |
| 2.6.3 | Decante | 37 |
| 2.6.4 | Preparación del Jarabe | 37 |
| 2.6.5 | Filtrado | 38 |
| 2.6.6 | Hidratado | 38 |
| 2.6.7 | Llenado y Sellado | 39 |
| 2.6.8 | Encartonado por docena | 39 |
| 2.6.10 | Almacenamiento | 40 |

| | | |
|-----|--|----|
| 2.7 | Análisis de la Crisis del Sector Vinícola actual y su incidencia en la Empresa y el País | 41 |
|-----|--|----|

CAPÍTULO III

| | | |
|-------|---|----|
| 3. | ESTUDIO DE MERCADO | |
| 3.1 | Introducción | 44 |
| 3.1.2 | Productos fabricados | 45 |
| 3.1.3 | Características del producto | 45 |
| 3.1.4 | Determinación del Tamaño de la Muestra para analizar la Oferta y Demanda | 46 |
| 3.2 | Análisis y Tabulación de Datos | 48 |
| 3.2.1 | Análisis de la Entrevista aplicada al Gerente de la Fábrica de Vinos “Conquistador del Valle” del Cantón Patate | 48 |
| 3.2.2 | Análisis y Tabulación de Datos de la Encuesta Aplicada a los Empleados de la Fábrica de Vinos “Conquistador del Valle del Cantón Patate | 49 |
| 3.2.3 | Análisis de las encuestas aplicadas al consumidor | 75 |
| 3.2.4 | Determinación y análisis de la oferta y demanda de la fábrica de vinos “Conquistador del valle” | 89 |

CAPÍTULO IV

| | | |
|-------|---|-----|
| 4 | PROPUESTA | |
| 4.1 | Introducción | 93 |
| 4.2 | Elaboración del presupuesto Maestro | 94 |
| 4.3 | Objetivos | 95 |
| 4.3.1 | Objetivo General | 95 |
| 4.3.2 | Objetivos Específicos | 95 |
| 4.4 | Presupuesto Maestro año 2012 | 97 |
| 4.4.1 | Cálculo de razones financieras año 2012 | 116 |

| | | |
|--------------|---|-----|
| 4.5 | Presupuesto Maestro año 2013 | 126 |
| 4.5.1 | Cálculo de razones financieras año 2013 | 144 |
| 4.6 | Resultados | 152 |

CAPÍTULO V

| | | |
|------------|--------------------------------|-----|
| 5 | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 155 |
| 5.1 | Conclusiones | 155 |
| 5.2 | Recomendaciones | 156 |
| | Resumen | 157 |
| | Summary | 158 |
| | Bibliografía | 159 |
| | Anexos | 154 |

ÍNDICE DE CUADROS

| Nº | TÍTULO | PÁG. |
|-----------|--|-------------|
| 1 | Perfil Estratégico Interno | 29 |
| 2 | Perfil Estratégico Externo | 30 |
| 3 | Matriz de Medios Internos | 32 |
| 4 | Matriz de Medios Externos | 34 |
| 5 | Sobre la Fábrica de Vinos “Conquistador del Valle” | 49 |
| 6 | Funciones y Responsabilidades | 51 |
| 7 | Formación y Desarrollo personal | 52 |
| 8 | Condiciones ambientales en el puesto de trabajo | 53 |
| 9 | Temperatura en los talleres | 54 |
| 10 | Medidas de prevención de la salud | 55 |
| 11 | Higiene de la empresa | 56 |
| 12 | Ambiente laboral | 57 |
| 13 | Desempeño del trabajo | 58 |
| 14 | Comunicación | 59 |
| 15 | Comunicación con sus Superiores | 60 |
| 16 | Trato agradable en cuanto a sus Jefes | 61 |

| | | |
|----|---|----|
| 17 | Apoyo en el trabajo | 62 |
| 18 | Nivel de exigencia | 63 |
| 19 | Satisfacción en desarrollo del trabajo | 64 |
| 20 | Conocimiento de competencias | 65 |
| 21 | Movilidad de Puestos | 66 |
| 22 | Discriminación por sexo | 67 |
| 23 | Remuneración del trabajo | 68 |
| 24 | Conformidad con los sueldos | 69 |
| 25 | Sueldos de acuerdo a la marcha de la empresa | 70 |
| 26 | Satisfacción Personal | 71 |
| 27 | Reconocimiento a su labor | 72 |
| 28 | Aportaciones al trabajo realizado | 73 |
| 29 | Posibilidad de Tomar iniciativas | 74 |
| 30 | Sobre el Vino “CONQUISTADOR DEL VALLE” | 75 |
| 31 | Consumo del Producto | 76 |
| 32 | Consumo anterior del vino | 78 |
| 33 | Valoración del producto | 78 |
| 34 | Tiempo que se conoce el producto | 79 |
| 35 | Precio del producto | 80 |
| 36 | Fijación en otras marcas | 81 |
| 37 | Posibles marcas en las que se fijaría | 82 |
| 38 | Valoración al momento de comprar el producto | 83 |
| 39 | Valoración del Vino “CONQUISTADOR” | 86 |
| 40 | Demanda insatisfecha de la Fábrica de vinos | 89 |
| 41 | Demanda y oferta proyectada para los años 2012-2013 | 91 |
| 42 | Oferta proyectada | 92 |
| 43 | Demanda insatisfecha proyectada | 92 |
| 44 | Estructura del presupuesto maestro | 94 |
| 45 | Tabla de depreciación | 96 |
| 46 | Materia prima directa | 96 |

PRESUPUESTO AÑO 2012

| | | |
|----|---|-----|
| 47 | Presupuesto de ventas | 98 |
| 48 | Presupuesto de producción | 99 |
| 49 | Presupuesto de compra de materiales | 100 |
| 50 | Presupuesto de consumo de materiales | 101 |
| 51 | Presupuesto de mano de obra directa | 102 |
| 52 | Presupuesto de costos indirectos de fabricación | 103 |
| 53 | Presupuesto de artículos vendidos | 107 |
| 54 | Presupuesto Proyectado de ventas en dólares | 108 |
| 55 | Presupuesto de gasto de ventas | 109 |
| 56 | Presupuesto de gastos administrativos | 112 |
| 57 | Presupuesto de caja proyectada | 114 |
| 58 | Objetivos y Estrategias | 124 |

PRESUPUESTO AÑO 2013

| | | |
|----|---|-----|
| 59 | Presupuesto de ventas | 127 |
| 60 | Presupuesto de producción | 128 |
| 61 | Presupuesto de compra de materiales | 129 |
| 62 | Presupuesto de consumo de materiales | 130 |
| 63 | Presupuesto de mano de obra directa | 131 |
| 64 | Presupuesto de costos indirectos de fabricación | 132 |
| 65 | Presupuesto de artículos vendidos | 136 |
| 66 | Presupuesto proyectado de ventas en dólares | 137 |
| 67 | Presupuesto de gasto de ventas | 138 |
| 68 | Presupuesto de gastos administrativos | 140 |
| 69 | Presupuesto de caja proyectada | 142 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| Nº | TÍTULO | PAG. |
|-----------|--------------------------------|-------------|
| 1 | Organigrama Estructural Actual | 14 |
| 2 | Organigrama Propuesto | 14 |
| 3 | Productos fabricados | 41 |

| | | |
|----|--|----|
| 4 | Sobre la Fábrica de Vinos “Conquistador del Valle” | 49 |
| 5 | Integración en la Empresa | 50 |
| 6 | Funciones y Responsabilidades | 47 |
| 7 | Formación y desarrollo personal | 48 |
| 8 | Condiciones ambientales en el puesto de trabajo | 49 |
| 9 | Temperatura en los talleres | 50 |
| 10 | Medidas de prevención de la salud | 51 |
| 11 | Higiene de la empresa | 52 |
| 12 | Ambiente laboral | 53 |
| 13 | Desempeño del trabajo | 54 |
| 14 | Comunicación | 55 |
| 15 | Comunicación con sus Superiores | 56 |
| 16 | Trato agradable en cuanto a sus Jefes | 57 |
| 17 | Apoyo en el trabajo | 58 |
| 18 | Nivel de Exigencia | 59 |
| 19 | Satisfacción en desarrollo del trabajo | 60 |
| 20 | Conocimiento de competencias | 61 |
| 21 | Movilidad de Puestos | 62 |
| 22 | Discriminación por sexo | 63 |
| 23 | Remuneración del trabajo | 64 |
| 24 | Conformidad con los sueldos | 65 |
| 25 | Sueldos de acuerdo a la marcha de la empresa | 66 |
| 26 | Satisfacción Personal | 67 |
| 27 | Reconocimiento a su labor | 68 |
| 28 | Aportaciones al trabajo realizado | 69 |
| 29 | Posibilidad de Tomar iniciativas | 70 |
| 30 | Sobre el Vino “CONQUISTADOR DEL VALLE” | 71 |
| 31 | Consumo del Producto | 72 |
| 32 | Consumo anterior del vino | 73 |
| 33 | Valoración del producto | 74 |

| | | |
|----|--|----|
| 34 | Tiempo que se conoce el producto | 75 |
| 35 | Precio del producto | 76 |
| 36 | Fijación en otras marcas | 77 |
| 37 | Posibles marcas en las que se fijaría | 78 |
| 38 | Valoración al momento de comprar el producto | 83 |
| 39 | Valoración del vino por el tamaño | 84 |
| 40 | Valoración del vino por el diseño | 84 |
| 41 | Valoración del vino por la calidad | 85 |
| 42 | Valoración del Vino “CONQUISTADOR” | 86 |
| 43 | Apreciación del vino por el tamaño | 87 |
| 44 | Apreciación del vino por el diseño | 87 |
| 45 | Apreciación del vino por la calidad | 88 |
| 46 | Demanda insatisfecha | 89 |

LISTA DE ANEXOS

| Nº | TÍTULO | |
|-----------|--|-----|
| 1 | Encuestas | 159 |
| 2 | Población del Cantón Ambato y Patate | 166 |
| 4 | Información proporcionada por la Fábrica | 167 |
| 5 | Proyecciones 2012 | 172 |
| 6 | Pronósticos de Entrada de Caja 2012 | 174 |
| 7 | Pronostico de Salida de Caja 2012 | 175 |
| 8 | Proyección de ventas 2013 | 176 |
| 9 | Pronostico de entradas de caja 2013 | 178 |
| 10 | Pronostico de salidas de caja 2013 | 179 |
| 11 | Fotografías de Maquinaria | 180 |

INTRODUCCIÓN

Los tiempos actuales demandan que la empresa administre en forma adecuada sus recursos económicos y financieros. Esto implica la toma de decisiones importantes tales como las relacionadas con la expansión del negocio, los tipos de valores que deben emitir para financiar el crecimiento. La globalización de la economía, la apertura de los mercados, el desarrollo de la tecnología, está destruyendo las barreras tradicionales. Será entonces necesaria una nueva definición y visión de los mercados, para ello las organizaciones deben volcarse hacia los clientes y la calidad en los productos y los servicios para constituirse en una verdadera ventaja competitiva. En este contexto, una planeación económica-financiera adquiere especial importancia ya que gran parte del éxito de cualquier empresa depende de la determinación exacta de los resultados que se pretenden obtener mediante el análisis del entorno para plantear escenarios futuros, optimizar recursos y minimizar riesgos.

La Fábrica “Conquistador del Valle” es una empresa industrial productora de vinos dulces de frutas, que en su corto tiempo de haberse creado y empezar su actividad productiva ha sido capaz de captar con su mercadería la atención de un considerable sector del mercado consumidor de este tipo de producto. Debido a la gran demanda que presenta este producto y a la competencia dentro del mercado vinícola nos vemos en la necesidad de mantener a nuestra empresa en un proceso constante de mejora en sus tres pilares fundamentales: administrativo, productivo y de mercadeo.

Esta investigación se enfoca al estudio de la situación actual en la que se encuentra la fábrica de vinos “CONQUISTADOR DEL VALLE”, en el mismo se incluirán todos los datos correspondientes al organigrama administrativo, , costos de producción ; capacidad financiera y evaluación de Estados Financieros; todo esto con la finalidad de conocer cada uno de los beneficios que está brindando actualmente la fábrica a su propietario para posteriormente, al final compararlos con los resultados que estos arroje.

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES DE LA FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR DEL VALLE”

1.1. ANTECEDENTES

La producción vinícola ha sido la mayor actividad industrial productiva que se ha venido desarrollando en los últimos cinco años dentro del cantón Patate, obteniéndose una gran acogida en todo el país a estos productos; tal es así, que son muy conocidas las marcas como BALDORÉ, CAMPIÑA, GRANVIÑA, SAN FRANCISCO, entre otras.

Ninguna de las fábricas productoras de las marcas arriba especificadas han sido diseñadas para cumplir con este tipo de producción; peor aún, no cuentan con un moderno sistema productivo; sin embargo, las utilidades demuestran el crecimiento de las mismas.

Debido al éxito que han tenido estas empresas, las personas con perspectiva empresarial han visto en esta actividad una buena oportunidad para obtener ganancias, tal es el caso del Sr. Luís Barrera Punguil quien creó hace aproximadamente seis años la fábrica de vinos CONQUISTADOR DEL VALLE, que al igual de las otras empresas ha tenido una gran acogida.

Siendo una fábrica relativamente nueva el Sr. Luís Barrera ha logrado incorporar un producto altamente competitivo obteniendo un mercado de consumo fijo y en expansión para su marca de vino; sin embargo, el proceso de producción utilizado no ha sido un punto de estudio hasta el momento, por lo que es de su desconocimiento la verdadera capacidad productiva que puede tener su fábrica.

La fábrica de “VINOS CONQUISTADOR DEL VALLE” es una empresa familiar dedicada a la producción de vinos dulces de frutas, del sector productivo del

cantón Patate, provincia de Tungurahua, debido a la creciente demanda el negocio ha crecido sostenidamente.

1.2. RESEÑA HISTÓRICA

Las Fábricas de Vino, nació gracias a la visión de emprendedores Patateños, quienes crearon una de las primeras empresas fabricantes de vinos en éste Cantón.

Debido al éxito que han tenido las fábricas: BALDORÉ, GRAN VIÑA, CAMPIÑA, las personas con perspectiva empresarial han visto en esta actividad, una buena oportunidad para obtener ganancias, tal es el caso del Sr. Luís Fernando Barrera Punguil quien creó hace aproximadamente seis años la fábrica de vinos CONQUISTADOR DEL VALLE, que al igual de las otras empresas ha tenido una gran acogida.

Comienza con la elaboración del vino de frutas como: Frutilla, Durazno, y Manzana. Estableciendo las instalaciones de la fábrica junto a la casa, en el Sector de " San Francisco", dando inicio a la producción del hoy afamado, Vino "CONQUISTADOR DEL VALLE".

1.3. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad la Fábrica de Vinos "Conquistador del Valle", tiene una inadecuada aplicación de métodos, mecanismos y herramientas en lo que se refiere a la planeación económica- financiera, lo cual no permite un buen desarrollo económico y financiero de la fábrica y por ende el crecimiento sostenido. Puesto que el departamento administrativo- financiero de la Fábrica de Vinos "CONQUISTADOR DEL VALLE" está situado en la ciudad de Ambato y la Fábrica en el cantón Patate, teniendo una distancia de aproximadamente una hora, razón por la que no puede desarrollar correctamente sus actividades, debido a que no se puede identificar y detectar

directamente las necesidades que puede tener la fábrica sin una previsión económica financiera que oriente los recursos hacia su utilización apropiada, pues está expuesto a incurrir en gastos innecesarios y por lo general a cometer errores que pueden representar retrasos en el sistema productivo. Tal situación demanda la necesidad de elaborar un modelo que facilite un manejo óptimo y un control estricto de todos los procesos de producción y políticas de ventas, que asume la fábrica en un espacio temporal definido y es precisamente en este entorno donde como herramienta de guía para la producción y vía eficaz para obtener la retroalimentación necesaria, entra a jugar su papel preponderante, permitiendo establecer la optimización de la capacidad productiva invirtiendo adecuadamente, materias, equipos, y los recursos monetarios disponibles, garantizando el buen desempeño y economía interna en la institución y la exploración de mercados nacionales, fortaleciendo la visión de trascender mercados externos.

La propuesta de un modelo de Planeación Económico Financiero, es de gran importancia para la Fábrica de Vinos “CONQUISTADOR DEL VALLE”, debido a que nunca se ha diseñado un modelo de planeación, que permita valorar los problemas con prontitud, exactitud, pertinencia y solvencia, encontrar sus causas y proponer soluciones adecuadas y lograr implantarlas.

La incorrecta previsión de actividades económicas y financieras al momento de crear esta unidad productiva, ha hecho que en tan poco tiempo se vea la necesidad de aplicar un modelo acorde a sus requerimientos económicos y financieros con el cual, se pueda obtener un mejor rédito para la Fábrica y de esta manera poder distribuir y manejar adecuadamente los activos monetarios de la misma. Lo cual dice de la entrada a la modernidad de la empresa.

En este sentido la investigación está orientada hacia un tipo de planificación que permita determinar el grado de economía, eficiencia y eficacia vinculada a la administración, producción y mercadeo, constituyéndose en un instrumento

de gran trascendencia metodológico, técnico y de consulta para todos aquellos interesados en la programación de los recursos y las finanzas, especialmente al propietario, que está interesado en el presupuesto y proyecciones económicas financieras que se emita, para la toma decisiones asertivas.

El propietario de la Fábrica de Vinos “CONQUISTADOR DEL VALLE” ha brindado las condiciones necesarias para acceder a la información para el desarrollo del modelo de Planeación en referencia.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Aplicar un modelo de planeación económico-financiero para los años 2012 - 2013 en la Fábrica de Vinos “Conquistador del Valle” del Cantón Patate, Provincia de Tungurahua

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar la situación económica financiera de la fábrica de vinos “CONQUISTADOR DEL VALLE” del cantón Patate, analizando las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA).
- Establecer los requerimientos de la Fábrica en cuestiones monetarias, en función a las dificultades que se prevé se presentarán durante el período de la Planeación Económica Financiera.
- Determinar pronósticos de ventas para los años 2012 – 2013 en la fábrica de vinos “CONQUISTADOR DEL VALLE” del cantón Patate.
- Proyectar presupuestos operativos, de efectivo y estados financieros anuales.

1.5. MARCO TEÓRICO

1.5.1. PLANEACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

“La planeación consiste en fijar el recurso concreto de acción de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para llevarlo a cabo y la determinación de tiempo y números necesarios para su relación”

1.5.1.1 Antecedentes de la planeación económica – financiera¹

La planeación económica-financiera fue creada por profesores de la Universidad de Harvard en los años sesenta y es importante en el ámbito de los negocios ya que de ella depende el éxito de las inversiones; es decir si se planean bien la economía y las finanzas será posible lograr que el dinero de las empresas se invierta en los instrumentos que generen mayores rendimientos, del mismo modo reviste de gran importancia para el funcionamiento y supervivencia de la organización. Razón por la que la empresa toman muy en serio esta herramienta y le dedican abundantes recursos para la concepción de nuevas estructuras de la administración, gestión y planificación empresarial, que trae aparejado un cambio en la visión del uso de recursos. Convirtiéndose en la clave del éxito para incrementar la rentabilidad.

Mostramos en forma explícita los vínculos entre las propuestas de inversión para las diversas actividades operativas de la empresa y las opciones de financiamiento disponibles. También brinda la oportunidad para que la empresa desarrolle, analice y compare distintos escenarios de una forma consistente. Pueden explorarse diferentes opciones de inversión y financiamiento y se puede evaluar su efecto sobre el propietario de la empresa

¹ORTEGA CASTRO, Alfonso, Planificación Financiera Estratégica, México 2008, 1era Edición, Interamericana Editores

y se cuestiona los convenios óptimos de financiamiento. Facilita la prevención de sorpresas al identificar lo que podría ocurrir a la empresa si se producen diferentes acontecimientos y evitar sorpresas y preparar planes de contingencia. Más allá de crear valor, la empresa tendrá una gran variedad de metas específicas que podrían expresarse en términos de participación en el mercado, rendimiento sobre el capital, apalancamiento financiero.

1.5.1.2 Etapas de la planeación²

Es la duración duradera de objetivos que distingue a una organización de las otras. En el caso de nuestra investigación se aplicarán los siguientes objetivos y estrategias:

- **Objetivos de la Fábrica**

Deben ser conocidos y entendidos por todos los miembros de la Fábrica en una forma precisa, estables, ya que los cambios continuos en los objetivos originan conflicto y confusiones. Constituyen los resultados que la Fábrica espera obtener. Son fines por alcanzar, establecidos de manera cuantitativa y determinados para realizar luego de un tiempo específico.

- **Estrategias de la Fábrica**

Son cursos de acción general, o alternativos, que muestra la dirección y el empleo total de los recursos y esfuerzos para lograr los objetivos en condiciones ventajosas. Un área clave de resultados es una actividad básica que está relacionada con el desarrollo total de la empresa.

²Idem 2

- **Políticas de la Fábrica**

Son guías para orientar la acción, criterios, lineamientos generales en la toma de decisiones sobre los problemas que se repiten una y otra vez dentro de una organización.

- **Programas de la Fábrica**

Es un esquema en donde se establece la secuencia de actividades específica que habrán de realizarse para alcanzar los objetivos y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos los acontecimientos involucrados en su consecución.

- **PRESUPUESTOS ³**

Es un esquema en forma escrito, representa las fases activas de la empresa, expresados en términos económicos monetarios junto con la comprobación subsiguiente de las realizaciones de dicho plan.

El presupuesto se expresará en términos financieros o en términos de horas de trabajo, unidades de producto, horas-máquina, o cualquier otro término medible numéricamente dentro de la Fábrica.

El presupuesto como herramienta de la administración, se logra concebir como la estimación programada, en forma sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados que debe obtener un organismo en un periodo determinado.

Presupuesto Operativo

El presupuesto operativo contiene las operaciones del día a día con todos sus elementos que son propios a la actividad que desarrolla la

³FIERRO MARTINEZ, Ángel María, *Planeación y Evaluación Financiera*, 2da Edición, Bogotá, 2004, Ediciones, ECOE

Fábrica, el cual se va a exponer a partir de la siguiente unidad involucra el presupuesto estratégico.

Presupuesto de Ventas

Es la cuantificación de los objetivos a alcanzar. Como base se adopta el presupuesto anual, aunque su seguimiento obliga dividirlo mensualmente. La distribución se realizará por áreas geográficas y por vendedores para lo cual se desarrollará una distribución por nivel porcentual de ocupación de cada área o agente.

1.5.1.3 Métodos de planeación económica financiera.

Tiene por objetivo aplicar las técnicas o herramientas para separar, conocer, proyectar, estudiar y evaluar los conceptos y las cifras financieras prevalecientes en el futuro que serán básicas para alcanzar los objetivos propuestos mediante la acertada toma de decisiones en épocas normales y de inflación a las que se encuentra expuesta la Fábrica.

- **Pronósticos Financieros.-** Pretende hacer una proyección financiera de la empresa con el propósito de adelantarse a lo que podría pasar en un periodo o ejercicio futuro.
- **Proyectos de Inversión.-** Es el método que representa el calculo anticipado del origen y la aplicación de los recursos con el propósito de generar ingresos en el largo plazo.
- **Presupuesto financiero.-** Son los métodos con que se realiza el cálculo anticipado de los ingresos y los egresos de una organización.
- **Estados financieros pro forma.-** Son los documentos que se elaboran con fechas que representan periodos de ejercicios futuros.

1.5.1.4 Pasos para la elaborar la Planeación Económica Financiera⁴

Paso 1.- Obtener información y determinar objetivos y expectativas.

En este paso se reúne la información necesaria de la situación financiera de la Fábrica. Se requerirá información como: estados financieros, préstamos bancarios, inversiones, presupuestos de venta.

Paso 2.- Analizar y evaluar la situación financiera.

Realizar un análisis y evaluación de la situación financiera de la Fábrica, en esta etapa se hará un análisis básico de riesgos para identificar todos aquellos factores que pueden impedir lograr los objetivos.

Paso 3.- Desarrollar un plan financiero.

Una vez identificados los factores que impiden lograr los objetivos, el plan tiene establecido sus bases fundamentales, de tal manera que la Fábrica conozca hacia donde enfocarse a futuro.

Paso 4.- Implementar la planificación financiera.

En la planificación financiera integra las actividades individuales del modelo económico traducidas a cifras financieras para estimar las futuras necesidades económicas y analizar los recursos correspondientes para la implementación del modelo.

Paso 5 - Monitorear tu plan financiero

Monitorear el cumplimiento de plan económico financiero y reformularlo es muy importante porque las condiciones en que se desarrolla el plan cambian constantemente. Lo óptimo es monitorear el plan mensualmente, aconsejable hacerlo semestralmente pero como mínimo se debe hacerlo una vez al año.

⁴SERNA GÓMEZ, Humberto, Planeación y Gestión Estratégica, 2da Edición, México, 1994, Ediciones Legis.

CAPÍTULO II

2.1 ESTUDIO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

2.1.1 INTRODUCCIÓN

La Fábrica “Conquistador del Valle” es una empresa artesanal productora de vinos dulces de frutas, la misma que en su corto tiempo de haberse creado y empezar su actividad productiva ha sido capaz de captar con su mercadería la atención de un considerable sector del mercado local y regional, consumidor de este tipo de producto.

La fábrica cuenta con maquinaria semiautomática como:

Envasadora y selladora

- Modelo: 1 Caño Inox con selladora
- Producción: 1020 L/h

Filtradora

- Modelo: Grande Inox
- Placas: 30
- Producción: 3.000 L/h

Bombas

- Tipo: Centrífuga
- Modelo: 50 M
- Corriente: Alimentación 110 V - 60 Hz

Rige su proceso productivo bajo la norma INEN 374, normas obligatorias que se refiere a bebidas alcohólicas y vinos de frutas, lo que permite brindar a todos sus consumidores un producto de calidad.

Debido a la gran demanda que presenta este producto y a la competencia dentro del mercado vinícola se presenta la necesidad de mantener a la Fábrica en un proceso constante de mejora en sus tres pilares fundamentales: administrativo, productivo y de mercadeo.

Empezaremos nuestra investigación realizando el estudio de la situación actual en la que se encuentra la fábrica de vinos “CONQUISTADOR DEL VALLE”, en el mismo se incluirán todos los datos correspondientes al organigrama administrativo, distribución de la planta, costos de producción y el proceso productivo utilizado, entre otros; todo esto con la finalidad de conocer cada uno de los beneficios que está brindando actualmente la fábrica a su propietario para posteriormente, al final de nuestro estudio compararlos con los resultados que arroje el mismo.

2.1.2 IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.

| | |
|----------------------------|--|
| RAZÓN SOCIAL: | Fábrica de vinos “Conquistador del Valle”. |
| RAMA DE ACTIVIDAD: | Industrial. |
| SUB-SECTOR: | Vinícola |
| CONFORMACIÓN JURÍDICA: | Compañía Limitada. |
| CONFORMACIÓN DE CAPITAL: | 100% Propio. |
| LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO: | República del Ecuador. Provincia de Tungurahua. Cantón Patate. Barrio San Francisco |
| LOCAL DE LA EMPRESA: | Propio. |

2.1.3 MISIÓN

Producir y comercializar vinos de calidad, con eficiencia; utilizando tecnología e ingeniería de punta, para satisfacer plenamente las necesidades de sus clientes. Lo cual se cumplirá mediante un nivel de producción caracterizado por la excelencia, preservando el medio ambiente, con un equipo humano comprometido a alcanzar el éxito de la empresa y el país.

2.1.4 VISIÓN

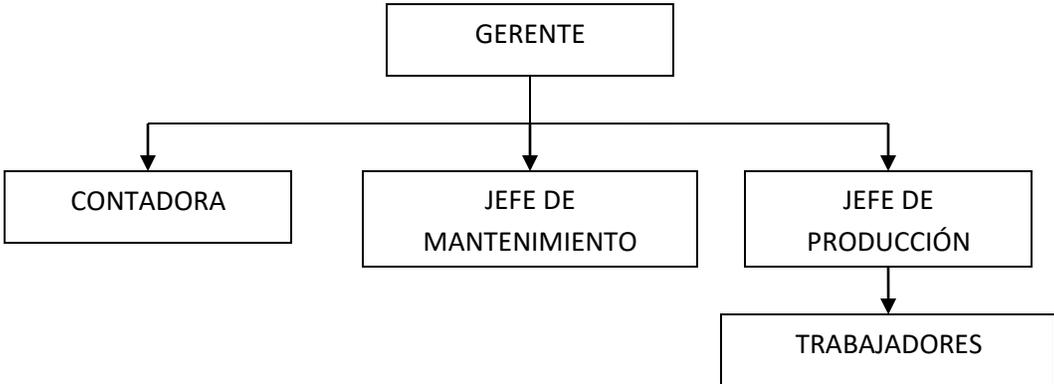
Ser reconocidos como una empresa líder en producción y comercialización de vinos dulces de frutas con una sólida posición financiera, social y medio ambiental. Atendiendo las necesidades de nuestros clientes sobre la base de un grupo humano calificado y mentalizado con el negocio, con tecnologías e infraestructura de primer nivel, para enfrentar así los requerimientos de los nichos de mercado nacional.

2.1.5 OBJETIVOS

- Tener activo un modelo de Planeación Económico – Financiero, modificable cada 2 años.
- Asegurar la producción de vinos de alta calidad.
- Crecer y consolidar la posición de la empresa.
- Optimizar la infraestructura e implementar las tecnologías necesarias para conquistar los nuevos mercados.
- Establecer estrategias comerciales para atender ventas directas
- Aumentar progresivamente el porcentaje de la utilidad.

2.1.6 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL ACTUAL

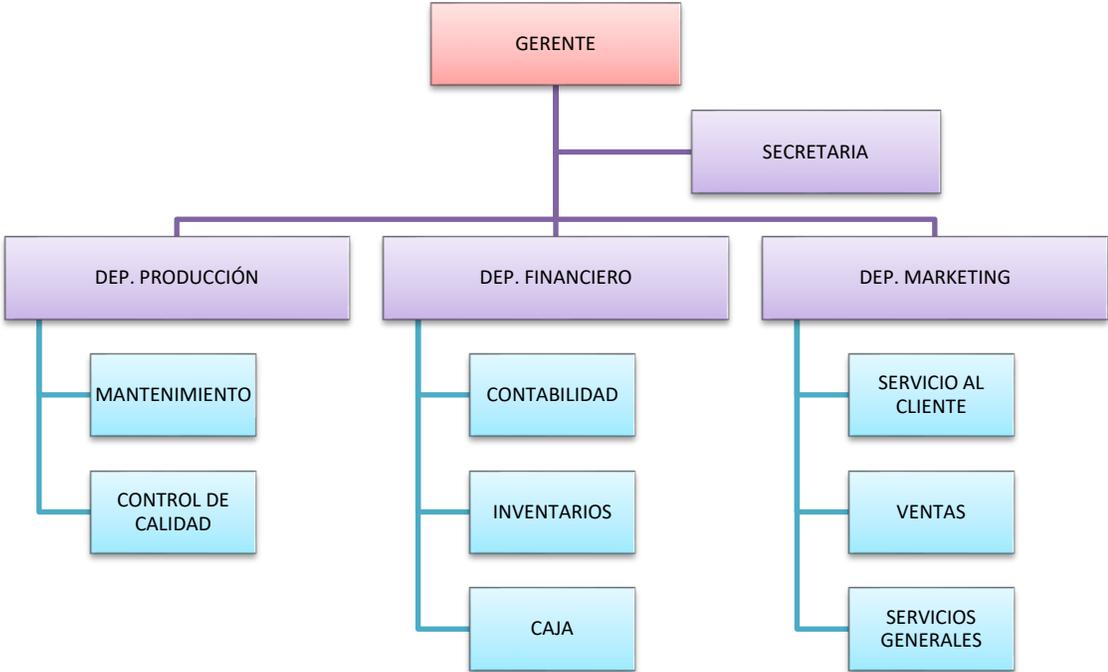
Gráfico No 1



Fuente: Vinos “Conquistador del Valle”

2.1.7 ORGANIGRAMA PROPUESTO

Gráfico No 2



Elaborado por: Las autoras

2.1.8 FUNCIONES DEL NIVEL DIRECTIVO, ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO DE LA FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR DEL VALLE” DEL CANTÓN PATATE

GERENTE

- Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.
- Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.
- Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.

SECRETARIA

- Brindar a su jefe un apoyo incondicional con las tareas establecidas, además de acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir dentro de la empresa.
- Hacer una evaluación periódica de los proveedores
- Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.
- Atención diaria de las agendas de la Gerencia.
- Atención a las entrevistas personales.
- Recepción de mensajes telefónicos de gerencia.
- Control del fondo fijo (Caja chica), de acuerdo a las normas y procedimientos establecidos para tal función.
- Cumplir y hacer cumplir las políticas, normas y procedimientos de la empresa.

CONTADORA

- Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas
- Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la Fábrica
- Preparar y presentar las declaraciones tributarias
- Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio
- Mantener el correcto funcionamiento de los sistemas y procedimientos contables de la empresa.
- Formular estados financieros.
- Investigar y dar solución a los problemas referentes a la falta de información para el registro contable.
- Preparar y ordenar la información financiera y estadística para la toma de decisiones de las autoridades superiores.
- Identificar y analizar los ingresos, egresos y gastos de operación de la empresa e informar periódicamente al Director General.

JEFE DE CONTROL DE CALIDAD

El jefe de control de calidad centra sus objetivos a fin de que se cumplan las especificaciones de ingeniería y para que los clientes queden satisfechos con el nivel de calidad del producto y la confiabilidad del mismo durante su vida.

JEFE DE MERCADOTECNIA

- Reunir todos los factores y hechos que influyen en el mercado.
- Planear y desarrollar nuevas formas de venta del producto.
- Promover las ventas en todos los lugares de la región
- Fijar el precio deseado de las distintas presentaciones.
- Vigilar que el producto se encuentre en todas las tiendas en el momento deseado.
- Satisfacer la demanda de los consumidores.
- Tener un STOCK elevado para cumplir con dicha demanda.

JEFE DE PRODUCCIÓN

- Ser responsable sobre el funcionamiento del área productiva de la empresa y sobre el cumplimiento de los objetivos y políticas establecidas por el Gerente General y/o el equipo gerencial.
- Optimizar y planificar los recursos productivos de la empresa para obtener un crecimiento progresivo de la productividad a la vez que se respetan los condicionantes y especificaciones de calidad.
- Organización y seguimiento de la ejecución de todos los trabajos dentro del ciclo de producción garantizando que, individualmente, cumplen con las especificaciones establecidas en el sistema de calidad.
- Promover el sistema de calidad en toda el área de la que es responsable, ayudando a completar aspectos que pueden contribuir a su mejora continuada.
- Tratar con el Gerente General sobre los planes a corto, medio y largo plazo para hacer progresar el área productiva de la empresa con respecto a las tendencias del mercado y de la tecnología.

JEFE DE MANTENIMIENTO

- Realizar los informes requeridos por las distintas direcciones y gerencias del nivel superior
- Evaluar las necesidades de compras y mantenimiento de maquinarias
- Controlar el correcto funcionamiento de los equipos e instalaciones de la Fábrica y coordinar las reparaciones con los proveedores de servicios externos.

2.2. UBICACIÓN

La fábrica de vinos “CONQUISTADOR DEL VALLE” se encuentra localizada en la provincia del Tungurahua, cantón Patate, en el barrio San Francisco.

La ubicación anteriormente dada esta dentro del sector urbano del cantón lo que es de gran beneficio para los trabajadores que laboran dentro de la fábrica ya que no tienen necesidad de utilizar autobús para llegar a sus respectivos puestos de trabajo.

2.2.1 ANÁLISIS DE LA PLANTA

DESCRIPCIÓN DE LA ESTRUCTURA FÍSICA⁵

2.2.1.1 El tamaño

La estructura física de la planta de producción de vino “Conquistador del Valle” contempla 2 pisos con un área aproximada de 120 m² cada uno de los niveles con sus respectivas separaciones o seccionamientos internos por medio de paredes de bloque para la distribución de cada una de los sectores de trabajo dentro de la planta.

En la parte posterior de la planta se encuentran ubicados los tanques utilizados para la fermentación y el combinado de ingredientes, los mismos que son de plástico y con la finalidad de evitar la corrosión de los mismos se los ha colocado sobre unas bases metálicas. Toda esta instalación que hemos mencionado se encuentra protegida por una cubierta de estructura metálica y zinc, y ocupa un área aproximada de 30 m².

La planta cuenta con un garaje amplio; el mismo que es utilizado para el momento de cargar en los camiones de distribución el producto terminado para su posterior distribución.

⁵ Sr. Luis Barrera, Gerente de la Fábrica de Vinos “Conquistador del Valle”

2.2.1.2 Altura de los techos

La división entre el primer y segundo nivel la proporciona una losa de concreto armado a una altura de 2.2 m y las une una gradería que se encuentra en uno de los lados de la planta.

El techo del nivel superior está construido por sectores: la primera parte del techo la cubre una losa de concreto y se encuentra a una ubicada a una altura de 2.2 m medidos desde el piso de la losa; mientras que la otra parte está protegida por una estructura hecha de madera y tragaluces a una altura de 2.6 m.

2.2.1.3 Acceso

“El libre movimiento de las mercancías hacia adentro y afuera de la unidad es tan importante como dentro de la planta”.

La unidad de productiva cuenta con dos puertas de acceso al nivel primario, la primera es la principal que está ubicada a un costado de la planta, tiene de un ancho de 1.2 m y una altura de 2.2 m y se la utiliza para el acceso del personal y el producto terminado al momento de llevarlo al lugar de almacenamiento.

La segunda puerta de acceso tiene un ancho de 1.6 m y una altura de 2.2 m y casi no se la utiliza como ruta de acceso o de salida.

El nivel superior cuenta con una puerta de ingreso y de salida, la misma que está ubicada al mismo costado que la puerta principal del primer nivel y a la altura de la gradería que une los dos pisos.

Al igual que la puerta principal del primer nivel este acceso es utilizado para transportar el producto terminado al área de almacenamiento.

Además, el segundo nivel cuenta con una abertura en la pared en forma de puerta que se encuentra ubicada al lado posterior de la planta, la misma que es utilizada por

los trabajadores al momento de trasladarse a los tanques de fermentación y lo hacen por medio de una escalera construida de madera.

2.2.1.4 Iluminación

La iluminación en la planta esta diferenciada en cada uno de los niveles; es así que en el primer nivel se utilizan focos incandescentes de luz amarilla pero solo se los utiliza en la tarde o en mañanas oscuras.

En el segundo nivel se utiliza la luz blanca ya que debido a la presencia de los tragaluces en el techo existe una iluminación natural permanente que únicamente es complementada en mañanas y tardes oscuras con el encendido de este tipo de iluminación.

2.2.1.5 Ventilación y calefacción:

Debe hacerse el máximo esfuerzo por conservar y distribuir en forma útil tanto el calor como el aire fresco. El aislamiento, las pantallas para comentes de aire, las capas de aire tibio y los conductos de calefacción se instalan mejor en la construcción y no posteriormente cuando su instalación puede resultar costosa, dar mal aspecto y causar molestias.

Dependiendo del uso que se le vaya a dar a la planta, puede ser necesario incorporar equipos de filtración, secado (humidificación) de aire al sistema de ventilación.

La ubicación de los procesos nocivos debe determinarse al principio, para que las chimeneas queden bastante lejos de cualquier punto de admisión de aire fresco, o de cualquier lugar donde las emisiones pueden ser perjudiciales.

Cumpliendo de esta manera con las normas técnicas medioambientales y de seguridad.

2.3. ESTUDIO Y ANÁLISIS DEL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO /FINANCIERO.

El departamento administrativo financiero de la Fábrica de Vinos “Conquistador del Valle” es aquel que ejecuta y lleva a la práctica las decisiones adoptadas por el nivel superior de la entidad, se le ha asignado las siguientes funciones:

- ✓ Planificar, orientar y dirigir la vida administrativa de la institución,
- ✓ Interpretar planes del alto nivel para transmitirlos a los niveles operativos y auxiliares para su ejecución,
- ✓ Establece un control contable de las operaciones generales en el negocio,
- ✓ Asistencia efectiva a todas las áreas.

El Análisis Administrativo como el examen exhaustivo de los planos organizativo, dinámico, funcional, estructural y comportamental de la empresa servirá para detectar situaciones anómalas y proponer las soluciones que sean necesarias para la fábrica tanto a nivel micro analítico como macro analítico.

Para aquello se analizará las siguientes variables:

El Plano Organizativo Dinámico

La Fábrica se sostiene en ciertos principios administrativos, a saber: Planeación, Organización, Staff o Dotación de Personal y Asesoría, Dirección, Control, Reporte, y Presupuesto. En el momento en que realizamos una investigación específica de lo que corresponde al Plano Organizativo Dinámico, nos enfocamos en el cumplimiento eficiente y eficaz de cada uno de tales postulados.

El Plano Funcional

En este plano se investiga cómo y de qué forma realiza la organización sus actividades productivas, para lo cual el Analista se puede valer de herramientas

tales como los organigramas, sociogramas, cuadros de distribución de trabajo, diagramas de flujo, cuadros estadísticos, entre otros. Uno de los fines más importantes de la investigación de este plano, es el determinar cómo poder mejorar y hacer más efectivos los procesos productivos de la organización.

El Plano Estructural

En la Fábrica se desarrollaron estructuras que funcionaron en su tiempo y espacio; pero que, sin embargo, traídos a nuestros días parecieran no adaptarse a nuestro tiempo y espacio. Podríamos decir, sin temor a equivocarnos, que muchas de las Firmas o Empresas actuales, todavía sufren influencias de tales organizaciones ancestrales. Una de las características de la Administración actual, es el cambio constante; el cual se aplica a éste plano estructural, en el tanto las estructuras organizacionales deben investigarse con el fin de mejorarlas cada vez, y así brindar al cliente un servicio que llene sus expectativas.

El Plano comportamental

Las organizaciones y la empresa ya han aceptado que su recurso más valioso ypreciado es el Humano. Los investigadores actuales prestan una especial atención a este factor como uno de los más críticos en la gestión de una empresa. Las relaciones interpersonales, tanto formales como informales, son las que se investigan en este plano; ya no observando al humano como una simple máquina productiva, sino como una de las partes más importantes de la empresa a la cual hay que mantener, desarrollar y potencializar.

Las empresas actuales, conscientes de la importancia del recurso humano, han implementado programas de Desarrollo Organizacional con el fin de preparar para el cambio a sus apreciados colaboradores, concomitantemente con una efectiva capacitación técnica.

El área administrativa financiera está localizada en la ciudad de Ambato desde donde se cumplen funciones requeridas por el gerente.

En este sector de la planta se encuentra una computadora y un teléfono. La sección es ocupada por la contadora y de aquí salen las órdenes para la producción en base de los pedidos que se hayan realizado por parte de los compradores

2.4. ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN ACTUAL

2.4.1 Producción mensual

Actualmente la fábrica produce 6.900 litros de vino, lo que corresponde a 500 docenas o a 6.000 unidades de 1.150 cm³ cada una, el mismo que viene dentro de una funda de aluminio sellado y colocado en un cartón pequeño que lleva el sello característico de la planta de producción.

Según indicaciones de los manuales de utilización de las máquinas existentes dentro de la Fábrica, se establece que la capacidad máxima de producción mensual es de 20.000 unidades, siendo está determinada por la Envasadora y Selladora cuyos datos técnicos son:

Capacidad máxima de producción: 23.000 litros

Producción recomendada: 17.250 litros

Debido a que la capacidad de producción recomendada es de 17.250 litros limitamos la producción a un máximo de 15.000 unidades mensuales.

De los datos anteriores podemos deducir que la capacidad de producción representa un 40% de la capacidad máxima de producción.

2.5. ANÁLISIS FODA DE LA FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR DEL VALLE”

El FODA es una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos o externos de programas o proyectos.

La fábrica cuenta con un FODA, los elementos que se deben analizar, corresponden a las fortalezas y debilidades que son los elementos base para la toma de decisiones por que responden respecto a la disponibilidad de recursos, personal, servicios, etc.

En torno a los aspectos externos de la institución, las oportunidades y amenazas son todos los elementos ajenos a la institución que son relevantes para la toma de decisiones y su normal funcionamiento.

FORTALEZAS

- Personal con experiencia en elaboración de vinos

Desde que la Fábrica inicio la producción de vinos, cuenta con personal que tiene experiencia en la producción y elaboración de vinos.

- Precio asequible del producto

La empresa mantiene un precio del producto de \$8.00 la caja de 12 unidades, por lo que su precio unitario en el mercado depende de cada distribuidor.

- Capacidad de negociación

La Fábrica cuenta con un capital de reserva para poder entregar sus productos a crédito a sus clientes potenciales, por un período de tiempo de 2 meses (de acuerdo al pedido solicitado).

- La ubicación de la Fábrica en un sector estratégico

La Ubicación de la Fábrica está situada en el Barrio San Francisco, a unas siete cuadras de la zona centro, facilitando el contacto directo con sus clientes y turistas.

➤ Infraestructura propia y equipada

Hace referencia al volumen de producción que puede obtenerse en un período determinado. Tiene suficiente capacidad para incrementar su nivel de producción cuenta con las instalaciones y maquinaria necesaria.

La capacidad productiva mensual que actualmente brinda la fábrica de vinos “CONQUISTADOR DEL VALLE” es de 6.000 unidades, mismas que cubren la demanda que tiene este producto en el mercado. Se cuenta con el espacio necesario para ver la posibilidad de una ampliación de esta unidad productiva, buscando al mismo tiempo reorganizar de la mejor manera la maquinaria que se encuentra dentro de la fábrica, con la finalidad de maximizar los beneficios.

OPORTUNIDADES

➤ Las nuevas tecnologías.

Las innovaciones tecnológicas y nuevas maquinarias que van apareciendo día tras día, permite que las empresas evolucionen constantemente en el proceso productivo.

Por lo que la Fábrica de Vinos “Conquistador del Valle”, se somete a cambios constantes de sus equipos, sistemas y maquinarias, originando de esta manera una buena producción y ofreciendo un producto de calidad a la población en general.

➤ Nuevos Clientes

A pesar de su corto tiempo de creación de la Fábrica de vinos “Conquistador del Valle”, ha logrado captar un gran número de clientes en distintos lugares dentro de la Provincia de Tungurahua, Bolívar, Pichincha, Cotopaxi. Pero existen nuevos mercados para expandir sus ventas.

- Consumo masivo del vino popular

El vino nunca ha sido tan barato como en la actualidad, esto se debe, en parte, a la fortaleza de los puntos de precio de \$1.00 a \$1,50. La Fábrica mantiene sus productos a costos bajos para sustentar estos niveles de precios intocables. La

mayoría de los productores de vino se permiten sacar promociones de precios para vender grandes volúmenes a través de los supermercados.

- Proveedores.

Cantón, se convierte en una oportunidad debido a la demanda de la materia prima necesaria para la elaboración de los productos en el sector

Los proveedores otorgan un crédito de aproximadamente 45 días, para el pago de la fruta.

- Expansión comercial de la localidad

El comercio en el sector y la provincia ha ido evolucionando en los últimos tiempos, dando cabida a la creación de despensas, micros mercados que requieren abastecerse de este producto

DEBILIDADES

- Falta de planeación económico- financiero

Durante sus 6 años de existencia de la fábrica no se ha realizado una planificación que sirva como herramienta para orientar al cumplimiento de los objetivos y metas de la empresa.

- Falta de capacitación al personal

La gerencia no se preocupa de la capacitación de sus trabajadores, por lo que se contrata a personas que no conocen bien del proceso de producción. Generando de esta manera retraso en el proceso productivo y falta de conocimiento de la actividad que desarrollan cada uno de los trabajadores.

- Falta de publicidad

La inexistencia de un departamento de mercadotecnia ha generado conformismo parte de la gerencia de la Fábrica, debido a que únicamente trabaja con clientes

preferenciales, dando lugar a que sus productos no sean conocidos en otras provincias y cantones.

Se debe tomar en cuenta que la Fábrica no tiene asignado los recursos económicos necesarios para contratar anuncios, vallas publicitarias, entre otras.

- Estructura orgánica y funcional inadecuada

En la actualidad la Fábrica no cuenta con un organigrama bien estructurado, por lo que no se puede delegar adecuadamente las funciones para cada nivel jerárquico. Por lo que constituye una gran debilidad frente a los organigramas de las Fábricas de su competencia.

- Capacidad instalada subutilizada

La maquinaria instalada en la empresa no se aprovecha al 100% de su capacidad productiva generando esto un costo y no rentabilidad.

- Departamento administrativo distante de la fábrica

El área encargada del control financiero no está situado en las instalaciones de la fábrica, se encuentra localizada en la ciudad de Ambato, generando así imprecisiones al momento cumplir con sus funciones y responsabilidades.

- No cuenta con un departamento de ventas

La fábrica carece de personal que se dedique exclusivamente a la venta de los vinos, razón por la que mantiene una línea de distribución y comercialización corta. Del fabricante al Distribuidor.

AMENAZAS

- Alto nivel de Competencia

Existen muchas otras plantas de fabricación de productos iguales dentro del mismo Cantón, lo que hace que la venta o comercialización del producto sea más difícil, lo

que nos lleva a tratar de elevar el poder de competitividad de la fábrica en estudio a los niveles más altos posibles.

- Cambios en las necesidades y gustos del consumidor,

En el mercado tenemos muchos productos sustitutos que son altamente comercializados dentro de nuestro mismo mercado; el ejemplo más demostrativo lo es el caso de la cerveza que es un producto muy apetecido.

Por obvias razones tenemos que conocer cuáles son los factores que inciden con mayor fuerza dentro de nuestro mercado consumidor; si es el costo, el sabor, la presentación o algún otro; con la única finalidad de lograr obtener mayor ventaja sobre las otras plantas productoras y mejorar el producto en base a los resultados obtenidos por el estudio de mercado que vamos a desarrollar en el siguiente capítulo.

- Incremento de impuestos

El gobierno en su afán de tener una cultura más saludable del país y de las personas optó por aumentar el iva, lo que provocó un incremento del 10% en el precio de las bebidas alcohólicas. Dando lugar a la disminución de los procesos de producción de las Fábricas por cuanto bajaron el nivel de pedidos.

- Falta de confianza del consumidor

Por el problema suscitado por la adulteración del alcohol, los productores indican que las personas temen consumir cualquier tipo de licor ya que tienen el prejuicio de que contenga metanol. Por lo que la población pide regularizar las Fábricas, a través de certificados. Todo esto provoca la falta de confianza por parte del consumidor final disminuyendo el proceso productivo de las Fábricas.

Cuadro No 1

PERFIL ESTRATÉGICO INTERNO

| ASPECTOS INTERNOS | DEBILIDADES | | NORMAL | FORTALEZAS | |
|--|----------------|------------|----------|------------|----------------|
| | GRAN DEBILIDAD | DEBILIDAD | | FORTALEZAS | GRAN FORTALEZA |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Personal con experiencia en la elaboración de vinos | | | | | ● |
| Precio asequible del producto | | | | | ● |
| Capacidad de negociación. | | | | ● | ● |
| La ubicación de la Fábrica en un sector estratégico. | | | | | ● |
| Infraestructura propia y equipada | | | | | ● |
| Falta de planificación económico-financiero | ● | | | | |
| Falta de optimización en el uso de los recursos por la inexistencia de presupuestos operativos y financieros | ● | | | | |
| Falta de capacitación al personal | ● | | | | |
| Falta de publicidad | ● | | | | |
| Estructura Orgánica y Funcional Inadecuada | | ● | | | |
| Capacidad instalada subutilizada | ● | | | | |
| Departamento Administrativo separado de la fábrica | ● | ● | | | |
| No cuenta un departamento de ventas | ● | | | | |
| TOTAL | 6 | 2 | 0 | 1 | 4 |
| PORCENTAJE | 46% | 15% | 0 | 8% | 31% |

De acuerdo al perfil estratégico del Análisis Interno tenemos que: Existe un 31% de grandes fortalezas. La empresa debe aprovechar estos factores positivos para contrarrestar las debilidades.

Existe un 46% de grandes debilidades que está representado por la falta de planeación económico financiero, falta de elaboración de presupuestos lo que quiere decir que si la organización no logra implantar una herramienta que oriente el uso

correcto de los recursos, podría afectar significativamente a su normal desenvolvimiento, por lo tanto debe buscar una estrategia de modo que esta debilidad se convierta en una fortaleza.

Cuadro No 2

PERFIL ESTRATÉGICO EXTERNO

| ASPECTOS INTERNOS | AMENAZAS | | NORMAL | OPORTUNIDADES | |
|---|--------------|------------|----------|---------------|-----------------|
| | GRAN AMENAZA | AMENAZA | | OPORTUNIDADES | GRAN OPORTUNID. |
| | 1 | 2 | | 4 | 5 |
| Las nuevas tecnologías | | | | | ● |
| Nuevos Clientes | | | | | ● |
| Consumo masivo del vino popular | | | | | ● |
| Proveedores | | | | | ● |
| Expansión comercial de la localidad | | | | | ● |
| AMENAZAS | | | | | |
| Alto nivel de competencia | ● | | | | |
| Cambios en las necesidades y gustos del consumidor. | | ● | | | |
| Incremento de impuestos | ● | | | | |
| Falta de confianza del consumidor | ● | | | | |
| TOTAL | 3 | 1 | 0 | 0 | 5 |
| PORCENTAJE | 40% | 10% | 0 | 0% | 50% |

De acuerdo al perfil estratégico del Análisis Externo tenemos que: Existe un 40% de grandes amenazas. Lo que significa que dentro de la organización existen inconvenientes que estén afectando al desempeño de “Vinos Conquistador del Valle”. Está representado por la desconfianza el consumo del vino

El 54.54% corresponde a grandes oportunidades, las mismas que están representadas por las siguientes variables:

Estas son aquellas variables que contribuyen al buen desempeño de la organización, se debe de aprovechar al máximo de estas oportunidades para seguir mejorando y creciendo como empresa.

MATRIZ DE MEDIOS INTERNOS

Para la evaluación del desenvolvimiento de la fábrica, la ponderación será la siguiente: Cada factor tendrá una ponderación, la misma que fluctuará entre 0 hasta 1, por lo que la suma será igual a 1

Los parámetros que se utilizaran son clasificados así.

1= Debilidad Grave o muy importante

2= Debilidad menor

3= Fortaleza menor

4= Fortaleza importante

El resultado ponderado se obtiene entre la ponderación y el parámetro asignado. Se suma el resultado ponderado a cada uno de los factores.

Para los resultados internos la calificación puede ser entre 4 máximo que implica que la empresa está estable y 1 mínimo que indica que la empresa tiene problemas, la media es igual a 2.5.

Cuando el resultado es inferior al promedio se tiene más debilidades que fortalezas y si el resultado es mayor al promedio se posee más fortalezas que debilidades.

Cuadro No 3

| Nº | FACTORES INTERNOS CLAVES | PONDERACIÓN | CLASIFICACIÓN | RESULTADO PONDERADO |
|----|--|-------------|---------------|---------------------|
| | FORTALEZAS | | | |
| 1 | Personal con experiencia en la elaboración de vinos | 0.08 | 4 | 0.32 |
| 2 | Precio asequible del producto | 0.07 | 4 | 0.32 |
| 3 | Capacidad de negociación. | 0.07 | 3 | 0.21 |
| 4 | La ubicación de la Fábrica en un sector estratégico. | 0.08 | 4 | 0.32 |
| 5 | Infraestructura propia y equipada | 0.08 | 4 | 0.32 |
| | DEBILIDADES | | | |
| 6 | Falta de planificación económico-financiero | 0.08 | 1 | 0.08 |
| 7 | Falta de optimización en el uso de los recursos por la inexistencia de presupuestos operativos y financieros | 0.08 | 1 | 0.08 |
| 8 | Falta de capacitación al personal | 0.08 | 1 | 0.08 |
| 9 | Falta de publicidad | 0.08 | 1 | 0.08 |
| 10 | Estructura Orgánica y Funcional Inadecuada | 0.08 | 1 | 0.08 |
| 11 | Capacidad instalada subutilizada | 0.08 | 1 | 0.08 |
| 12 | Departamento administrativo apartado de la fábrica | 0.07 | 2 | 0.14 |
| 13 | No cuenta con un departamento de ventas | 0.07 | 2 | 0.14 |
| | TOTAL | 1.00 | 29 | 2.25 |

ANÁLISIS:

El resultado obtenido en la matriz de Medios Internos es de 2.25 lo que indica que la fábrica tienes más debilidades que fortalezas, valor que al estar por debajo del promedio indica que las situaciones en la empresa se están manejando de una

manera adecuada, no obstante existen factores en los que se deben poner énfasis para tratar de mejorarlos como la falta una planificación económica y financiera, falta de elaboración de presupuestos, además debe de propender mejorar sus ventas y buscar alternativas, estrategias de venta, mejorando esas deficiencias la fábrica podría ser más eficiente y eficaz en la actividad productiva para brindar un producto de calidad a la ciudadanía. A demás se debe persistir en las acciones que fortalecen a la entidad ya que gran parte de ellos son las que mantienen la excelente imagen que se ha de lograr conseguir.

MATRIZ DE MEDIOS EXTERNOS

Para medir las influencias externas sobre la empresa, de cualquier cambio de medio externo que se experimente, se elabora la siguiente matriz: se evalúa a cada factor mediante una ponderación, la misma que fluctúa entre 0 hasta 1 por lo que la suma será igual a 1

Los parámetros que se utilizarán son clasificados así:

1= Amenaza importante o mayor

2= Amenaza menor

3= Oportunidad Menor

4= Oportunidad Importante

El resultado ponderado se obtiene de la ponderación y el parámetro asignado. Se suma el resultado ponderado a cada uno de los factores.

Para los resultados externos la calificación puede ser entre 4 máximo que implica que la empresa enfrenta amenazas importantes, la media es igual a 2.5.

Cuando el resultado es inferior al promedio se tiene más amenazas que oportunidades y si el resultado es mayor al promedio se posee más oportunidades que amenazas.

Cuadro No 4

| No | FACTORES INTERNOS CLAVES | PONDERACIÓN | CLASIFICACIÓN | RESULTADO PONDERADO |
|----|--|-------------|---------------|---------------------|
| | OPORTUNIDADES | | | |
| 1 | Las nuevas tecnologías | 0.11 | 4 | 0.44 |
| 2 | Nuevos Clientes | 0.10 | 3 | 0.30 |
| 3 | Consumo masivo del vino popular | 0.11 | 4 | 0.44 |
| 4 | Proveedores | 0.12 | 4 | 0.48 |
| 5 | Expansión comercial de la localidad | 0.11 | 4 | 0.44 |
| | AMENAZAS | | | |
| 6 | Alto nivel de competencia | 0.12 | 1 | 0.12 |
| 7 | Cambios en las necesidades y gustos del consumidor | 0.11 | 1 | 0.11 |
| 8 | Incremento de impuestos | 0.11 | 1 | 0.11 |
| 9 | Falta de confianza del consumidor | 0.11 | 1 | 0.11 |
| | TOTAL | 1 | 24 | 2.45 |

ANÁLISIS.

El resultado obtenido en la matriz de medios externos es de 2.45 lo que indica que la fábrica tiene más amenazas que oportunidades, valor que al estar por debajo del promedio indica que las situaciones externas en la institución se están recibiendo de una manera adecuada y adaptándolas para obtener la mayor cantidad de beneficios de estas, no obstante existen factores en los que se deben tomar medida adecuadas para que no afecten en su totalidad representando una gran desventaja en relación a la competencia. Además se debe continuar aprovechando al máximo los factores clave que nos favorecen para mantener el la posición que hoy en día se encuentra la fábrica.

2.6. PROCESO DE PRODUCCIÓN

- **Pulpa:** Constituye alrededor del 95 % del peso de la manzana, es un tejido frágil, el cual al romperse proporciona el mosto. Está compuesto por células de varios tamaños con paredes celulares excesivamente delgadas, en ella se encuentra el azúcar que es almacenado en forma de glucosa (dextrosa), y fructosa (levulosa), en proporciones casi iguales, contiene aproximadamente 30% de agua, ácidos tartáricos, ácidos málicos, ácidos cítricos y otros en menor cantidad.

La pulpa contiene minerales y sustancias nitrogenadas tales como: fosfato, cloruros, sulfatos, calcio, potasio, hierro, proteínas, péptidos y aminoácidos libres que sirven como factores de crecimiento para las levaduras durante la fermentación.

- **Semilla:** el grano puede tener hasta seis o presentar ausencia total de semillas. Constituye hasta el 3 % del peso de la manzana, contiene gran cantidad de agua y materiales leñosos. Tiene de 8 % a 10 % de aceite, el cual no tiene importancia desde el punto de vista enológico y no se corre el riesgo que entre en contacto con el mosto pues la semilla al no romperse no los libera. También se encuentran en la semilla ácidos, minerales, y taninos.
- **Las levaduras:** Son las encargadas de realizar la fermentación alcohólica y transformar aproximadamente el 90 % del azúcar en alcohol etílico y anhídrido carbónico el porcentaje restante es transformado en glicerol, ácido succínico, ácido acético y un número variado de sustancias en cantidades muy pequeñas.
- **El ácido cítrico** se utiliza para compensar alguna posible falta de acidez en los vinos y el ácido tartárico lo mismo pero en los mostos antes de su fermentación.

➤ **Tiempo de realización:**

Almacenar todos los elementos arriba mencionados se lleva a cabo de 6 horas laborables (1 día) mas 2 horas que se lleva a cabo la inspección de todas las materias primas antes mencionadas para constatar número, estado, y fechas de caducidad.

2.6.1 Desinfección y trozado

Luego de que la materia prima se encuentra dentro de la planta se procede a seleccionar las manzanas que van a intervenir dentro del proceso y las que no se las desecha.

Las manzanas seleccionadas se lavan para posteriormente ser cortadas en trozos de más o menos el valor de un cuarto del total de la manzana teniendo especial cuidado en no cortar las semillas.

➤ **Tiempo de realización:**

El proceso lleva realizarlo alrededor de 4 horas, tomando en cuenta que son 12000 manzanas y que son los 5 trabajadores los que intervienen en este proceso.

2.6.2 Fermentación

La fermentación alcohólica es la base de la vinificación. Sin su presencia un "vino" nunca sería vino, ya que para ello su graduación alcohólica ha de ser por lo menos de 9%, exceptuando determinados vinos blancos como es el caso de los vinos enverados. Sin embargo, su importancia no radica únicamente en la obtención de etanol a partir de los azúcares de la manzana, sino que además durante el proceso fermentativo se van a formar una gran cantidad de productos secundarios que influyen en la calidad y tipicidad del vino.

La fermentación es la transformación en alcohol y ácido carbónico del mosto de manzana, es un fenómeno físico y químico.

➤ **Tiempo de realización:**

Este es uno de los procesos más largos que se desarrolla en la elaboración del vino; 80 horas laborables (2 semanas), y de no desarrollarse de una manera continua podría ser causa de paros en la actividad demasiado largas.

2.6.3 Decante

Este proceso es muy importante, porque se produce la separación de las partes sólidas activas durante la fermentación (mucílago, gomas, peptinas, levaduras, enzimas, etc.) de la parte líquida (mosto-vino), que por lo general no posee más de 3 gramos de azúcar por litro. La importancia de este proceso es tal, que si se lo descuida, estas borras semifluidas son capaces de transferirnos al nuevo vino sabores no deseados, y pueden arruinar un excelente producto. A través de una manguera de goma muy limpia (si es nueva, mejor). Es preferible que sea de goma y no de plástico. Se la introduce por la boca superior en forma suave, hasta las $\frac{3}{4}$ partes del contenedor y extraemos el nuevo vino, depositándolo en otro perfectamente lavado y limpio, tratando que el contenedor nuevo, donde traspasará el vino quede lleno. Es importante que al contenedor que contiene el vino no ingresen rayos solares, para que la temperatura sea constante.

➤ **Tiempo de realización:**

Esta actividad no puede ser pasada por alto dentro del proceso productivo, ya que tiene vital importancia en la calidad del vino. Tiene un periodo de duración de 16 horas laborables (2 días) y basta con la presencia de un trabajador que constate la realización del proceso para que este se realice sin fallas.

2.6.4 Preparación del jarabe

En esta operación se procede a diluir el azúcar, el ácido cítrico, los saborizantes y los colorantes en agua para posteriormente colocarlos en el tanque de vino puro para darle al vino sus propiedades características como sabor, color y aroma.

➤ **Tiempo de realización:**

La preparación del jarabe se divide en dos partes: la preparación en sí y la realización de una inspección para determinar la calidad del jarabe y desarrollar de esta manera un aditamento que dé al vino de buenas características físicas como olor, color y sabor.

En el proceso interviene un trabajador y el jefe de producción de la planta.

2.6.5 Filtrado

Luego de haberse obtenido las propiedades requeridas en el vino se procede al filtrado del mismo a otro tanque desde el cual tomara el vino la llenadora.

➤ **Tiempo de realización:**

Esta actividad a desarrollarse depende básicamente de la velocidad de filtración que posee la maquina filtradora de la planta, la misma que es capaz de filtrar a razón de 3000 L/h.

Por la razón antes mencionada se calcula que filtrara los 6900 L en 2.3 horas.

2.6.6 Hidratado

En los tanques de vino puro se mezcla el jarabe azúcar y el ácido cítrico que viene completamente disuelto de otro recipiente, además de la adición de agua hasta obtenerse las propiedades deseadas.

➤ **Tiempo de realización:**

El hidratado se lleva a cabo al mismo tiempo de la filtración y se la desarrolla al interior de la filtradora por la que el tiempo de realización es las mismas 2.3 horas que lleva la filtración.

2.6.7 Llenado y sellado

El vino llega hacia la máquina envasadora a través de una tubería, para luego ser colocado en fundas con un contenido de 1.150 cm³ para posteriormente sellar la funda.

➤ **Tiempo de realización:**

Al igual que la filtración, el tiempo de realización de esta actividad depende de la velocidad de llenado y sellado de la máquina.

La llenadora realiza la actividad a razón de 1020 L/h por lo que se realiza el llenado y sellado de las fundas en un periodo de 7 horas.

2.6.8 Encartonado unitario

Las fundas contenedoras de vino son colocadas en el interior de los cartones unitarios, los mismos que son sellados con silicona.

➤ **Tiempo de realización:**

Al contrario de las 2 actividades antecesoras, esta es de tipo manual completamente y dependerá del desarrollo y adaptación que tenga el trabajador al método de trabajo.

Actualmente se desarrolla el encartonado de 2 unidades por minuto y tomando en cuenta que esta actividad la desarrollan 3 trabajadores se demorará alrededor de 17 horas

2.6.9 Encartonado por docena

Los cartones unitarios son depositados en el interior de las cajas en un número de 12 unidades.

➤ **Tiempo de realización:**

Al igual que el encartonado individual este es un proceso manual íntegramente, y la desarrollan un solo trabajador de la planta.

Llenar y sellar una caja de 12 unidades le lleva; con el método de trabajo actual utilizado, alrededor de 1.5 minutos, por lo que se calcula que el tiempo total de realización de la actividad es de 10 horas aproximadamente.

2.6.10 Almacenamiento

Las cajas son almacenadas en la bodega, listas para su distribución.

➤ **Tiempo de realización:**

La distancia actual que separa al área de encartonado con el área de almacenaje es grande actualmente y dificultoso para los trabajadores debido a que se encuentra en la planta baja.

La actividad se desempeña a razón de 3 cajas cada 5 minutos por trabajador. Generalmente de esta actividad participan los 5 empleados por lo que en 2.78 horas se completara la realización de esta actividad.

2.7. ANÁLISIS DE LA CRISIS DEL SECTOR VINÍCOLA ACTUAL Y SU INCIDENCIA EN LA EMPRESA Y EL PAÍS.⁶

Tradicionalmente se define como vino al jugo fermentado de la uva, sin embargo desde el punto de vista tecnológico, se puede obtener un producto equivalente de la fermentación de otro tipo de frutas, tan solo se requiere que las levaduras de fermentación puedan actuar sobre ellas, es así como se ha desarrollado el concepto de los Vinos de Frutas en el Ecuador, en especial en el Valle del Patate, hogar de FÁBRICA “CONQUISTADOR DEL VALLE”, productora de los vinos dulces de frutas

⁶<http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101206054/-1/La%20industria%20vin%C3%ADcola%20se%20declara%20en%20crisis%20.html>

del mismo nombre de la fábrica, los cuales se elaboran de las más variadas frutas de la región.

Los vinos de frutas son una alternativa viable para el desarrollo agro industrial, ya que dan un valor agregado a la fruta, y abren un nuevo mercado aumentando los beneficios económicos. Además la elaboración de vinos a partir de jugos de frutas, garantiza la estabilidad del producto a temperaturas ambiente reduciendo costos. En el Ecuador, el mercado de vino de frutas está creciendo debido a que existen empresas que se están dedicando a la producción y comercialización del mismo, sin embargo estos productos son elaborados en base a sustancias químicas, las cuales quitan la pureza y sabor que siempre han caracterizado al vino.

Lo primero que hay que decir es que el vino, a lo largo de la historia, ha estado muy bien considerado por la alta sociedad, siendo testigo imprescindible en cualquier acontecimiento o banquete de importancia y alrededor de él se han firmado los grandes tratados y acontecimientos históricos.

Desde el 14 de julio del año 2011, el alcohol adulterado ha sido una problemática que ha puesto a Ecuador en estado de emergencia, luego de que al menos 51 personas hayan muerto por ingerirlo. En todo el país, está prohibida la venta de 14 marcas de bebidas alcohólicas, que se comprobó que eran tóxicas para el consumo humano.

El Ministro de Salud Pública, David Chiriboga, lideró la campaña “Entrega una botella de alcohol y salva una vida” obteniendo como resultado 120.000 litros de alcohol adulterado, por los que se pagó \$0.80 por cada botella: 25.500 litros en Guayas mientras que 25.330 litros en Pichincha.

Ante los diversos casos de fallecidos a escala nacional producto del consumo del licor mezclado con metanol, varias industrias vinícolas de Tungurahua han sufrido pérdidas económicas debido a que, según estas, las autoridades encargadas de controlar estas anomalías no emiten los certificados correspondientes a las industrias que trabajan dentro de la Ley y tienen en regla todos los permisos.

Los productores dicen que las personas temen consumir cualquier tipo de licor ya que tienen el prejuicio de que contenga metanol. Ellos piden regularizar, a través de certificados, a las empresas con varios años de trayectoria.

Se debe tomar en cuenta que, no sólo la fabricación clandestina golpea a los negocios de sus agremiados y a la salud de los ecuatorianos sino que también lo hace el aumento de los impuestos con los que se gravó el licor pues ha fomentado el crecimiento de la informalidad.

El hecho de que los productos de los industriales licoreros del país estén excesivamente gravados hace que el público, al no tener una opción económica sino la más baja, busque los productos que no ofrecen las garantías que están obligados a cumplir

En el país existe una cultura de alcoholismo pues en los programas de los centros educativos se expende alcohol. “Debemos cambiar esa mentalidad y tener un festejo sin necesidad del alcohol. Buscar una diversión sana”.

Desde hace cuatro años, el sector vinícola tuvo pérdidas económicas del 30%. Ahora, con el problema del licor adulterado, las pérdidas superan el 80%, según sus propias cifras.

El alcohol metílico o de madera, es una sustancia líquida utilizada principalmente en la industria como disolvente de pinturas y como anticongelante. La fuente principal de intoxicación es el consumo de licores adulterados, fabricados con metanol en lugar de etanol.

La alteración del licor se produce en destiladores clandestinos que no garantizan una temperatura estable durante su proceso, el mismo que se contamina y va al consumidor.

Esta mezcla tóxica de etanol con metanol, también puede llegar a darse en la producción de bebidas caseras como la popular chicha.

El alcohol metílico actúa en el organismo humano como un veneno tan mortífero como puede ser el cianuro, el talio o la cicuta. Lo que ocurre actualmente en el país es que mezclaron en proporciones desconocidas y embotellaron sin medir las consecuencias, el alcohol con metanol. Las autoridades deben proteger al consumidor de los comerciantes inescrupulosos, que se enriquecen con la adulteración de alimentos, bebidas y medicamentos.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. INTRODUCCIÓN

Debido a que el producto ofertado por la fábrica en estudio no es nuevo y la competencia dentro del mercado de bebidas alcohólicas es grande, no podemos encaminarnos a producir grandes cantidades del producto que posteriormente no podamos vender; por estos motivos debemos realizar un estudio de mercado que nos pueda llevar con sus resultados a tomar decisiones asertivas que conlleven a la fábrica a lograr mayores beneficios sin desperdiciar recursos.

Así podremos evidenciar que dentro del cantón Patate; lugar del emplazamiento de la fábrica de producción, existen muchas otras plantas de fabricación de productos similares o iguales, lo que hace que la venta o comercialización de nuestro producto sea más difícil, lo que nos lleva a tratar de elevar el nivel de competitividad de nuestra fábrica en estudio a los niveles más altos posibles.

Además de lo expuesto en el párrafo anterior, existen muchos productos sustitutos que son altamente comercializados dentro de nuestro mismo mercado; el ejemplo más demostrativo lo es el caso de la cerveza que es un producto muy apetecido.

Tenemos que conocer cuáles son los factores que inciden con mayor fuerza dentro de nuestro mercado consumidor; si es el costo, el sabor, la presentación o algún otro; con la única finalidad de lograr obtener mayor ventaja sobre las otras plantas productoras y mejorar nuestro producto en base a los resultados obtenidos por el estudio de mercado que vamos a desarrollar en el presente capítulo.

3.1.2 PRODUCTOS FABRICADOS

El único producto que se produce en la planta es el vino de frutas, el mismo que para su comercialización es envasado en fundas aluminizadas y colocadas dentro de un cartón. Este sistema de envasado es conocido en la industria como “BAG in BOX”.

Este producto viene en tres diferentes sabores:

Gráfico No 3

PRODUCTOS FABRICADOS



Fuente: Fábrica de Vinos “Conquistador del Valle”

Elaborado por: Las autoras

3.1.3 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

El cartón unitario de vino dulce de frutas producido por la planta de producción “CONQUISTADOR DEL VALLE” tiene las siguientes características:

- Contiene 1150 cm³ de vino con un grado alcohólico de 10° GL.

- El producto está constituido por ingredientes como mosto de manzana, alcohol etílico y ácido cítrico.
- El empaque aluminizado está aprobado por la FDA. (Food and Drug Administration: Agencia de Alimentos y Medicamentos¹ o Agencia de Drogas y Alimentos) es la agencia del gobierno de los Estados Unidos responsable de la regulación de alimentos (tanto para seres humanos como para animales), suplementos alimenticios, medicamentos (humanos y veterinarios), cosméticos, aparatos médicos (humanos y animales), productos biológicos y derivados sanguíneos.
- El producto cumple con la norma INEN 374.

3.1.4 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA ANALIZAR LA OFERTA Y DEMANDA

La población del Cantón Ambato, según el Censo del 2010, representa el 65,1 % del total de la Provincia de Tungurahua. El 46,4 % reside en el Área Rural; se caracteriza por ser una población joven ya que el 41,8 % son menores de 20 años, según se puede observar en la Pirámide de Población por edades y sexo.

Para el cálculo de la muestra hemos estratificado la población entre las edades de 15 a 64 años.

La población estratificada del cantón Patate: 8.049

La población estratificada del Cantón Ambato: 350.810

Población Total Estratificada: 358.859

(Anexo 1)

FÓRMULA PARA EL CÁLCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{4NP(1 - P)}{k^2 (N - 1) + 4P (1 - P)}^7$$

Dónde:

N= Población

n=Tamaño de la muestra

P= Probabilidad

k= Margen de error

El margen de error que hemos considerado para la aplicación de la fórmula es del 5%, el cual nos representa el 95% de nivel de Confianza.

Cálculo:

$$n = \frac{4(358.859)(0.95)(1 - 0.95)}{(0.05)^2 (358.859 - 1) + 4(0.95)(1 - 0.95)}$$

$$n = \frac{68.183,21}{89.335}$$

$$n = 76 \text{ ENCUESTAS}$$

Del total de las encuestas el 75% se aplicó al Cantón Ambato y el 25% al Cantón Patate.

⁷ DÍAZ NARVAEZ, Víctor Patricio, METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION CIENTÍFICA Y BIOESTADÍSTICA, Año 2009.

3.2 ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE DATOS

3.2.1 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA APLICADA AL GERENTE DE LA FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR DEL VALLE” DEL CANTÓN PATATE.

De conformidad a la encuesta aplicada, observamos que al momento de crear la Fábrica el Sr. Luis Barrera observó una oportunidad de crecimiento económico y social, debido a que las Fábricas ya existentes en el Cantón Patate comercializaban en grandes cantidades sus productos y por ende obtenían un porcentaje de rentabilidad muy alto.

El gerente además nos señala que la Fábrica cuenta con 2 Empleados y 5 Trabajadores, con los cuales mantiene una buena relación, ya que no permanece la totalidad del tiempo en la Fábrica. En cuanto a sus empleados y trabajadores nos manifiesta que no reciben ningún tipo de capacitación, debido a que no se ha elaborado un presupuesto en donde se asigne recursos para capacitación de personal, por lo que nos aclara, que por la falta de capacitación el personal no es lo suficientemente productivo, por lo que considera muy indispensable la elaboración y aplicación de un Plan Económico Financiero para su Fábrica, en donde se pueda distribuir adecuadamente los recursos y mejorar la calidad del producto para la entera satisfacción del consumidor, cabe mencionar que el Gerente mantiene a todos sus empleados y trabajadores afiliados al IESS, cumpliendo con la Ley y ofreciéndoles estabilidad laboral.

Nos menciona además que una de las experiencias que adquirió al momento de crear su Fábrica es que antes de iniciar cualquier tipo de actividad se debe realizar un estudio previo del mercado y la actividad que se va a desarrollar, para de esta manera no fracasar en un futuro.

Antes de finalizar la encuesta, nos supo manifestar que es muy importante la protección del medio ambiente, por lo que se debe adoptar medidas de prevención de forma inmediata, dándonos a conocer de que en su Fábrica existe contenedores

específicos para reciclar cristal, papel, cartón y plástico, contribuyendo de esta manera al cuidado del medio ambiente.

3.2.2 ANÁLISIS Y TABULABULACIÓN DE DATOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS EMPLEADOS DE LA FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR DEL VALLE” DEL CANTÓN PATATE.

1. SOBRE LA FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR DEL VALLE”

➤ ¿Le gusta trabajar en ésta empresa?

Cuadro No 5

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|--------------|-----------|-------------|
| SI | 7 | 100% |
| NO | 0 | |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No 4



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: La totalidad de los trabajadores indican que les gusta trabajar en ésta empresa por cuanto se sienten a gusto en ella.

➤ ¿Siente que está integrado en ella?

Cuadro No 6

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|--------------|-----------|-------------|
| SI | 5 | 71% |
| NO | 2 | 29% |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 5



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: Del total de las encuestas realizadas a los empleados de la Fábrica, el 71% nos indican que se sienten integrados en la Fábrica y el 29% indica que no, por lo que observamos que el mayor número de empleados de la Fábrica siente que sí está integrado en ella.

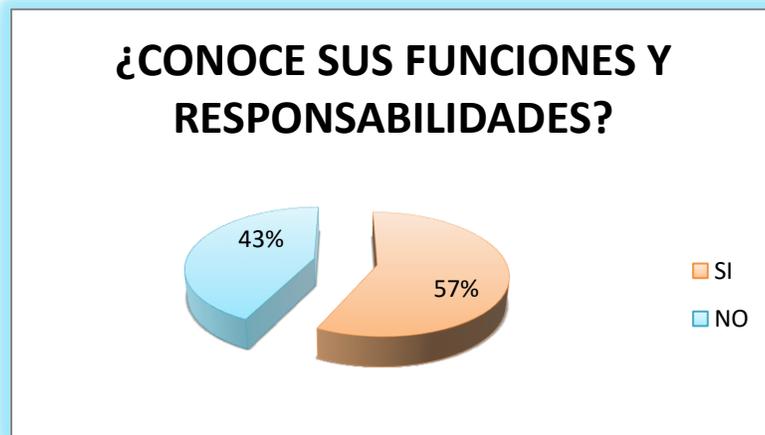
➤ **¿Conoce sus funciones y responsabilidades?**

Cuadro No 7

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 4 | 57% |
| NO | 3 | 43% |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 6



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: De acuerdo a la pregunta N° 3, el 57% de los empleados de la Fábrica nos indican que conocen acerca de sus responsabilidades y funciones que desempeñan en la Fábrica, mientras que el otro 43% indican que no conocen bien cuáles son sus funciones y responsabilidades, por lo que nos podemos observar que no existe un mayor número de empleados que conozca realmente cuáles son sus funciones y responsabilidades dentro de la Fábrica.

Sugerencia: Se sugiere que se dé a conocer a los trabajadores sobre todas y cada una de las funciones que desempeñan en cada uno de sus puestos de trabajo por cuanto esto ayudará a mejorar su desempeño en las labores encomendadas.

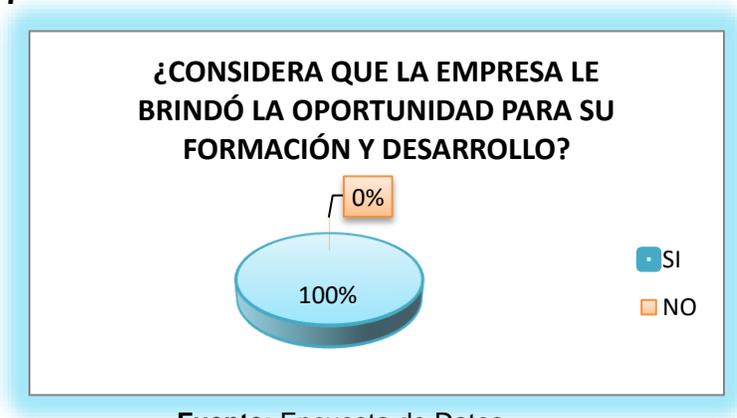
- ¿Considera que la empresa le brindó la oportunidad para su formación y desarrollo personal?

Cuadro No 8

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|--------------|-----------|------|
| SI | 7 | 100% |
| NO | | |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 7



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: La totalidad de los empleados de la Fábrica nos indican que al momento de ingresar a laborar en la empresa, ésta les brindó la oportunidad para su formación y desarrollo, tanto personal como profesional, por lo que se sienten orgullosos de trabajar en la Fábrica.

2. SOBRE LAS CONDICIONES AMBIENTALES EN EL PUESTO DE TRABAJO

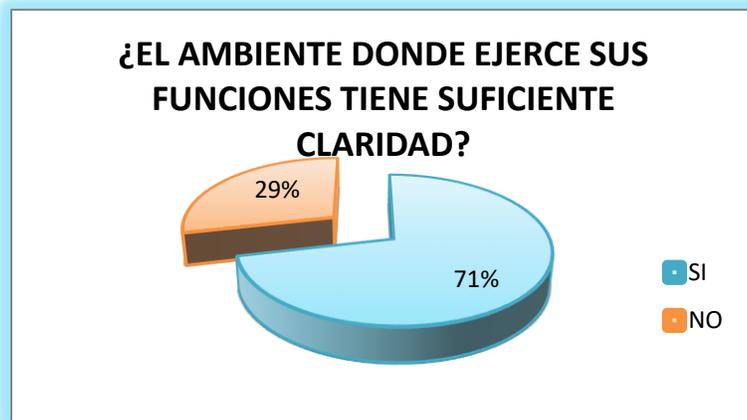
- ¿El ambiente donde ejerce sus funciones tiene suficiente claridad?

Cuadro No 9

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 5 | 71% |
| NO | 2 | 29% |
| TOTAL | 10 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 8



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 29% de los empleados de la Fábrica nos indican que el ambiente en donde ejercen sus funciones no tiene suficiente claridad para desarrollar mejor sus actividades, mientras que el 71% indican que tienen un ambiente adecuado para ejercer sus funciones, por lo que observamos que la mayoría de los empleados tienen un ambiente agradable de trabajo.

Sugerencia: De acuerdo a los resultados obtenidos, se sugiere que se realice un control específico en los lugares en donde no existe la suficiente claridad para que los empleados desarrollen mejor sus actividades diarias.

➤ ¿Es la temperatura adecuada en los talleres?

Cuadro No 10

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 5 | 71% |
| NO | 2 | 29% |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 9



Fuente: Encuesta de Datos

Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 71% de los empleados de la Fábrica nos indican que en los talleres en donde realizan sus actividades diarias tiene la temperatura adecuada por lo que les permite realizar correctamente sus actividades, mientras que el 29% de los empleados indican que los lugares en donde laboran no cuenta con la temperatura adecuada para desarrollar sus actividades.

Sugerencia: Debe existir una temperatura adecuada en los diferentes tipos de talleres que existen en la Fábrica, con la finalidad de que los trabajadores se sientan en un ambiente agradable de trabajo y puedan desarrollar adecuadamente sus funciones.

➤ ¿El ruido de las máquinas afecta o no a su salud?

Cuadro No 11

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 5 | 71% |
| NO | 2 | 29% |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 10



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 71% de los empleados de la Fábrica indican que el ruido de las máquinas afecta de manera directa a su salud, por lo que se debería tomar las medidas de seguridad necesarias para desarrollar mejor sus actividades. El 29% de los empleados indican que el ruido de las máquinas no afecta a su salud.

Sugerencia: Se debe realizar una capacitación acerca de los riesgos que existen en el lugar del trabajo y las debidas precauciones que debe tener cada uno de los trabajadores.

➤ ¿Se mantiene la empresa limpia y aseada?

Cuadro No 12

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 7 | 100% |
| NO | | |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 11



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: La totalidad de los empleados de la Fábrica indican que la empresa siempre se encuentra limpia y aseada, por lo que se siente un ambiente agradable trabajar en ella.

3. SOBRE LA INTEGRACIÓN EN EL TRABAJO

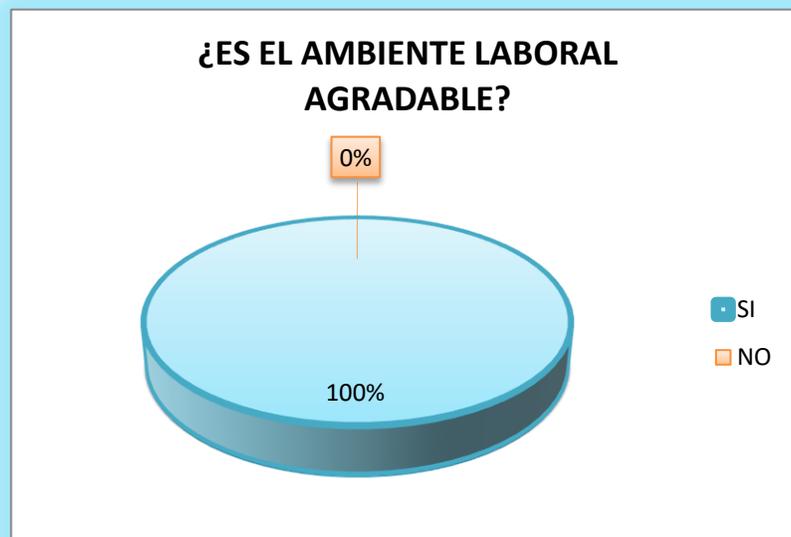
➤ ¿Es el ambiente laboral agradable?

Cuadro No 13

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 7 | 100% |
| NO | | |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 12



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: La totalidad de los empleados de la Fábrica indican que el ambiente de trabajo en la empresa es muy agradable, por lo que mantienen una buena relación y comunicación entre todos.

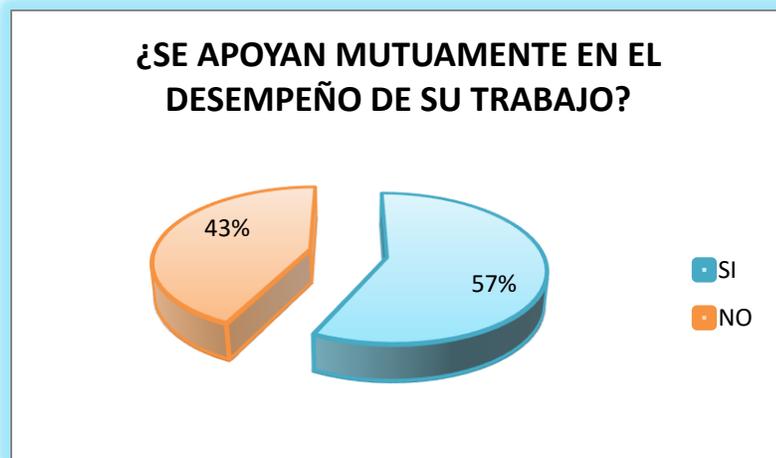
➤ ¿Se apoyan mutuamente en el desempeño de su trabajo?

Cuadro No 14

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 4 | 57% |
| NO | 3 | 43% |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 13



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 57% de los empleados de la Fábrica indican que todos se apoyan mutuamente en el desempeño del trabajo, mientras que el 43% indican que no existe un apoyo mutuo al momento de desempeñar el trabajo, por lo que podemos observar que no existe una respuesta concreta acerca del apoyo mutuo en el desempeño de sus labores.

Sugerencia: Se sugiere, que debe existir un apoyo mutuo entre los empleados y el Gerente de la Fábrica en cuanto se refiere al desempeño del trabajo que realiza cada uno con lo que mejoraría el desarrollo de las actividades de la Fábrica.

➤ ¿La comunicación con sus compañeros es fluida?

Cuadro No 15

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 3 | 40% |
| NO | 4 | 60% |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 14



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 60% de los empleados de la Fábrica indican que la comunicación existente entre compañeros no es muy fluida por lo que no tienen una comunicación directa entre ellos, mientras que el 40% indica que en la Fábrica existe una comunicación buena entre todos.

Sugerencia: Se debe realizar una charla con todos los trabajadores y empleados de la Fábrica con el objetivo de mejorar la relación y comunicación entre cada uno de ellos.

4. SOBRE SU JEFE DIRECTO O SUPERIORES

- ¿Existe comunicación satisfactoria y pertinente?

Cuadro No 16

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 6 | 86% |
| NO | 1 | 14% |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 15



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 86% de los empleados de la Fábrica indican que la relación que existe entre su Jefe Directo o Superiores es buena, ya que tienen una comunicación satisfactoria y pertinente en el momento adecuado, mientras que el 14% de los empleados señalan que no existe una comunicación satisfactoria entre ellos.

Sugerencia: Se debe analizar los puntos, sobre el por qué no existe una buena comunicación entre el Gerente y los empleados de la fábrica, para poder tomar las debidas medidas de corrección.

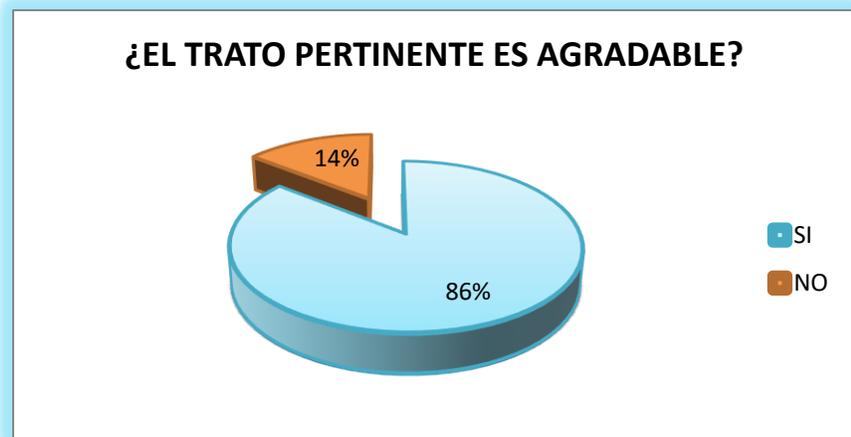
➤ ¿El trato oportuno es agradable?

Cuadro Nº 17

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 6 | 86% |
| NO | 1 | 14% |
| TOTAL | 10 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 16



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 86% de los empleados de la Fábrica señala que el trato que tienen por parte de su Jefe Directo y Superiores es bueno y agradable por lo que se sienten a gusto realizar el trabajo encomendado, mientras que el 14% de los empleados indica que no existe un trato agradable hacia ellos.

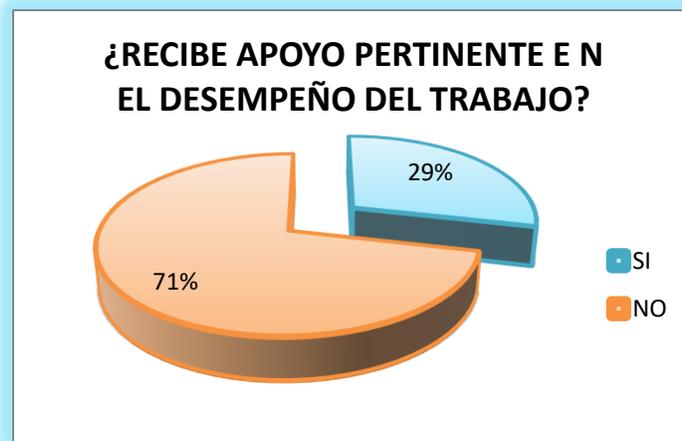
➤ ¿Recibe apoyo oportuno en el desempeño del trabajo?

Cuadro No 18

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 2 | 29% |
| NO | 5 | 71% |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 17



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 71% de los empleados de la Fábrica señala que al momento de desempeñar sus actividades no reciben ningún tipo de apoyo por parte de su Jefe Directo o Superiores, mientras que el 29% de los empleados señala que si existe un apoyo en el desempeño del trabajo.

Sugerencia: Se sugiere al Gerente de la Fábrica que analice cada esfuerzo que realizan los trabajadores para llevar adelante a la empresa, por cuanto se debería apoyar en el momento oportuno el desempeño que realiza cada uno de sus trabajadores.

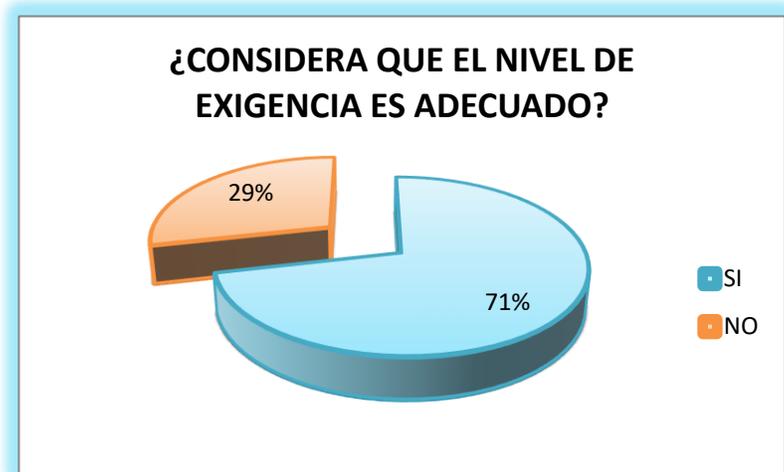
➤ **¿Considera que el nivel de exigencia es adecuado?**

Cuadro No 19

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 5 | 70% |
| NO | 2 | 30% |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 18



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 71% de los empleados de la Fábrica considera que el nivel de exigencia proporcionado por el Jefe o sus Superiores es adecuado para desarrollar correctamente sus actividades, mientras que el 29% de los empleados señalan que el nivel de exigencia para realizar sus labores no es adecuado.

Sugerencias: Se debe realizar una charla con todos los trabajadores de la Fábrica con el objetivo de darles a conocer cuál es el nivel de exigencia que cada uno de ellos debe realizar en cada una de las actividades que realizan para mejorar el desarrollo de la misma.

5. SOBRE SU PUESTO DE TRABAJO

- ¿Está Ud. Satisfecho con el trabajo que desempeña?

Cuadro No 20

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 7 | 100% |
| NO | | |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 19



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: La totalidad de empleados de la Fábrica señala que se siente satisfecho con el trabajo y las actividades que desempeñan en cada uno de sus puestos de trabajo.

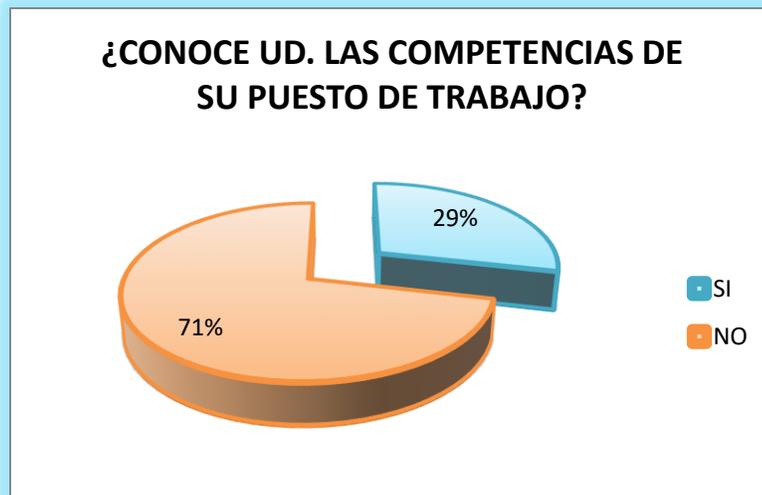
➤ **¿Conoce usted las competencias de su puesto de trabajo?**

Cuadro No 21

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|--------------|-----------|-------------|
| SI | 2 | 29% |
| NO | 5 | 71% |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 20



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 71% de los empleados de la Fábrica señalan que no conocen cuáles son las competencias en sus distintos puestos de trabajo, mientras que el 29% indican que conocen sobre las competencias de su puesto de trabajo, por lo que observamos que es obligación del Jefe directo y Superiores indicar a cada uno de sus empleados las competencias de su puesto de trabajo.

Sugerencia: Cada uno de los trabajadores tiene que saber cuáles son las competencias de cada uno de sus puestos de trabajo en la Fábrica, para que puedan desarrollar mejor sus actividades.

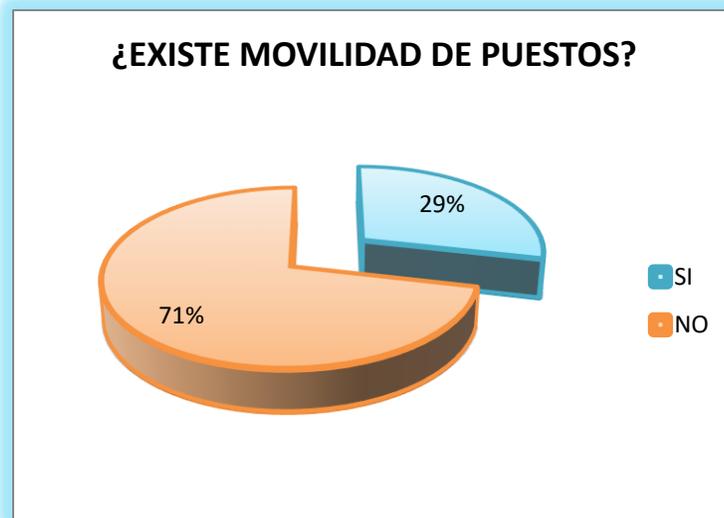
➤ ¿Existe movilidad en los puestos de trabajo?

Cuadro No 22

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 2 | 29% |
| NO | 5 | 71% |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 21



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 71% de los empleados de la Fábrica señalan que no hay movilidad de puestos de trabajo, por cuanto se mantienen siempre en el lugar establecido para desempeñar sus funciones. El 29% de los empleados señala que tienen movilidad de puestos de trabajo dentro de la empresa.

➤ ¿Existe discriminación por sexo?

Cuadro No 23

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 0 | |
| NO | 7 | 100% |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 22



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: La totalidad de los empleados de la Fábrica señala que no existe ningún tipo de discriminación por sexo con sus compañeros, por lo que realizan sus actividades en forma conjunta.

6. SOBRE SU SUELDO

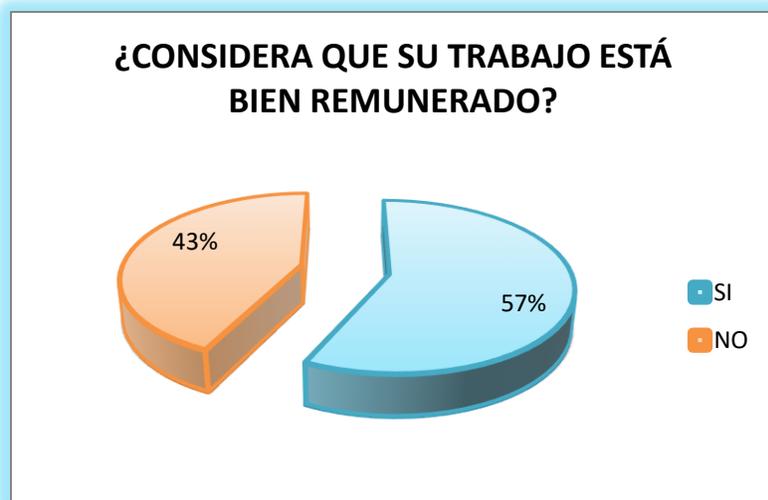
➤ ¿Considera que su trabajo está bien remunerado?

Cuadro No 24

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 4 | 57% |
| NO | 3 | 43% |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 23



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 57% de los empleados de la Fábrica indican que se encuentran bien remunerados en cuanto a las actividades que realizan cada uno de los empleados, mientras que el 43% considera que su actividad que desarrollan no está bien remunerada, por lo que observamos que no existe una respuesta concreta en cuanto a su remuneración.

Sugerencia: Se debe realizar un análisis, sobre el por qué los trabajadores consideran que su trabajo no está bien remunerado, o a su vez tener una reunión directamente con el Gerente de la Fábrica y explicar los motivos por los que consideran que su trabajo no se encuentra bien remunerado.

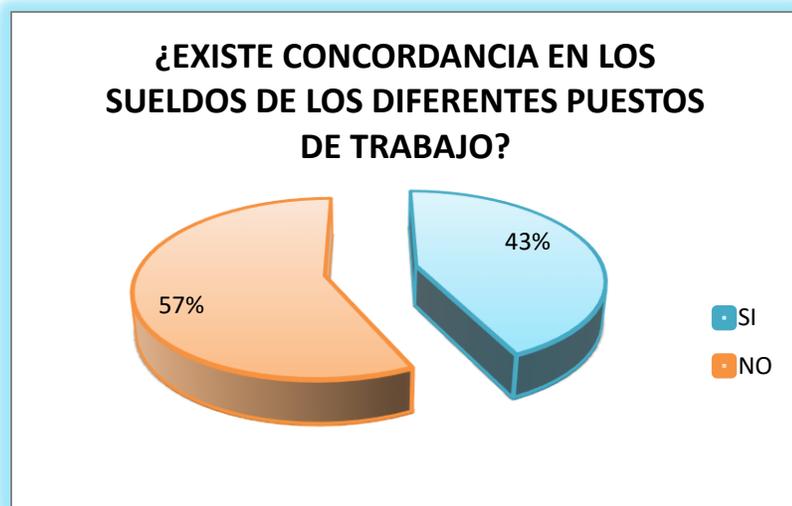
- ¿Existe conformidad en los sueldos de los diferentes puestos de trabajo?

Cuadro No 25

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 3 | 43% |
| NO | 4 | 57% |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 24



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 43% de los empleados de la Fábrica indican que existe concordancia de sueldos en los diferentes puestos de trabajo, mientras que el otro 57% considera que no existe una igualdad en los sueldos de los diferentes puestos de trabajo, por lo que observamos que no existe una respuesta concreta en cuanto a si existe o no concordancia en los diferentes puestos de trabajo.

Sugerencia: Se debe indicar a los trabajadores que todos los sueldos no pueden ser iguales debido que no todos realizan la misma actividad en la Fábrica.

- ¿Considera que los sueldos están en concordancia con la marcha de la empresa?

Cuadro No 26

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 6 | 86% |
| NO | 1 | 14% |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 25



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 86% de los empleados de la Fábrica consideran que los sueldos que mantienen en la actualidad están en concordancia con la marcha que tiene la empresa, por cuanto no se sienten insatisfechos en cuanto a su remuneración personal, mientras que un 14% de los empleados señalan que no consideran que los sueldo que perciben estén de acorde con la marcha que tiene la empresa.

7. SOBRE LA SATISFACCIÓN PERSONAL

- ¿Considera que realiza trabajo productivo?

Cuadro No 27

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 7 | 100% |
| NO | 0 | |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 26



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: La totalidad de los empleados de la Fábrica señala que realiza un trabajo productivo dentro y fuera de la empresa por cuanto sus actividades generan satisfacción personal y profesional.

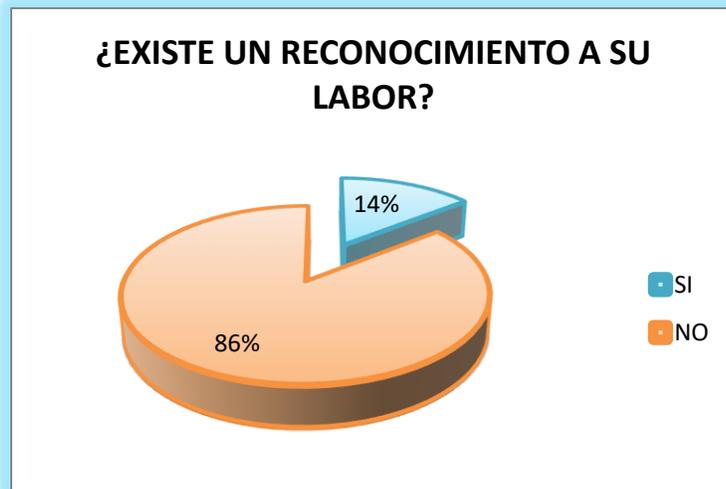
➤ ¿Existe el reconocimiento debido a su labor?

Cuadro No 28

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 1 | 14% |
| NO | 6 | 86% |
| TOTAL | 10 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 27



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 86% de los empleados de la Fábrica señalan que no existe ningún tipo de reconocimiento a su labor por parte de su Jefe Directo y Superiores, a pesar de desarrollar bien las actividades que se les fueron encomendadas, mientras que únicamente un 14% de los empleados señala que si reciben un reconocimiento a su labor que desarrollan en la empresa.

➤ ¿Siente que el trabajo que realiza le aporta satisfacciones?

Cuadro No 29

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|------|
| SI | 5 | 71% |
| NO | 2 | 29% |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 28



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 71% de los empleados de la Fábrica señalaron que el trabajo que realizan en la empresa les aporta satisfacciones personales, por cuanto se sienten orgullosos de laborar en esta empresa, mientras que un 29% de los empleados indican que el trabajo que realizan en la empresa no les aporta ningún tipo de satisfacciones.

➤ ¿Tiene posibilidades de crear o tomar iniciativas en favor de la empresa?

Cuadro No 30

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|--------------|-----------|-------------|
| SI | 6 | 71% |
| NO | 1 | 29% |
| TOTAL | 7 | 100% |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 29



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 71% de los empleados de la Fábrica indican que en algunas ocasiones puede crear o tomar la iniciativa adecuada para el desarrollo de la empresa, en cuanto un 29% indica que no pueden tomar iniciativas para un mejor desenvolvimiento de la empresa.

Sugerencia: Se sugiere al Gerente de la Fábrica que realice reuniones con todos sus empleados y trabajadores de la Fábrica para que puedan opinar o tomar iniciativas que ayuden a mejorar el desarrollo de la Fábrica.

3.2.3 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS APLICADA AL CONSUMIDOR

Posterior al cálculo del tamaño de la muestra. De un total de 76 encuestas, el 75% se aplicó la ciudad de Ambato y el 25% en el cantón Patate, equivalente a un número de 57 encuestas realizadas en Ambato y 19 en la ciudad donde se encuentra establecida la Fábrica

PREGUNTA No 1

¿Conoce la marca de Vino “CONQUISTADOR DEL VALLE”

Cuadro No 31

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|-----|
| SI | 69 | 91 |
| NO | 7 | 9 |
| TOTAL | 76 | 100 |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 30



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: En la encuesta realizada a la población de Ambato y Patate, el 91% manifestó que si conocían de la existencia de los Vinos Conquistador del Valle en el mercado, el 9% indica q desconocía de la existencia de este producto.

PREGUNTA No 2

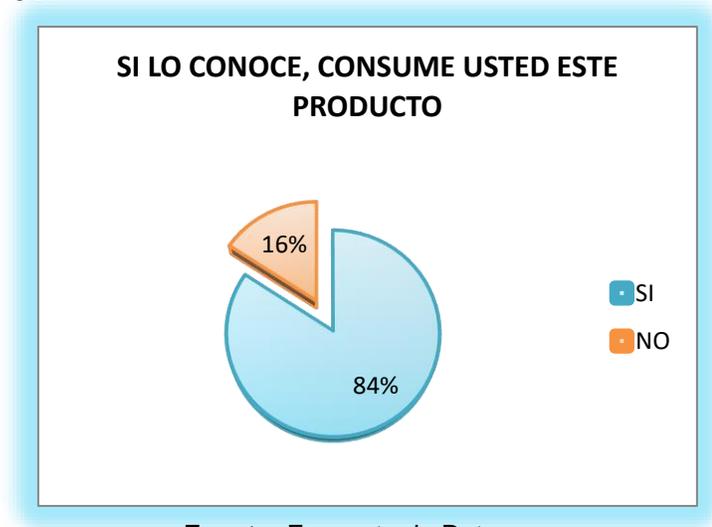
¿Si lo conoce, consume usted este producto?

Cuadro No 32

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|--------------|-----------|------------|
| SI | 58 | 84 |
| NO | 11 | 16 |
| TOTAL | 69 | 100 |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 31



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Como podemos apreciar en el gráfico anterior, mediante la aplicación de las encuestas dirigidas al consumidor de vinos Conquistador del Valle, manifestaron que el 84% consumen el vino en distintas ocasiones, mientras que el 16% conocía el producto pero no ha consumido

PREGUNTA No 3

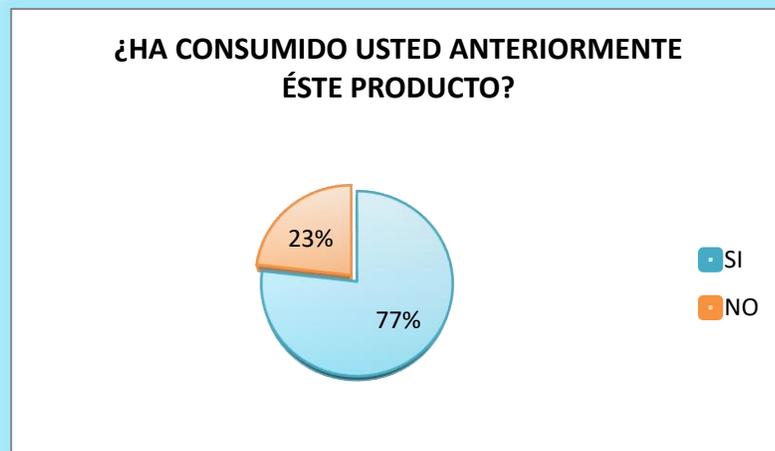
Ha consumido usted anteriormente este producto

Cuadro No 32

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|----------|-----------|-----|
| SI | 53 | 77 |
| NO | 16 | 23 |
| TOTAL | 69 | 100 |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 32



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: En la encuesta realizada a la población de Ambato y Patate. El 77% de los encuestados manifiestan q si han consumido anteriormente este producto, mientras que el 23% no ha consumido el vino.

PREGUNTA No 4

¿Cuál es su grado de satisfacción, qué valoración hace del producto consumido?

Cuadro No 34

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|-----------|-----------|-----|
| EXCELENTE | 1 | 1 |
| MUY BUENO | 47 | 68 |
| BUENO | 19 | 28 |
| REGULAR | 1 | 1 |
| MALO | 1 | 1 |
| MUY MALO | | |
| TOTAL | 69 | 100 |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 33



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: En las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Ambato y Patate, el 1% manifestó q el producto tiene una característica de excelente, el 68% califica al vino como muy bueno, el 28% como bueno, el 1% como regular y finalmente el 1% como malo.

PREGUNTA No 5

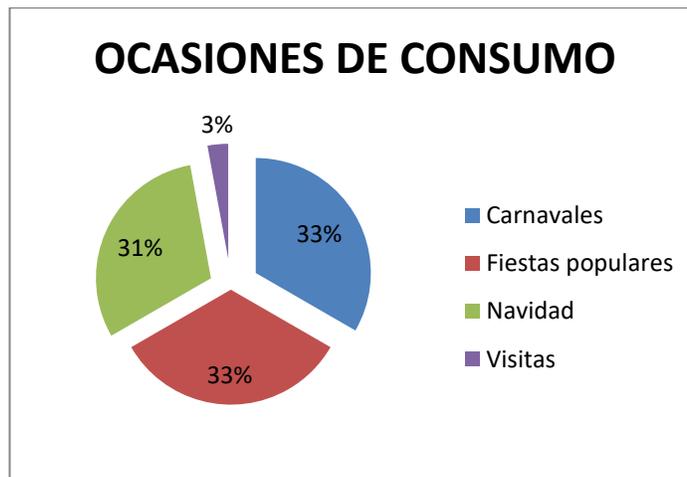
¿En qué ocasiones usted consume este producto?

Cuadro No 35

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|-------------------|-----------|------------|
| Carnavales | 23 | 33 |
| Fiestas populares | 23 | 33 |
| Navidad | 21 | 31 |
| Visitas | 2 | 3 |
| TOTAL | 69 | 100 |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 34



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

En las encuestas realizadas a la población de Ambato y Patate, el 33% manifiesta que consume el producto es el mes de febrero por carnavales, el 33% que consume en septiembre por festividades del cantón, el 31% en diciembre por navidad, el 3% en ocasiones especiales.

PREGUNTA No 6

¿Considera usted que el precio del producto es?

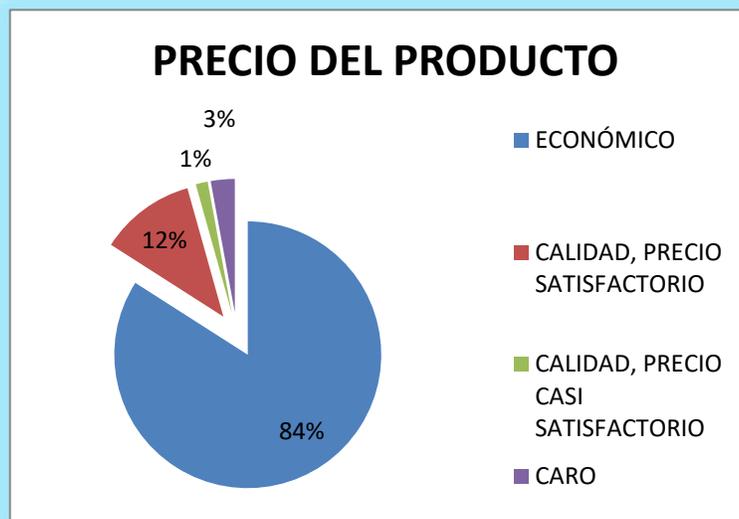
Cuadro No 35

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|------------------------------------|-----------|------------|
| ECONÓMICO | 58 | 84 |
| CALIDAD, PRECIO SATISFACTORIO | 8 | 12 |
| CALIDAD, PRECIO CASI SATISFACTORIO | 1 | 1 |
| CARO | 2 | 3 |
| TOTAL | 69 | 100 |

Fuente: Encuesta de Datos

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 35



Fuente: Encuesta de Datos

Elaborado por: Las Autoras

Análisis: En las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Ambato y Patate, el 84% manifestó que el precio de los Vinos Conquistador del Valle es económico y asequible, el 12% considera que el precio es satisfactorio, el 1% un precio casi satisfactorio, mientras que el 3% de las personas encuestadas considera que el precio del producto es caro.

PREGUNTA No 7

¿Antes de comprar el producto, usted se fija en otras marcas?

Cuadro No 37

| OPCIONES | RESULTADO | % |
|--------------|-----------|------------|
| SI | 7 | 10 |
| NO | 62 | 90 |
| TOTAL | 69 | 100 |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 36



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: En las encuestas realizadas a los habitantes de Ambato y Patate, el 90% de los encuestados responden que al momento de comprar un vino no tienen preferencia por ninguna marca en particular, mientras que para el 10% sí es importante la marca del vino antes de adquirir el producto, y algunos de ellos optan por la marca de vinos BALDORÉ cuya marca es muy cotizada en el mercado.

PREGUNTA No 8

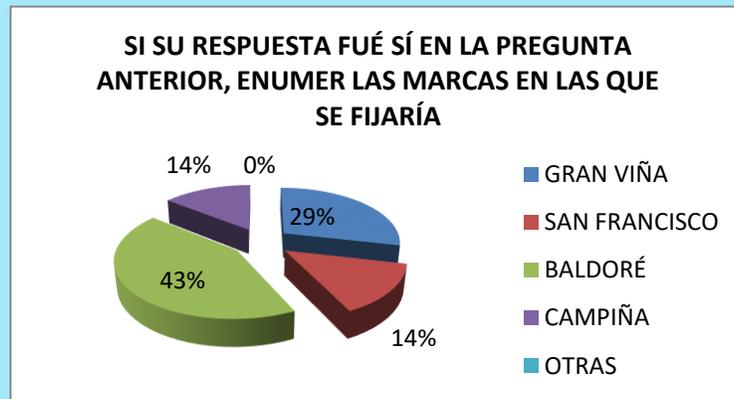
Si su respuesta fue si en la pregunta anterior, enumere por favor las marcas en qué se fijaría.

Cuadro No 38

| MARCAS | Nº PERSONAS | % |
|---------------|-------------|------------|
| GRAN VIÑA | 2 | 29 |
| SAN FRANCISCO | 1 | 14 |
| BALDORÉ | 3 | 43 |
| CAMPIÑA | 1 | 14 |
| OTRAS | 0 | |
| TOTAL | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 37



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: De las personas encuestadas en el Cantón Ambato y Patate que manifestaron que se fijarían en otras marcas de acuerdo a la pregunta N° 7 detallaron las posibles marcas de Vino en las que se fijarían, observando de esta manera que la mayor parte se fijaría en la marca de Vino Baldoré.

PREGUNTA No 9

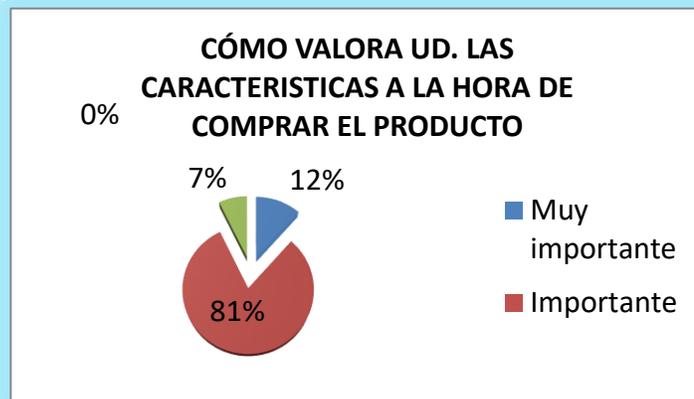
¿Cómo valora usted las características a la hora de comprar el producto?

Cuadro No 39

| | Muy importante | Importante | Poco importante | Nada importante | Total |
|---------|----------------|------------|-----------------|-----------------|-------|
| Precio | 8 | 56 | 5 | | 69 |
| Tamaño | 3 | 62 | 4 | | 69 |
| Diseño | 53 | 15 | 1 | | 69 |
| Calidad | 63 | 5 | 1 | | 69 |

Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

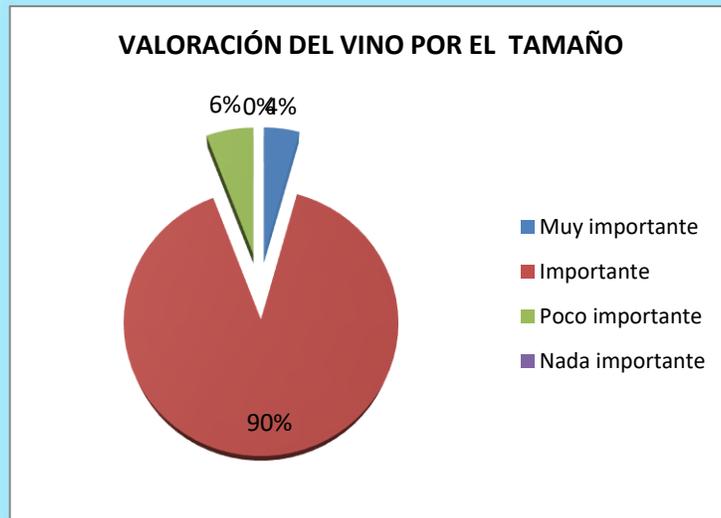
GRÁFICO No 38



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: Del total de las encuestas realizadas del Cantón Ambato y Patate en cuanto a la valoración de vino de acuerdo al precio, se observa que a la hora de comprar el producto el 81% de los encuestados creen que el precio es importante, el 12% piensa que es muy importante y un 7% piensa que es poco importante, por lo que nos podemos dar cuenta que para realizar la compra del producto la mayoría de encuestados mantiene que el precio es un factor importante al momento de adquirir el producto.

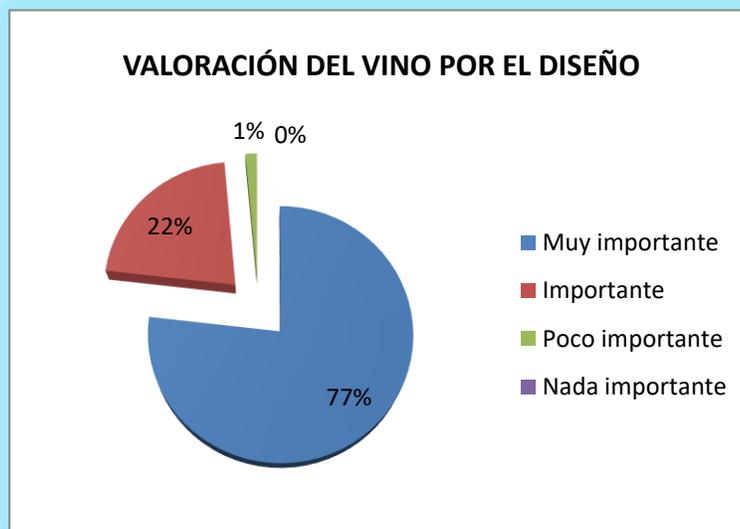
GRÁFICO No 39



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 90% del total de encuestas realizadas al Cantón Ambato y Patate, las personas manifestaron que para comprar el producto creen que el tamaño del mismo es importante, el 6% manifiesta que es poco importante y el 4% considera que es muy importante el tamaño del producto.

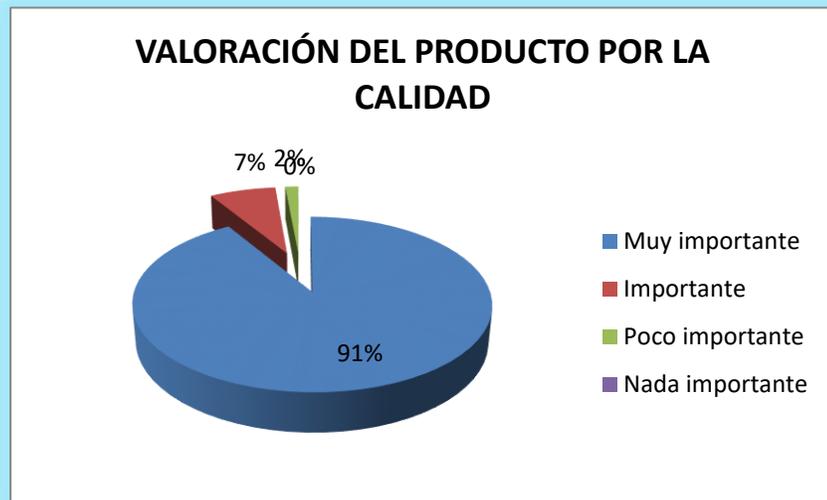
GRÁFICO No 40



Fuente: Encuesta de Datos
Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 77% de la población encuestada en el Cantón Ambato y Patate, manifiesta que al momento de comprar el producto es muy importante fijarse en el diseño del envase, cartón entre otros, el 22% indica que el diseño es importante al adquirir el producto, mientras que el 1% indica que para adquirir el producto es poco importante fijarse en el diseño del mismo.

GRÁFICO No 41



Fuente: Encuesta de Datos

Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 91% de la población encuestada manifiesta que para adquirir el producto es muy importante la calidad del mismo por cuanto representa seguridad para el consumidor, el 7% indica que es importante que el producto cuente con una calidad excelente, el 2% considera que es poco importante la calidad del producto al momento de comprar.

PREGUNTA No 10

Realice una valoración de nuestro Producto

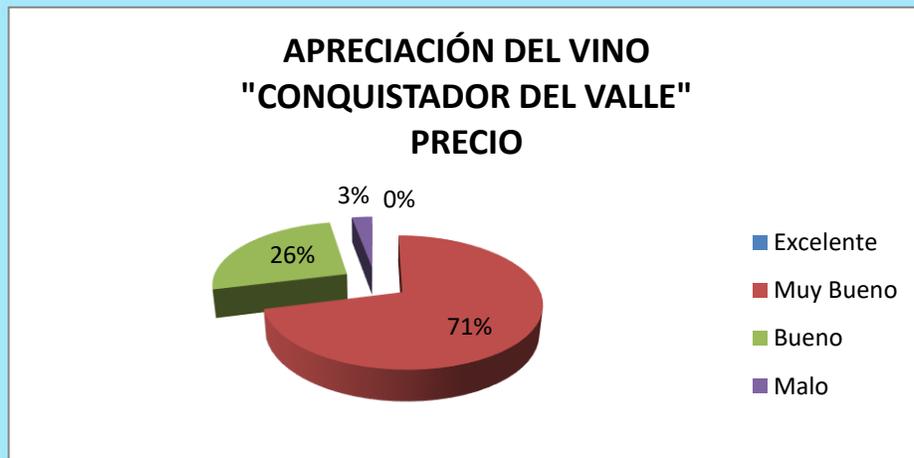
Cuadro No 39

| | Excelente | Muy Bueno | Bueno | Malo | Total |
|---------|-----------|-----------|-------|------|-------|
| Precio | | 49 | 18 | 2 | 69 |
| Tamaño | 1 | 54 | 12 | 2 | 69 |
| Diseño | 9 | 48 | 12 | | 69 |
| Calidad | 13 | 51 | 5 | | 69 |

Fuente: Encuesta de Datos

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No 42

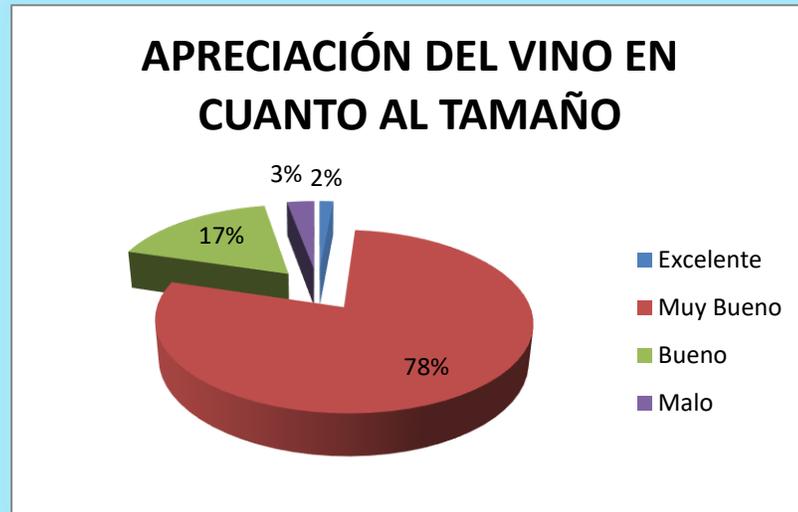


Fuente: Encuesta de Datos

Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 71% de la población encuestada indica que el precio que tiene nuestro producto es muy bueno por cuanto tiene una aceptación moderada, el 26% indica que es bueno y un 3% indica que el precio al que se comercializa el producto es malo.

GRÁFICO No 43



Fuente: Encuesta de Datos

Elaborado por: Las Autoras

Análisis: Del total de la población encuestada, el 78% de las personas indican que el tamaño del producto es muy bueno, el 17% indica que es bueno, el 3% señala que es malo y un 2% indica que el tamaño del producto es excelente.

GRÁFICO No 44

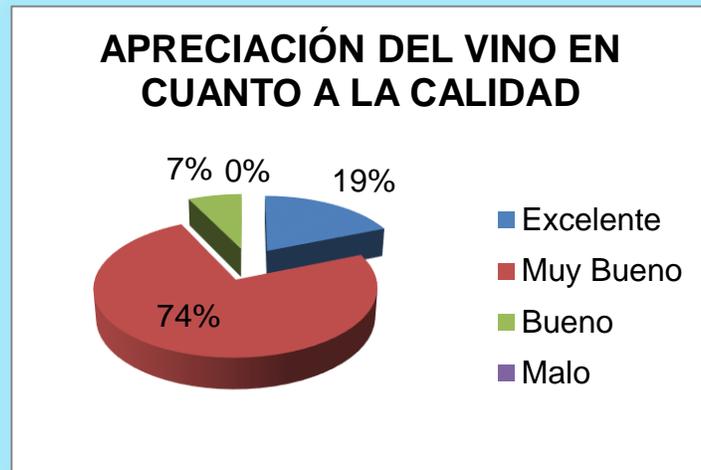


Fuente: Encuesta de Datos

Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 70% de la población encuestada señala que el diseño del producto es muy bueno, el 17% indica que es bueno y un 13% indica que el diseño de nuestro producto es excelente.

GRÁFICO No 45



Fuente: Encuesta de Datos

Elaborado por: Las Autoras

Análisis: El 74% de la población encuestada indica que la calidad del producto es muy buena, el 7% señala que la calidad es buena y un 19% señala que la calidad del vino es excelente.

3.2.4 ANÁLISIS DE PRODUCCIÓN Y VENTAS DE LA FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR DEL VALLE”

Según datos históricos proporcionados por la Fábrica de vinos “Conquistador del Valle”, mediante la otorgación de hojas de registro de producción y ventas de los 5 últimos años en forma mensual, hemos determinado la producción, ventas y demanda insatisfecha anual.

Los datos proporcionados podemos observar en el anexo N° 3

Cuadro No 40

ANÁLISIS DE PRODUCCIÓN Y VENTAS DE LA FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR DEL VALLE”

| AÑO | PRODUCCIÓN UNIDADES | VENTAS TOTALES EN UNIDADES |
|------|------------------------|----------------------------------|
| 2007 | 6.000 | 6.675 |
| 2008 | 6.100 | 6.610 |
| 2009 | 5.550 | 6.315 |
| 2010 | 6.150 | 6.710 |
| 2011 | 3.850 | 4.300 |

Fuente: Fábrica de Vinos “Conquistador del Valle”
Elaborado por: Las Autoras

De acuerdo al análisis realizado, observamos que la fábrica de Vinos “Conquistador del Valle” en cuanto a sus ventas en el año 2008 tuvieron una tendencia baja con respecto al año 2007, mientras tanto a partir del año 2009 y 2010 se observan un crecimiento alto en cuanto a las ventas y producción, por lo que la fábrica empezó a incrementar la producción para cubrir todos sus pedidos, a partir del mes de Julio del año 2011 la Fábrica suspendió la producción de los productos debido a que se presentó el tema de licores adulterados, provocando de esta manera una pérdida significativa a la empresa y a sus empleados, quedando un stock de 130 cajas de vino elaborado, lo que representa 1.560 unidades de vino. En Diciembre del mismo año las distribuidoras empezaron a realizar pedidos en pequeñas cantidades quedando en la fábrica un stock de 70 cajas de vino, mismas que representaron una pérdida directa a la empresa debido a que su período de consumo caduco.

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA

4.1 Introducción

La gestión de las empresas de vinos en el país se desarrolla en un medio altamente complejo. De acuerdo a esto, será vital para el negocio de la fábrica de Vinos “Conquistador del Valle” que espere lograr el éxito, mediante una adecuada planificación de las actividades futuras, un eficaz control de las mismas y una perfecta coordinación entre ellas. Estas labores, pueden ser realizadas eficientemente a través de los presupuestos, los cuales cuantifican los planes cualitativos (políticas, estrategias, entre otros.) permitiendo así contar con una guía de acción de fácil interpretación para quienes deban cumplirlos.

Debemos destacar el hecho de que el presupuesto debe cubrir todos los sectores de la empresa, de modo de que la información que se maneje represente una guía de acción para todas las personas que allí laboran. El buen uso de los presupuestos, como una herramienta esencial de la administración del negocio, dependerá del esfuerzo que se ponga en su elaboración e implementación.

La planificación es una de las funciones más fundamentales e importantes de todas las que se desarrollan al interior de una empresa, puesto que implica el diseño de un estado futuro deseado y las maneras eficientes de lograrlo. En este sentido, los presupuestos representan una de las herramientas más utilizadas en planificación administrativa, permitiendo sofisticar y facilitar el proceso administrativo de la empresa.

El presupuesto maestro es el estado formal de las expectativas de la Administración de la Fábrica de Vinos “Conquistador del Valle”, el mismo considera ventas, costos, producción y otras transacciones financieras de la Empresa para el próximo período.

Se establece la necesidad de implantar un modelo de planeación financiera como herramienta de apoyo a la gestión administrativa, ante la evidente ausencia de un apropiado esquema de coordinación y evaluación dentro de sus procesos operativos y financieros, debido al débil perfil de su administración, la falta de cultura de planificación, ausencia de procesos de evaluación, resistencia al cambio, inadecuados planes de capacitación, inadecuada división de tareas, carencia de manuales de análisis y descripción de cargos, ausencia de adecuados manuales de conducta, de normas y procedimientos, etc.; lo que ha perjudicado el desarrollo organizacional de la empresa.

4.2. Elaboración del presupuesto maestro

La formulación del presupuesto maestro requiere de la siguiente información que es base para determinar perdida o ganancia de la empresa:

Cuadro No 41

ESTRUCTURA DEL PRESUPUESTO MAESTRO

| TIPO DE PRESUPUESTO |
|---|
| PRESUPUESTOS DE OPERACIÓN: |
| Ventas |
| Producción: |
| Presupuesto de Materia Prima directa |
| Presupuesto de Mano de Obra Directa |
| Presupuesto de Gastos Indirectos de Fabricación |
| Costos de Producción |
| Gastos de Ventas y Administrativos |
| PRESUPUESTO FINANCIERO |
| Estado de Resultados Presupuestado |
| Estado de Flujo de efectivo presupuestado |
| Balance General Presupuestado |

4.3 OBJETIVOS

4.3.1 OBJETIVO GENERAL

- ✓ Desarrollar el presupuesto maestro para el año 2012 y 2013.

4.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Evaluar y pronosticar el factible incremento de la producción tomando en consideración factores internos y externos.
- ✓ Dirigir el fiel cumplimiento de los pronósticos planteados en este plan.
- ✓ Evaluar la situación económica-financiera actual de la fábrica y proyectar su futuro.
- ✓ Incrementar las ventas para el año 2012 en un 30%.

A continuación se planteará el Balance General para el año 2012 de la Fábrica de vinos “CONQUISTADOR DEL VALLE” tomando como referencia los datos del año anterior:

Para ello planteamos algunas políticas:

- El crédito para las ventas son del 25% pagaderos al siguiente mes, y el 75 % restante a contado.
- Las compras se cancelan el 40% a contado, el 20% a crédito pagaderos el mes siguiente y el 40% restante en dos meses.
- Se compra el 43% de las materias primas por adelantado, es decir, los requerimientos del mes siguientes son compradas el mes actual.
- Las depreciaciones se realizan de acuerdo a las leyes vigentes en el SRI.

Cuadro No 42

TABLA DE DEPRECIACIÓN

| | |
|-------------------------------|--------------|
| Vehículos | 20% anual |
| Maquinaria, muebles y enseres | 10% anual |
| Edificios | 5% anual |
| Equipo de computo | 33,33% anual |

- El 1% de las ventas se destina para publicidad.

La cantidad de cada una de las materias involucradas en el proceso se muestra en la siguiente tabla:

Cuadro No 43

MATERIA PRIMA DIRECTA UTILIZADA PARA PRODUCIR 500 CAJAS O 6.000 UNIDADES DE VINO

| MATERIALES DIRECTOS | UNIDAD DE MEDIDA | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | TOTAL |
|----------------------------|-------------------------|-----------------|------------------------|-----------------|
| AZÚCAR | Quintales | 7 | 38 | 266,00 |
| ALCOHOL | Litros | 552 | 0,8 | 441,60 |
| Fruta para el mosto | Quintales | 14 | 5 | 70,00 |
| Mosto | Litros | 2760 | 0,15 | 414,00 |
| Ácido Cítrico | Kilos | 17,25 | 1,2 | 20,70 |
| Conservantes | Kilos | 6,9 | 1,5 | 10,35 |
| Saborizantes | Kilos | 6,9 | 0,8 | 5,52 |
| Colorante Caramelo | Kilos | 0,5 | 1,5 | 0,75 |
| Papel Aluminizado | Kilos | 51,75 | 5 | 258,75 |
| Cajas de Cartón | Unidades | 600 | 0,2 | 120,00 |
| Envase de Cartón | Unidades | 6100 | 0,05 | 305,00 |
| Total | | | | 1.912,67 |

PRESUPUESTO MAESTRO AÑO 2012

Cuadro No 44

**FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR DEL VALLE”
PRESUPUESTO PROYECTADO DE VENTAS EN CAJAS**

| DISTRIBUIDORA | 2012 | | | | | | | | | | | | ANUAL |
|--------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|------------|--------------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Sept. | Octubre | Nov | Diciembre | |
| EN CAJAS | | | | | | | | | | | | | |
| DISTRIBUIDORA GABBY | 126 | 175 | 0 | 134 | 53 | 102 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 22 | 612 |
| PROHIMBE | 146 | 78 | 72 | 101 | 16 | 95 | 47 | 0 | 48 | 17 | 9 | 28 | 657 |
| DISTRIBUIDORA NORMITA | 159 | 45 | 147 | 100 | 80 | 142 | 0 | 21 | 52 | 0 | 0 | 18 | 764 |
| DISTRIBUIDORA RUBIO | 92 | 204 | 108 | 42 | 51 | 195 | 87 | 0 | 16 | 36 | 0 | 0 | 831 |
| DISTRIBUIDORA AMBASSADOR | 100 | 147 | 104 | 39 | 138 | 86 | 36 | 60 | 0 | 0 | 10 | 7 | 727 |
| DISTR. BALSECA PACHECO | 219 | 144 | 195 | 130 | 219 | 160 | 90 | 60 | 30 | 50 | 30 | 75 | 1402 |
| TOTAL | 842 | 793 | 626 | 546 | 557 | 780 | 260 | 141 | 146 | 103 | 49 | 150 | 4.993 |

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO No 45

**FÁBRICA DE VINOS "CONQUISTADOR DEL VALLE"
PRESUPUESTO PROYECTADO DE PRODUCCIÓN**

| CONCEPTOS | EN CAJAS | | | | | | | | | | | | ANUAL |
|-------------------------------|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
| VENTAS PRESUPUESTADAS | 842 | 793 | 626 | 546 | 557 | 780 | 260 | 141 | 146 | 103 | 49 | 150 | 4.993 |
| MAS INVENTARIO FINAL ESPERADO | 100 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 100 | 50 | 50 | 150 | 200 | 200 |
| UNIDADES REQUERIDAS | 942 | 843 | 676 | 596 | 607 | 830 | 310 | 241 | 196 | 153 | 199 | 350 | 5.193 |
| MENOS INVENTARIO INICIAL | 70 | 100 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 100 | 50 | 50 | 70 | 70 |
| PRODUCCIÓN REQUERIDA | 1.012 | 943 | 726 | 646 | 657 | 880 | 360 | 291 | 296 | 203 | 249 | 420 | 6.683 |

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO No 46

**FÁBRICA DE VINOS "CONQUISTADOR DEL VALLE"
PRESUPUESTO PROYECTADO DE COMPRAS DE MATERIALES**

| CONCEPTOS | | | | | | | | | | | | | ANUAL |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|------------------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Sept. | Octubre | Nov. | Dic. | |
| Producción requerida | 1.012 | 943 | 726 | 646 | 657 | 880 | 360 | 291 | 296 | 203 | 249 | 420 | 6.683 |
| más: Inventario final de materiales deseado | 189 | 145 | 129 | 131 | 176 | 72 | 58 | 59 | 41 | 50 | 250 | 50 | 50 |
| Subtotal | 1.201 | 1.088 | 855 | 777 | 833 | 952 | 418 | 350 | 337 | 253 | 499 | 470 | 6.733 |
| Menos: Inventario inicial de materiales estimados | 70 | 189 | 145 | 129 | 131 | 176 | 72 | 58 | 59 | 41 | 50 | 250 | 250 |
| Materiales directos a ser comprados | 1.131 | 899 | 710 | 648 | 702 | 776 | 346 | 292 | 278 | 212 | 449 | 220 | 6.483 |
| | | | | | | | | | | | | | |
| Precio unitario | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 3,66 |
| Costo de compras | 4.138,00 | 3.291,07 | 2.599,33 | 2.373,14 | 2.569,32 | 2.840,16 | 1.267,09 | 1.069,45 | 1.016,02 | 775,19 | 1.643,34 | 805,20 | 23.727,78 |

Nota: El inventario final deseado corresponde al 20% de los requerimientos de producción del mes siguiente.

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO No 47

**FÁBRICA DE VINOS "CONQUISTADOR DEL VALLE"
PRESUPUESTO PROYECTADO DE CONSUMO DE MPD**

| CONCEPTOS | 2012 | | | | | | | | | | | | ANUAL |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|---------------|-----------------|------------------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Sep. | Octubre | Nov. | Dic. | |
| UNIDADES REQUERIDAS | 1012 | 943 | 726 | 646 | 657 | 880 | 360 | 291 | 296 | 203 | 249 | 420 | 6683 |
| Costo unitario de los materiales directos | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 3,66 |
| COSTO DEL CONSUMO DE MPD | 3.703,92 | 3.451,38 | 2.657,16 | 2.364,36 | 2.404,62 | 3.220,80 | 1.317,60 | 1.065,06 | 1.083,36 | 742,98 | 911,34 | 1.537,20 | 24.459,78 |

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO No 48

**FÁBRICA DE VINOS "CONQUISTADOR DEL VALLE"
PRESUPUESTO PROYECTADO DE MOD**

| CONCEPTOS | 2012 | | | | | | | | | | | | ANUAL |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Sept. | Octubre | Nov. | Dic. | |
| Unidades de producción requeridas | 1.012 | 943 | 726 | 646 | 657 | 880 | 360 | 291 | 296 | 203 | 249 | 420 | 6.683 |
| Tarifa por hora de mano de obra | 1,22 | 1,22 | 1,22 | 1,22 | 1,22 | 1,22 | 1,22 | 1,22 | 1,22 | 1,22 | 1,22 | 1,22 | 1,22 |
| Horas de mano de obra directa | 469,06 | 437,08 | 336,50 | 299,42 | 304,51 | 407,00 | 166,86 | 134,88 | 137,20 | 94,09 | 115,41 | 194,67 | 3097 |
| Costo de la mano de obra directa | 572,25 | 533,24 | 410,53 | 365,29 | 371,50 | 496,54 | 203,57 | 164,55 | 167,38 | 114,79 | 140,80 | 237,50 | 3.777,95 |

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO No 49

PRESUPUESTO DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

| 469,06 horas de mano de obra directa para Enero | | | |
|--|--------------------|-------------------------|---------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 x 469,06) | | 32,83 | 32,83 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,3 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 32,83 | 809,13 |

| 437,08 horas de mano de obra directa para Febrero | | | |
|--|--------------------|-------------------------|---------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 x 437,08) | | 30,6 | 30,6 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,3 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 30,6 | 806,9 |

| 336,50 horas de mano de obra directa para Marzo | | | |
|--|--------------------|-------------------------|---------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 x 336,50) | | 23,56 | 23,56 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,3 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 23,56 | 799,86 |

| 299,42 horas de mano de obra directa para Abril | | | |
|--|--------------|------------------|---------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 x 299,42) | | 20,96 | 20,96 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,3 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 20,96 | 797,26 |

| 304,51 horas de mano de obra directa para Mayo | | | |
|---|--------------|------------------|---------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 x 304,51) | | 21,32 | 21,32 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,3 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 21,32 | 797,62 |

| 407 horas de mano de obra directa para Junio | | | |
|---|--------------|------------------|---------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 x 407) | | 28,49 | 28,49 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,3 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 28,49 | 804,79 |

| 186,86 horas de mano de obra directa para JULIO | | | |
|--|--------------|------------------|---------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 x 186,86) | | 11,68 | 11,68 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,3 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 11,68 | 787,98 |

| 134,88 horas de mano de obra directa para Agosto | | | |
|---|--------------|------------------|---------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 x 134,88) | | 9,44 | 9,44 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,3 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 9,44 | 785,74 |

| 137,20horas de mano de obra directa para Septiembre | | | |
|--|--------------|------------------|--------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 x 137,20) | | 9,6 | 9,6 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,3 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 9,6 | 785,9 |

| 94,09 horas de mano de obra directa para Octubre | | | |
|---|--------------|------------------|---------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 x 286,23) | | 19,83 | 19,83 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,3 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 19,83 | 796,13 |

| 115,41 horas de mano de obra directa para noviembre | | | |
|--|--------------|------------------|---------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 x 115,41) | | 8,08 | 8,08 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,3 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 8,08 | 784,38 |

| 194,67 horas de mano de obra directa para diciembre | | | |
|--|--------------|------------------|---------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 x 194,67) | | 13,62 | 13,62 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,3 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 13,62 | 789,92 |

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO No 50

**FÁBRICA DE VINOS "CONQUISTADOR DEL VALLE"
PRESUPUESTO PROYECTADO DE COSTOS DE ARTÍCULOS VENDIDOS**

| Presupuesto de apoyo | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Sept. | Octubre | Nov. | Dic. | Anual |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| Presupuesto de consumo de materiales | 3.703,92 | 3.451,38 | 2.657,16 | 2.364,36 | 2.404,62 | 3.220,80 | 1.317,60 | 1.065,06 | 1.083,36 | 742,98 | 911,34 | 1.537,20 | 24.459,78 |
| Presupuesto de Mano de obra directa | 572 | 533 | 411 | 365 | 372 | 497 | 204 | 165 | 167 | 115 | 141 | 237 | 3.777,95 |
| Presupuestos de Costos indirectos de fabricación. | 809,13 | 806,90 | 799,86 | 797,26 | 797,62 | 804,79 | 787,98 | 785,74 | 785,90 | 796,13 | 784,38 | 789,92 | 9545,61 |
| Total costos de Fabricación | 5.085,30 | 4.791,52 | 3.867,55 | 3.526,91 | 3.573,74 | 4.522,13 | 2.309,15 | 2.015,35 | 2.036,64 | 1.653,90 | 1.836,52 | 2.564,62 | 37.783,34 |
| Más inventario inicial de artículos terminados | 490,00 | 700,00 | 350,00 | 350,00 | 350,00 | 350,00 | 350,00 | 350,00 | 700,00 | 350,00 | 350,00 | 490,00 | 5.180,00 |
| Costo de los artículos terminados | 5.575,30 | 5.491,52 | 4.217,55 | 3.876,91 | 3.923,74 | 4.872,13 | 2.659,15 | 2.365,35 | 2.736,64 | 2.003,90 | 2.186,52 | 3.054,62 | 42.963,34 |
| Menos: Inv. Fin. De artículos terminados | 700,00 | 350,00 | 350,00 | 350,00 | 350,00 | 350,00 | 350,00 | 700,00 | 350,00 | 350,00 | 1.050,00 | 1.400,00 | 6.650,00 |
| Costo de artículos vendidos | 4.875,30 | 5.141,52 | 3.867,55 | 3.526,91 | 3.573,74 | 4.522,13 | 2.309,15 | 1.665,35 | 2.386,64 | 1.653,90 | 1.136,52 | 1.654,62 | 36.313,34 |

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO No 51

**FÁBRICA DE VINOS "CONQUISTADOR DEL VALLE"
PRESUPUESTO PROYECTADO DE VENTAS EN \$ 8,40
AÑO 2012**

| CONCEPTOS | EN CAJAS | | | | | | | | | | | | ANUAL |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
| PRODUCCION REQUERIDA | 1.012 | 943 | 726 | 646 | 657 | 880 | 360 | 291 | 296 | 203 | 249 | 420 | 6.683 |
| PRECIO CADA CAJA | 8,40 | 8,40 | 8,40 | 8,40 | 8,40 | 8,40 | 8,40 | 8,40 | 8,40 | 8,40 | 8,40 | 8,40 | 8,40 |
| TOTAL INGRESOS PRESUPUESTADOS | 8.500,80 | 7.921,20 | 6.098,40 | 5.426,40 | 5.518,80 | 7.392,00 | 3.024,00 | 2.444,40 | 2.486,40 | 1.705,20 | 2.091,60 | 3.528,00 | 56.137,20 |

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro No 52

PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS AÑO 2012

| ENERO | | 8.450,20 | |
|----------------------------------|-----------------------|-----------------------------|------------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD\$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD\$ |
| PUBLICIDAD (1%) | | 84,50 | 84,50 |
| CUENTAS INCOBRABLES (2 %) | | 169,00 | 169,00 |
| TOTAL DE GASTOS DE VENTAS | | 253,51 | 253,51 |

| FEBRERO | | 7.874,05 | |
|----------------------------------|-----------------------|----------------------------|------------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD\$ | VARIABLES USD\$ | TOTAL USD\$ |
| PUBLICIDAD (1%) | | 78,74 | 78,74 |
| CUENTAS INCOBRABLES (2 %) | | 157,48 | 157,48 |
| TOTAL DE GASTOS DE VENTAS | | 236,22 | 236,22 |

| MARZO | | 6.062,10 | |
|----------------------------------|-----------------------|----------------------------|------------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD\$ | VARIABLES USD\$ | TOTAL USD\$ |
| PUBLICIDAD (1%) | | 60,62 | 54,15 |
| CUENTAS INCOBRABLES (2 %) | | 121,24 | 121,24 |
| TOTAL DE GASTOS DE VENTAS | | 181,86 | 175,39 |

| ABRIL | | 5.394,10 | |
|----------------------------------|-----------------------|----------------------------|------------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD\$ | VARIABLES USD\$ | TOTAL USD\$ |
| PUBLICIDAD (1%) | | 53,94 | 53,94 |
| CUENTAS INCOBRABLES (2 %) | | 107,88 | 107,88 |
| TOTAL DE GASTOS DE VENTAS | | 161,82 | 161,82 |

| MAYO | | 5485,95 | |
|----------------------------------|---------------|-------------------|----------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD\$ | VARIABLE USD\$ | TOTAL USD\$ |
| PUBLICIDAD (1%) | | 54,86 | 54,86 |
| CUENTAS INCOBRABLES (2%) | | 109,72 | 109,72 |
| TOTAL DE GASTOS DE VENTAS | | 164,58 | 164,58 |

| JUNIO | | 7348,00 | |
|----------------------------------|---------------|-------------------|----------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD\$ | VARIABLE USD\$ | TOTAL USD\$ |
| PUBLICIDAD (1%) | | 73,48 | 73,48 |
| CUENTAS INCOBRABLES (2%) | | 146,96 | 146,96 |
| TOTAL DE GASTOS DE VENTAS | | 220,44 | 220,44 |

| JULIO | | 3006,00 | |
|----------------------------------|---------------|-------------------|----------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD\$ | VARIABLE USD\$ | TOTAL USD\$ |
| PUBLICIDAD (1%) | | 30,06 | 30,06 |
| CUENTAS INCOBRABLES (2%) | | 44,98 | 44,98 |
| TOTAL DE GASTOS DE VENTAS | | 75,04 | 75,04 |

| AGOSTO | | 2429,85 | |
|----------------------------------|---------------|-------------------|----------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD\$ | VARIABLE USD\$ | TOTAL USD\$ |
| PUBLICIDAD (1%) | | 24,30 | 24,30 |
| CUENTAS INCOBRABLES (2%) | | 24,38 | 24,38 |
| TOTAL DE GASTOS DE VENTAS | | 48,68 | 48,68 |

| SEPTIEMBRE | | 2.471,60 | |
|-----------------------------------|------------|-----------------|--------------|
| Tipo de gasto | Fijo USD\$ | Variables USD\$ | Total USD\$ |
| Publicidad (1%) | | 24,72 | 12,63 |
| Cuentas incobrables (2%) de 63,15 | | 49,43 | 49,43 |
| Total del gtos. De vtas. | | 74,15 | 62,06 |

| OCTUBRE | | 1.695,05 | |
|---------------------------------|------------|-----------------|--------------|
| Tipo de gasto | Fijo USD\$ | Variables USD\$ | Total USD\$ |
| Publicidad (1%) | | 16,95 | 16,95 |
| Cuentas incobrables (2%) | | 33,90 | 33,90 |
| Total del gtos. De vtas. | | 50,85 | 50,85 |

| NOVIEMBRE | | 2.079,15 | |
|---------------------------------|------------|-----------------|--------------|
| Tipo de gasto | Fijo USD\$ | Variables USD\$ | Total USD\$ |
| Publicidad (1%) de 423,85 | | 20,79 | 20,79 |
| Cuentas incobrables (2%) | | 41,58 | 41,58 |
| Total del gtos. De vtas. | | 62,37 | 62,37 |

| DICIEMBRE | | 3.507,00 | |
|---------------------------------|------------|-----------------|---------------|
| Tipo de gasto | Fijo USD\$ | Variables USD\$ | Total USD\$ |
| Publicidad (1%) de 1297,5 | | 35,07 | 35,07 |
| Cuentas incobrables (2%) | | 70,14 | 70,14 |
| Total del gtos. De vtas. | | 105,21 | 105,21 |

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro No 53

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS AÑO 2012

| Tipo de Gasto | Total USD\$ |
|---|--------------------|
| Sueldo de ejecutivos | 350,00 |
| Sueldo de oficinistas | 350,00 |
| | |
| total gastos administrativos por mes | 700,00 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS ANUALES | 8.400 |

Elaborado por: Las Autoras

FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR DEL VALLE”

ESTADO DE INGRESOS PRESUPUESTADO

EN \$

| | |
|------------------------------------|------------------|
| Ventas | 56.137,20 |
| Costo de artículos vendidos. | 36.313,34 |
| Utilidad Bruta. | 19.823,86 |
| Gtos. Operacionales | |
| Gtos. De ventas | 1.625,04 |
| Gtos. Administrativos | 8.400,00 |
| Gtos. Por intereses | 2.438,09 |
| Total gtos. Operacionales | 12.463,13 |
| Utilidad neta antes de imp. | 7.360,73 |
| 15% Part. A trabajadores | 1.428,36 |
| Utilidad neta sin impuestos | 8.228,36 |
| Impuestos sobre la renta | 2.057,09 |
| Utilidad Liquida | 6.336,83 |

Cuadro No 54

PRESUPUESTO DE CAJA PROYECTADO

| Concepto | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Anual |
|---------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Saldo inicial | 10.000,00 | 9.584,15 | 11.350,15 | 12.697,38 | 13.510,68 | 14.170,86 | 15.074,21 | 15.905,07 | 15.535,05 | 15.022,50 | 14.334,26 | 13.549,05 | 10.000,00 |
| Entradas de caja: | | | | | | | | | | | | | |
| ventas al contado | 6.375,60 | 5.940,90 | 4.573,80 | 4.069,80 | 4.139,10 | 5.544,00 | 2.268,00 | 1.833,30 | 1.864,80 | 1.278,90 | 1.568,70 | 2.646,00 | 42.102,90 |
| cobros | | 2.125,20 | 1.980,30 | 1.524,60 | 1.356,60 | 1.379,70 | 1.848,00 | 756,00 | 611,10 | 621,60 | 426,30 | 522,90 | 13.152,30 |
| | | | | | | | | | | | | | |
| Total de caja disponible | 16.375,60 | 17.650,25 | 17.904,25 | 18.291,78 | 19.006,38 | 21.094,56 | 19.190,21 | 18.494,37 | 18.010,95 | 16.923,00 | 16.329,26 | 16.717,95 | 65.255,20 |
| Salidas de caja: | | | | | | | | | | | | | |
| Materiales directos | 3.703,92 | 3.451,38 | 2.657,16 | 2.364,36 | 2.404,62 | 3.220,80 | 1.317,60 | 1.065,06 | 1.083,36 | 742,98 | 911,34 | 1.537,20 | 24.459,78 |
| Mano de obra | 572,25 | 533,24 | 410,53 | 365,29 | 371,50 | 496,54 | 203,57 | 164,55 | 167,38 | 114,79 | 140,80 | 237,50 | 3.777,95 |
| Costo indirectos de fabricación | 809,13 | 806,90 | 799,86 | 797,26 | 797,62 | 804,79 | 787,98 | 785,74 | 785,90 | 796,13 | 784,38 | 789,92 | 9.545,61 |
| Gtos de ventas | 255,02 | 237,64 | 176,12 | 162,79 | 165,56 | 221,76 | 75,22 | 48,82 | 62,36 | 51,16 | 62,75 | 105,84 | 1.625,04 |
| Gtos de administración | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 8.400,00 |
| Impuesto a la renta | 517,92 | 343,00 | 240,57 | 174,13 | 184,38 | 370,13 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 3,08 | 223,89 | 2.057,09 |
| Total de salidas de caja | 6.558,25 | 6.072,15 | 4.984,24 | 4.563,83 | 4.623,68 | 5.814,02 | 3.084,37 | 2.764,18 | 2.799,00 | 2.405,06 | 2.602,34 | 3.594,35 | 49.865,47 |
| Superávit | 9.817,35 | 11.578,10 | 12.920,02 | 13.727,94 | 14.382,69 | 15.280,54 | 16.105,84 | 15.730,19 | 15.211,95 | 14.517,95 | 13.726,91 | 13.123,60 | 15.389,73 |
| Interés | 233,20 | 227,95 | 222,64 | 217,27 | 211,83 | 206,33 | 200,77 | 195,14 | 189,45 | 183,69 | 177,86 | 171,97 | 2.438,09 |
| Saldo final de caja | 9.584,15 | 11.350,15 | 12.697,38 | 13.510,68 | 14.170,86 | 15.074,21 | 15.905,07 | 15.535,05 | 15.022,50 | 14.334,26 | 13.549,05 | 12.951,64 | 12.951,64 |

Elaborado por: Las Autoras

FÁBRICA DE VINOS "CONQUISTADOR DEL VALLE"
BALANCE GENERAL PROYECTADO
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012

| ACTIVO | | PASIVOS | |
|-------------------------------------|-------------------|------------------------------------|-------------------|
| Corriente | 22.997,87 | Corto Plazo | 7.641,50 |
| Caja-Bancos | 12.951,64 | Proveedores | 4.156,05 |
| inventarios | 6.650,00 | 15% participación trabajadores | 1.428,36 |
| Clientes | 3.396,23 | Impuesto a la renta | 2.057,09 |
| Fijos | 100.956,10 | Largo Plazo | 25.000,00 |
| Depreciables | | Préstamo Bancario | 25.000,00 |
| Vehículo | 40.000,00 | | |
| Dep. Vehículo | -1.600,00 | | |
| Edificio | 44.850,00 | | |
| Dep. Edificio | -112,13 | | |
| Maquinarias | 13.625,00 | TOTAL PASIVO | 32.641,50 |
| Dep. Maquinaria | -136,25 | | |
| Equipos de Computo | 3.200,00 | PATRIMONIO | |
| Dep. Eq. Comp | -355,52 | Capital | 107.733,67 |
| Muebles y enseres | 1.500,00 | Utilidades Acumuladas | 5.152,55 |
| Dep. Muebles y Enseres | -15,00 | Utilidad del ejercicio | 6.336,83 |
| No depreciables | 20.000,00 | TOTAL PATRIMONIO | 114.070,50 |
| Terreno | 20.000,00 | | |
| Diferidos | 2.758,03 | | |
| Gasto de Investigación y Desarr. | 800,00 | | |
| Amort. G. Investigación | -160,00 | | |
| Gasto Instalación | 1.500,00 | | |
| Amort. G. Instalación | -300,00 | | |
| Gasto Constitución | 450,00 | | |
| Amort. G. Constitución | -90,00 | | |
| Publicidad Prepagada | 558,03 | | |
| TOTAL ACTIVO | 146.712,00 | TOTAL PASIVO+PATRIMONIO | 146.712,00 |

4.4 CÁLCULO DE RAZONES FINANCIERAS AÑO 2012

Razones de Liquidez

Miden la capacidad de la empresa para satisfacer o cubrir sus obligaciones a corto plazo, en función a la tenencia de activos líquidos, más no a la capacidad de generación de efectivo. Entre las razones de liquidez tenemos las siguientes:

Índices de Solvencia.- Se utiliza como un indicador de la capacidad de la empresa para liquidar oportunamente sus obligaciones a corto plazo.

$$\frac{\text{ACTIVOS CORRIENTES}}{\text{PASIVOS CORRIENTES}}$$

$$\frac{22.997,87}{7.641,50}$$

$$\text{IS}=3,00$$

La fábrica de vinos EL CONQUISTADOR DEL VALLE, tiene \$ 3,00 para cubrir cada dólar de deuda.

Índice de Prueba Ácida.- Para determinar la disponibilidad de recursos que posee la empresa para cubrir los pasivos a corto plazo, se recurre a la prueba ácida, la cual determina la capacidad de pago de la empresa sin la necesidad de realizar sus inventarios.

$$\frac{\text{ACTIVOS CORRIENTES – INVENTARIOS}}{\text{PASIVOS CORRIENTES}}$$

$$\frac{22.997,87 - 6.650,00}{7.641,50}$$

$$\frac{16.347,87}{7.641,50}$$

$$\text{IR}=2,14$$

La fábrica de vinos EL CONQUISTADOR DEL VALLE, tiene \$ 2,14 dólares para pagar sus responsabilidades a corto plazo sin utilizar los fondos del inventario.

RAZONES DE APALANCAMIENTO

Miden el grado o la forma en que los activos de la empresa han sido financiados, considerando tanto la contribución de terceros (endeudamiento) como la de los propietarios (patrimonio).

Razón de Endeudamiento

Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por deuda, por lo cual se acostumbra presentar en forma de porcentaje.

$$\frac{\text{TOTAL DE PASIVOS}}{\text{TOTAL DE ACTIVOS}}$$

$$\frac{32.641,50}{146.712,00}$$

$$\text{ILG}=22\%$$

La fábrica de Vinos, se encuentra financiada en un 22% por terceros, lo que indica que la empresa trabaja con capital propio.

Razón de Autonomía

Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con dinero de los propietarios, es complementaria a la de endeudamiento, por lo que la suma de las dos debe ser igual a 1.

$$\text{Autonomía} = \frac{\text{TOTAL PATRIMONIO}}{\text{TOTAL ACTIVO}}$$

$$\begin{aligned} \text{Autonomía} &= \frac{114.070,50}{146.712,00} \\ &= 78\% \end{aligned}$$

La empresa trabaja con capital propio ocupando de éste un 78%.

Apalancamiento Total

$$\begin{aligned} &\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{PATRIMONIO}} \\ &= \frac{36.641,50}{114.070,50} \\ &= 0.32 \end{aligned}$$

Significa que por cada dólar del patrimonio (propiedad de la empresa), adeuda 0,32 centavos de dólar, por lo que es muy favorable para la empresa.

RAZONES DE ACTIVIDAD O DE GERENCIA

Evalúan la habilidad con la cual la empresa (o la gerencia) utiliza los recursos de que dispone.

Días de Cuentas por Cobrar

También conocido como días de ventas en la calle, representa en promedio, el número de días que la empresa está tardando en recuperar sus ventas

$$\begin{aligned} &= \frac{\text{Cuentas por cobrar} * 360 \text{ días}}{\text{Ventas}} \\ &= \frac{3.396,23 * 360 \text{ días}}{56.137,20} \\ &= 22 \text{ Días} \end{aligned}$$

La empresa tarda 22 días en recuperar sus ventas a crédito

Rotación de Cuentas por Cobrar

Indica el número de veces en que, en promedio, han sido renovadas las cuentas por cobrar.

$$\begin{aligned} &= \frac{\textit{Ventas}}{\textit{Cuentas por Cobrar}} \\ &= \frac{56.137,20}{3.396,23} \\ &= \mathbf{17 \textit{ veces}} \end{aligned}$$

La empresa rota sus cuentas por cobrar 17 veces.

Rotación del activo fijo

Aun cuando los activos fijos no están en el negocio para ser vendidos, sino para producir los bienes y servicios que luego generarán los ingresos, este indicador mide la relación que existe entre el monto de los ingresos y el monto de la inversión en activos fijos.

$$\begin{aligned} &\frac{\textit{VENTAS}}{\textit{ACTIVO FIJO}} \\ &\frac{56.137,20}{100.956,10} \\ &= 0,56 \textit{ veces} \end{aligned}$$

Cuando el cociente resulta cercano a uno, o inferior a uno, usualmente decimos que la organización es intensa en activos y el margen neto sobre las ventas se vuelve determinante para cubrir los costos de mantener una inversión tan alta y generar efectivo para satisfacer a sus fuentes.

Rotación del Activo Total

La eficiencia en la utilización del activo total se mide a través de esta relación que indica también el número de veces que, en un determinado nivel de ventas, se utilizan los activos.

$$\frac{VENTAS}{ACTIVO TOTAL}$$
$$\frac{56.137,20}{146.712,00}$$
$$= 0,38$$

La fábrica no está utilizando adecuadamente sus activos por cuanto mantiene capacidad ociosa, por lo que genera una rotación de 0,38 veces.

Impacto de los Gastos de Administración y Ventas

Si bien una empresa puede presentar un margen bruto relativamente aceptable, este puede verse disminuido por la presencia de fuertes gastos operacionales (administrativos y de ventas) que determinarán un bajo margen operacional y la disminución de las utilidades netas de la empresa.

$$\frac{GASTOS AMINISTRATIVOS Y DE VENTA}{VENTAS}$$
$$\frac{10.025,00}{56.137,20}$$
$$= 18\%$$

Significa que se utiliza el 18% del total de las ventas para cubrir los gastos de venta y administrativos.

Impacto de la Carga Financiera

Su resultado indica el porcentaje que representan los gastos financieros con respecto a las ventas o ingresos de operación del mismo período, es decir, permite establecer la incidencia que tienen los gastos financieros sobre los ingresos de la empresa.

$$\frac{GASTOS\ FINANCIEROS}{VENTAS}$$
$$\frac{2.438,09}{56.137,20}$$

$$= 4,34\%$$

La fábrica utiliza un 4,34% para cubrir los gastos financieros, lo que refleja que su nivel de endeudamiento es bajo.

RAZONES DE RENTABILIDAD

Miden la capacidad de la empresa para generar utilidades, a partir de los recursos disponibles.

Margen de Utilidad Bruta.

Mide en forma porcentual, la porción del ingreso que permitirá cubrir todos los gastos diferentes al costo de ventas.

$$\frac{UTILIDAD\ BRUTA}{VENTAS\ NETAS}$$
$$\frac{19.823,86}{56.137,20}$$

$$MUB= 35\%$$

La fábrica tiene un 35% de utilidad bruta para cubrir los gastos diferentes al costo de venta.

Margen de Utilidad Neta

Mide el porcentaje que está quedando a los propietarios para operar la empresa

$$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS NETAS}}$$

$$\frac{6.336,83}{56.137,20}$$

$$=11,28\%$$

La empresa cuenta con un 11,28% del total de sus ingresos por ventas para operar en la marcha de la misma.

Rendimiento sobre Activos (ROA)

Indica el rendimiento que se está obteniendo sobre la inversión realizada en la empresa

$$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVOS TOTALES}} \times 100$$

$$\frac{6.336,83}{146.712,00} \times 100$$

$$\text{ROA}=4,29\%$$

La fábrica está obteniendo un rendimiento del 4,29% del total de la inversión realizada en la misma, lo que nos refleja que sus activos fijos no están siendo utilizados en su capacidad máxima.

Rendimiento sobre el Patrimonio (ROE)

Mide la rentabilidad que están obteniendo los inversionistas de la empresa.

$$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO}} \times 100$$

$$\frac{6.336,83}{114.070,50} \times 100$$

$$= 5,55\%$$

El inversionista de la fábrica únicamente está obteniendo un 5,55% de rendimiento de la inversión total.

Cuadro No 55

OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

| OBJETIVO | ESTRATEGIA | POLÍTICA | META |
|---|---|---|-----------------|
| <p><u>Capacidad Instalada</u></p> <p>-Disminuir la capacidad subutilizada</p> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Incrementando la producción en un 20% paulatinamente | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pronosticar las ventas utilizando datos históricos | <p>Año 2012</p> |
| <p><u>Ventas</u></p> <p>-Mejorar el nivel de las ventas progresivamente</p> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Difundiendo el producto mediante publicidad radial y a través de volantes ➤ Realizar promociones con clientes ➤ Conseguir auspicios en eventos de mayor concurrencia ➤ Mejorar la apariencia y presentación del producto e implementar un diseño más funcional y adaptable | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Se ha destinado el 1% de las ventas mensuales a cubrir los gastos de publicidad y ventas. | <p>Año 2012</p> |

| | | | |
|---|--|---|-----------------|
| <p><u>Talento Humano</u></p> <p>-Fortalecer la productividad del talento humano</p> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Incremento salarial a los trabajadores | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mano de obra presupuestada con salarios apegados a la ley ➤ Respetar los criterios, ideas, sugerencias de los colaboradores independientemente de su nivel jerárquico. | <p>Año 2012</p> |
| <p><u>Producción</u></p> <p>-Tener un conocimiento de todos los materiales que se utilizan en la producción,</p> <p>-Conocer la cantidad requerida para la fabricación de cada unidad.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaborando presupuestos de producción. ➤ Capacitar a la persona encargada de la producción. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaborar el presupuesto de producción de acuerdo a las necesidades y requerimientos del mercado. | <p>Año 2012</p> |
| <p><u>Finanzas</u></p> <p>Definir tiempos límites para el pago de las cuentas por cobrar.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Haciendo un seguimiento permanente de la cartera de créditos. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Previo al otorgamiento de un crédito realizar un análisis adecuado de la capacidad de pago. | <p>Año 2012</p> |

PROYECCIONES AÑO 2013

Cuadro No 56

FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR DEL VALLE”

**PRESUPUESTO PROYECTADO DE VENTAS
EN CAJAS**

| | 2013 | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------|
| DISTRIBUIDORA | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | ANUAL |
| EN CAJAS | | | | | | | | | | | | | |
| DISTRIBUIDORA GABBY | 132 | 160 | 50 | 136 | 40 | 104 | 78 | 42 | 72 | 30 | 56 | 60 | 960 |
| PROHIMBE | 158 | 76 | 62 | 96 | 8 | 100 | 34 | 44 | 38 | 36 | 8 | 40 | 700 |
| DISTRIBUIDORA NORMITA | 188 | 28 | 158 | 106 | 70 | 152 | 26 | 21 | 52 | 32 | 78 | 42 | 953 |
| DISTRIBUIDORA RUBIO | 90 | 226 | 116 | 34 | 36 | 228 | 72 | 6 | 8 | 36 | 234 | 44 | 1.130 |
| DISTRIBUIDORA AMBASSADOR | 100 | 144 | 112 | 20 | 144 | 84 | 9 | 56 | 0 | 56 | 12 | 34 | 771 |
| DISTR. BALSECA PACHECO | 270 | 180 | 240 | 160 | 270 | 216 | 110 | 120 | 30 | 60 | 36 | 34 | 1.726 |
| TOTAL | 938 | 814 | 738 | 552 | 568 | 884 | 329 | 289 | 200 | 250 | 424 | 254 | 6.240 |

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro No 57

FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR DEL VALLE”

PRESUPUESTO PROYECTADO DE PRODUCCIÓN

| CONCEPTOS | EN CAJAS | | | | | | | | | | | | ANUAL |
|----------------------------------|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
| VENTAS PRESUPUESTADAS | 938 | 814 | 738 | 552 | 568 | 884 | 329 | 289 | 200 | 250 | 424 | 254 | 6.240 |
| MAS INVENTARIO FINAL ESPERADO | 80 | 40 | 20 | 30 | 50 | 30 | 30 | 80 | 30 | 60 | 200 | 60 | 60 |
| UNIDADES REQUERIDAS | 1.018 | 854 | 758 | 582 | 618 | 914 | 359 | 369 | 230 | 310 | 624 | 314 | 6.300 |
| MENOS INVENTARIO INICIAL | 200 | 80 | 40 | 20 | 30 | 50 | 30 | 30 | 80 | 30 | 60 | 200 | 200 |
| PRODUCCION REQUERIDA | 1.218 | 934 | 798 | 602 | 648 | 964 | 389 | 399 | 310 | 340 | 684 | 514 | 7.800 |

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro No 58

FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR DEL VALLE”

PRESUPUESTO PROYECTADO DE COMPRA DE MATERIALES

| CONCEPTOS | | | | | | | | | | | | | ANUAL |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Sept. | Octubre | Nov. | Dic. | |
| Produccion requerida | 1.218 | 934 | 798 | 602 | 648 | 964 | 389 | 399 | 310 | 340 | 684 | 514 | 7.800 |
| más: Inventario final de materiales deseado | 280 | 239 | 181 | 194 | 289 | 117 | 120 | 93 | 102 | 205 | 154 | 50 | 50 |
| Subtotal | 1.498 | 1.173 | 979 | 796 | 937 | 1.081 | 509 | 492 | 412 | 545 | 838 | 564 | 7.850 |
| Menos: Inventario inicial de materiales estimados | 50 | 280 | 239 | 181 | 194 | 289 | 117 | 120 | 93 | 102 | 205 | 154 | 50 |
| Materiales directos a ser comprados | 1.448 | 893 | 740 | 615 | 743 | 792 | 392 | 372 | 319 | 443 | 633 | 410 | 7.800 |
| Precio unitario | 3,84 | 3,84 | 3,84 | 3,84 | 3,84 | 3,84 | 3,84 | 3,84 | 3,84 | 3,84 | 3,84 | 3,84 | 3,84 |
| Costo de compras | 5.561,09 | 3.430,66 | 2.840,06 | 2.363,14 | 2.853,89 | 3.040,13 | 1.504,13 | 1.428,48 | 1.224,96 | 1.701,89 | 2.431,49 | 1.574,40 | 29.952,00 |

Nota:El inventario final deseado corresponde al 30% de los requerimientos de producción del mes siguiente.

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro No 59

FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR DEL VALLE”

PRESUPUESTO PROYECTADO DE CONSUMO DE MATERIALES

| CONCEPTOS | 2012 | | | | | | | | | | | | ANUAL |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|------------|----------|-----------|-----------|------------------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
| UNIDADES REQUERIDAS | 1218 | 934 | 798 | 602 | 648 | 964 | 389 | 399 | 310 | 340 | 684 | 514 | 7800 |
| Costo unitario de los materiales directos | 3,84 | 3,84 | 3,84 | 3,84 | 3,84 | 3,84 | 3,84 | 3,84 | 3,84 | 3,84 | 3,84 | 3,84 | 3,84 |
| COSTO DEL CONSUMO DE MPD | 4.677,12 | 3.586,56 | 3.064,32 | 2.311,68 | 2.488,32 | 3.701,76 | 1.493,76 | 1.532,16 | 1.190,40 | 1.305,60 | 2.626,56 | 1.973,76 | 29.952,00 |

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro No 60

FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR DEL VALLE”

PRESUPUESTO PROYECTADO DE MANO DE OBRA DIRECTA

| CONCEPTOS | 2012 | | | | | | | | | | | | ANUAL |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
| Unidades de produccion requeridas | 1.218 | 934 | 798 | 602 | 648 | 964 | 389 | 399 | 310 | 340 | 684 | 514 | 7.800 |
| Tarifa por hora de mano de obra | 1,22 | 1,22 | 1,22 | 1,22 | 1,22 | 1,22 | 1,22 | 1,22 | 1,22 | 1,22 | 1,22 | 1,22 | 1,22 |
| Horas de mano de obra directa | 564,54 | 432,90 | 369,87 | 279,02 | 300,34 | 446,81 | 180,30 | 184,93 | 143,68 | 157,59 | 317,03 | 238,23 | 3615 |
| Costo de la mano de obra directa | 688,74 | 528,14 | 451,24 | 340,40 | 366,41 | 545,11 | 219,97 | 225,61 | 175,29 | 192,26 | 386,78 | 290,64 | 4.410,59 |

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro No 61

PRESUPUESTO DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

| Enero | | 564,54 | |
|---|------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07) | | 39,52 | 39,52 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,30 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 39,52 | 815,82 |

| Febrero | | 432,90 | |
|---|------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07) | | 30,30 | 30,30 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,30 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 30,30 | 806,60 |

| Marzo | | 369,87 | |
|---|------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07) | | 25,89 | 25,89 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,30 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 25,89 | 802,19 |

| Abril | | 279,02 | |
|---|------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 | | 19,53 | 19,53 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,30 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 19,53 | 795,83 |

| Mayo | | 300,34 | |
|---|------------------------|-----------------------------|------------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD\$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 | | 21,02 | 21,02 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,30 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 21,02 | 797,32 |

| Junio | | 446,81 | |
|---|------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 | | 31,28 | 31,28 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,30 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 31,28 | 807,58 |

| JULIO | | 180,30 | |
|---|------------------------|-----------------------------|------------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD\$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 | | 12,621 | 12,621 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,3 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 12,621 | 788,921 |

| Agosto | | 184,93 | |
|---|------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 | | 12,95 | 12,95 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,30 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 12,95 | 789,25 |

| Septiembre | | 143,68 | |
|---|------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 | | 10,06 | 10,06 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,30 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 10,06 | 786,36 |

| Octubre | | 157,59 | |
|---|------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 | | 11,03 | 11,03 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,30 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 11,03 | 787,33 |

| Noviembre | | 317,03 | |
|---|------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 | | 22,19 | 22,19 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,30 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 22,19 | 798,49 |

| Diciembre | | 238,23 | |
|---|------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD \$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD \$ |
| Materiales indirectos | | | |
| Mano de obra indirecta (variable) | | | |
| Supervisión | 320 | | 320 |
| Mantenimiento (variable) | 320 | | 320 |
| Energía (variable 0,07 | | 16,68 | 16,68 |
| Depreciación | 136,3 | | 136,30 |
| total de costos indirectos de fabricación | 776,3 | 16,68 | 792,98 |

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro No 62

FÁBRICA DE VINOS CONQUISTADOR “DEL VALLE”

PRESUPUESTO PROYECTADO DE COSTO DE ARTÍCULOS VENDIDOS

| Presupuesto de apoyo | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Sept. | Octubre | Noviembre | Diciembre | Anual |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| Presupuesto de consumo de materiales | 4.677,12 | 3.586,56 | 3.064,32 | 2.311,68 | 2.488,32 | 3.701,76 | 1.493,76 | 1.532,16 | 1.190,40 | 1.305,60 | 2.626,56 | 1.973,76 | 29.952,00 |
| Presupuesto de Mano de obra directa | 689 | 528 | 451 | 340 | 366 | 545 | 220 | 226 | 175 | 192 | 387 | 291 | 4.410,59 |
| Presupuesto de Costos indirectos de fabricación. | 815,82 | 806,60 | 802,19 | 795,83 | 797,32 | 807,58 | 788,92 | 789,25 | 786,36 | 787,33 | 798,49 | 792,98 | 9568,67 |
| Total costos de Fabricación | 6.181,68 | 4.921,30 | 4.317,75 | 3.447,92 | 3.652,06 | 5.054,44 | 2.502,65 | 2.547,02 | 2.152,05 | 2.285,19 | 3.811,83 | 3.057,38 | 43931,26 |
| Más inventario inicial de artículos terminados | 1.400,00 | 560,00 | 280,00 | 140,00 | 210,00 | 350,00 | 210,00 | 210,00 | 560,00 | 210,00 | 420,00 | 1.400,00 | 5.950,00 |
| Costo de los artículos terminados | 7.581,68 | 5.481,30 | 4.597,75 | 3.587,92 | 3.862,06 | 5.404,44 | 2.712,65 | 2.757,02 | 2.712,05 | 2.495,19 | 4.231,83 | 4.457,38 | 49.881,26 |
| Menos: Inv. Fin. De artículos terminados | 560,00 | 280,00 | 140,00 | 3.864,00 | 350,00 | 210,00 | 210,00 | 560,00 | 210,00 | 420,00 | 1.400,00 | 420,00 | 8.624,00 |
| Costo de artículos vendidos | 7.021,68 | 5.201,30 | 4.457,75 | -276,08 | 3.512,06 | 5.194,44 | 2.502,65 | 2.197,02 | 2.502,05 | 2.075,19 | 2.831,83 | 4.037,38 | 41.257,26 |

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro No 63

FÁBRICA DE VINOS "CONQUISTADOR DEL VALLE"

PRESUPUESTO PROYECTADO DE VENTAS EN \$ 8,40

| CONCEPTOS | EN CAJAS | | | | | | | | | | | | ANUAL |
|--|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
| PRODUCCION REQUERIDA | 1.218 | 934 | 798 | 602 | 648 | 964 | 389 | 399 | 310 | 340 | 684 | 514 | 7.800 |
| PRECIO CADA CAJA | 8,4 | 8,4 | 8,4 | 8,4 | 8,4 | 8,4 | 8,4 | 8,4 | 8,4 | 8,4 | 8,4 | 8,4 | 8,4 |
| TOTAL INGRESOS PRESUPUESTADOS | 10.231,20 | 7.845,60 | 6.703,20 | 5.056,80 | 5.443,20 | 8.097,60 | 3.267,60 | 3.351,60 | 2.604,00 | 2.856,00 | 5.745,60 | 4.317,60 | 65.520,00 |

Cuadro No 64

PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS AÑO 2013

| ENERO | | 10.231,20 | |
|----------------------------------|-------------------|-------------------------|--------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD\$ | VARIABLES USD \$ | TOTAL USD\$ |
| PUBLICIDAD (1%) | | 102,31 | 102,31 |
| CUENTAS INCOBRABLES (2 %) | | 204,62 | 204,62 |
| TOTAL DE GASTOS DE VENTAS | | 306,94 | 306,94 |

| FEBRERO | | 7.845,60 | |
|----------------------------------|-------------------|------------------------|--------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD\$ | VARIABLES USD\$ | TOTAL USD\$ |
| PUBLICIDAD (1%) | | 78,46 | 78,46 |
| CUENTAS INCOBRABLES (2 %) | | 156,91 | 156,91 |
| TOTAL DE GASTOS DE VENTAS | | 235,37 | 235,37 |

| MARZO | | 6.703,20 | |
|----------------------------------|-------------------|------------------------|--------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD\$ | VARIABLES USD\$ | TOTAL USD\$ |
| PUBLICIDAD (1%) | | 67,03 | 54,15 |
| CUENTAS INCOBRABLES (2 %) | | 134,06 | 134,06 |
| TOTAL DE GASTOS DE VENTAS | | 201,10 | 188,21 |

| ABRIL | | 5.056,80 | |
|----------------------------------|-------------------|------------------------|--------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD\$ | VARIABLES USD\$ | TOTAL USD\$ |
| PUBLICIDAD (1%) | | 50,57 | 50,57 |
| CUENTAS INCOBRABLES (2 %) | | 101,14 | 101,14 |
| TOTAL DE GASTOS DE VENTAS | | 151,70 | 151,70 |

| MAYO | | 5443,20 | |
|----------------------------------|-------------------|-----------------------|--------------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD\$ | VARIABLE USD\$ | TOTAL USD\$ |
| PUBLICIDAD (1%) | | 54,43 | 54,43 |
| CUENTAS INCOBRABLES (2%) | | 108,86 | 108,86 |
| TOTAL DE GASTOS DE VENTAS | | 163,30 | 163,30 |

| JUNIO | | 8097,60 | |
|----------------------------------|---------------|-------------------|----------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD\$ | VARIABLE USD\$ | TOTAL USD\$ |
| PUBLICIDAD (1%) | | 80,98 | 80,98 |
| CUENTAS INCOBRABLES (2%) | | 161,95 | 161,95 |
| TOTAL DE GASTOS DE VENTAS | | 242,93 | 242,93 |

| JULIO | | 3267,60 | |
|----------------------------------|---------------|-------------------|----------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD\$ | VARIABLE USD\$ | TOTAL USD\$ |
| PUBLICIDAD (1%) | | 32,68 | 32,68 |
| CUENTAS INCOBRABLES (2%) | | 44,98 | 44,98 |
| TOTAL DE GASTOS DE VENTAS | | 77,66 | 77,66 |

| AGOSTO | | 3351,60 | |
|----------------------------------|---------------|-------------------|----------------|
| TIPO DE GASTO | FIJO USD\$ | VARIABLE USD\$ | TOTAL USD\$ |
| PUBLICIDAD (1%) | | 33,52 | 33,52 |
| CUENTAS INCOBRABLES (2%) | | 24,38 | 24,38 |
| TOTAL DE GASTOS DE VENTAS | | 57,90 | 57,90 |

| SEPTIEMBRE | | 2.604,00 | |
|-----------------------------------|---------------|--------------------|----------------|
| Tipo de gasto | Fijo USD\$ | Variables USD\$ | Total USD\$ |
| Publicidad (1%) | | 26,04 | 26,04 |
| Cuentas incobrables (2%) de 63,15 | | 52,08 | 52,08 |
| Total del gtos. De vtas. | | 78,12 | 78,12 |

| OCTUBRE | | 2.856,00 | |
|---------------------------------|------------|-----------------|--------------|
| Tipo de gasto | Fijo USD\$ | Variables USD\$ | Total USD\$ |
| Publicidad (1%) | | 28,56 | 28,56 |
| Cuentas incobrables (2%) | | 57,12 | 57,12 |
| Total del gtos. De vtas. | | 85,68 | 85,68 |

| NOVIEMBRE | | 5.745,60 | |
|---------------------------------|------------|-----------------|---------------|
| Tipo de gasto | Fijo USD\$ | Variables USD\$ | Total USD\$ |
| Publicidad (1%) de 423,85 | | 57,46 | 57,46 |
| Cuentas incobrables (2%) | | 114,91 | 114,91 |
| Total del gtos. De vtas. | | 172,37 | 172,37 |

| DICIEMBRE | | 4.317,60 | |
|---------------------------------|------------|-----------------|---------------|
| Tipo de gasto | Fijo USD\$ | Variables USD\$ | Total USD\$ |
| Publicidad (1%) de 1297,5 | | 43,18 | 43,18 |
| Cuentas incobrables (2%) | | 86,35 | 86,35 |
| Total del gtos. De vtas. | | 129,53 | 129,53 |

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro No 65

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS AÑO 2013

| Tipo de Gasto | Total USD\$ |
|---|---------------|
| Sueldo de ejecutivos | 350,00 |
| Sueldo de oficinistas | 350,00 |
| | |
| total gastos administrativos por mes | 700,00 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS ANUALES | 8400 |

Elaborado por: Las Autoras

FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR DEL VALLE”

ESTADO DE INGRESOS PRESUPUESTADO

AÑO 2013

| | |
|------------------------------------|------------------|
| Ventas | 65.520,00 |
| Costo de artículos vendidos. | 41.257,26 |
| Utilidad Bruta. | 24.262,74 |
| Gtos. Operacionales | |
| Gtos. De ventas | 1.889,69 |
| Gtos. Administrativos | 8.400,00 |
| Gtos. Por intereses | 1.577,91 |
| Total gtos. Operacionales | 11.867,60 |
| Utilidad neta antes de imp. | 12.395,14 |
| 15% Part. A trabajadores | 1.859,27 |
| Utilidad neta sin impuestos | 10.535,87 |
| Impuestos sobre la renta | 2.633,97 |
| Utilidad Liquida | 7.901,90 |

Cuadro No 66
PRESUPUESTO PROYECTADO DE CAJA
AÑO 2013

| Concepto | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Anual |
|---------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Saldo inicial | 12.689,46 | 12.575,47 | 17.229,48 | 20.564,13 | 22.340,16 | 24.097,30 | 26.371,77 | 29.462,24 | 30.124,25 | 30.707,17 | 30.971,20 | 31.509,77 | 12.689,46 |
| Entradas de caja: | | | | | | | | | | | | | |
| ventas al contado | 7.673,40 | 8.442,00 | 6.988,80 | 5.468,40 | 5.346,60 | 7.434,00 | 4.475,10 | 3.330,60 | 2.790,90 | 2.793,00 | 5.023,20 | 4.674,60 | 64.440,60 |
| cobros | | 2.557,80 | 1.961,40 | 1.675,80 | 1.264,20 | 1.360,80 | 2.024,40 | 816,90 | 837,90 | 651,00 | 714,00 | 1.436,40 | 15.300,60 |
| | | | | | | | | | | | | | |
| Total de caja disponible | 20.362,86 | 23.575,27 | 26.179,68 | 27.708,33 | 28.950,96 | 32.892,10 | 32.871,27 | 33.609,74 | 33.753,05 | 34.151,17 | 36.708,40 | 37.620,77 | 92.430,66 |
| Salidas de caja: | | | | | | | | | | | | | |
| Materiales directos | 4.677,12 | 3.586,56 | 3.064,32 | 2.311,68 | 2.488,32 | 3.701,76 | 1.493,76 | 1.532,16 | 1.190,40 | 1.305,60 | 2.626,56 | 1.973,76 | 29.952,00 |
| Mano de obra | 688,74 | 528,14 | 451,24 | 340,40 | 366,41 | 545,11 | 219,97 | 225,61 | 175,29 | 192,26 | 386,78 | 290,64 | 4.410,59 |
| Costo indirectos de fabricación | 815,82 | 806,60 | 802,19 | 795,83 | 797,32 | 807,58 | 788,92 | 789,25 | 786,36 | 787,33 | 798,49 | 792,98 | 9.568,67 |
| Gtos de ventas | 306,94 | 235,37 | 188,21 | 151,70 | 163,30 | 242,93 | 77,66 | 57,90 | 78,12 | 85,68 | 172,37 | 129,53 | 1.889,69 |
| Gtos de administración | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 8.400,00 |
| Impuesto a la renta | 432,77 | 329,15 | 255,72 | 920,87 | 196,86 | 387,83 | | 58,32 | | | 412,04 | | 2.993,56 |
| Total de salidas de caja | 7.621,39 | 6.185,82 | 5.461,68 | 5.220,49 | 4.712,22 | 6.385,21 | 3.280,30 | 3.363,23 | 2.930,17 | 3.070,87 | 5.096,24 | 3.886,90 | 57.214,51 |
| Superávit | 12.741,47 | 17.389,45 | 20.718,00 | 22.487,85 | 24.238,74 | 26.506,89 | 29.590,97 | 30.246,51 | 30.822,88 | 31.080,29 | 31.612,16 | 33.733,86 | 35.216,15 |
| Interés | 166,00 | 159,97 | 153,86 | 147,69 | 141,44 | 135,12 | 128,73 | 122,26 | 115,72 | 109,10 | 102,40 | 95,62 | 1.577,91 |
| Saldo final de caja | 12.575,47 | 17.229,48 | 20.564,13 | 22.340,16 | 24.097,30 | 26.371,77 | 29.462,24 | 30.124,25 | 30.707,17 | 30.971,20 | 31.509,77 | 33.638,24 | 33.638,24 |

Elaborado por: Las Autoras

FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR DEL VALLE”

BALANCE GENERAL PROYECTADO

DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013

| ACTIVO | | PASIVOS | |
|-------------------------------------|-------------------|------------------------------------|-------------------|
| Corriente | | Corto Plazo | |
| Caja-Bancos | 33.638,24 | Proveedores | 7.479,40 |
| inventarios | 420,00 | 15% participación trabajadores | 1.859,27 |
| Clientes | 1.079,40 | Impuesto a la renta | 2.633,97 |
| Fijos | 100.956,10 | Largo Plazo | 25.000,00 |
| Depreciables | | Préstamo Bancario | 25.000,00 |
| Vehículo | 40.000,00 | | |
| Dep. Vehículo | -1.600,00 | | |
| Edificio | 44.850,00 | | |
| Dep. Edificio | -112,13 | | |
| Maquinarias | 13.625,00 | TOTAL PASIVO | 36.972,64 |
| Dep. Maquinaria | -136,25 | | |
| Equipos de Computo | 3.200,00 | | |
| Dep. Eq. Comp | -355,52 | PATRIMONIO | |
| Muebles y enseres | 1.500,00 | Capital | 107.733,67 |
| Dep. Muebles y Enseres | -15,00 | Utilidad del ejercicio anterior | 6.336,83 |
| No depreciables | 20.000,00 | Utilidad del ejercicio | 7.901,90 |
| Terreno | 20.000,00 | | |
| Diferidos | 2.851,30 | TOTAL PATRIMONIO | 121.972,40 |
| Gasto de Investigación y Desarr. | 800,00 | | |
| Amort. G. Investigación | -160,00 | | |
| Gasto Instalación | 1.500,00 | | |
| Amort. G. Instalación | -300,00 | | |
| Gasto Constitución | 450,00 | | |
| Amort. G. Constitución | -90,00 | | |
| Publicidad y propaganda | 651,30 | | |
| TOTAL ACTIVO | 158.945,04 | TOTAL PASIVO+PATRIMONIO | 158.945,04 |

4.5.1 CÁLCULO DE RAZONES FINANCIERAS AÑO 2013

Razones de Liquidez

Miden la capacidad de la empresa para satisfacer o cubrir sus obligaciones a corto plazo, en función a la tenencia de activos líquidos, más no a la capacidad de generación de efectivo. Entre las razones de liquidez tenemos las siguientes:

Índices de Solvencia.- Se utiliza como un indicador de la capacidad de la empresa para liquidar oportunamente sus obligaciones a corto plazo.

$$\frac{\text{ACTIVOS CORRIENTES}}{\text{PASIVOS CORRIENTES}}$$

$$\frac{35.137,64}{11.972,64}$$

$$\text{IS}=2,93$$

La fábrica de vinos EL CONQUISTADOR DEL VALLE, tiene \$ 2,93 para cubrir cada dólar de deuda.

Índice de Prueba Ácida.- Para determinar la disponibilidad de recursos que posee la empresa para cubrir los pasivos a corto plazo, se recurre a la prueba ácida, la cual determina la capacidad de pago de la empresa sin la necesidad de realizar sus inventarios.

$$\frac{\text{ACTIVOS CORRIENTES} - \text{INVENTARIOS}}{\text{PASIVOS CORRIENTES}}$$

$$\frac{35.137,64 - 420,00}{11.972,64}$$

$$\frac{34.717,64}{11.972,64}$$

$$\text{IR}=2,90$$

La fábrica de vinos EL CONQUISTADOR DEL VALLE, tiene \$ 2,90 dólares para pagar sus responsabilidades a corto plazo sin utilizar los fondos del inventario.

RAZONES DE APALANCAMIENTO

Miden el grado o la forma en que los activos de la empresa han sido financiados, considerando tanto la contribución de terceros (endeudamiento) como la de los propietarios (patrimonio).

Razón de Endeudamiento

Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por deuda, por lo cual se acostumbra presentar en forma de porcentaje.

$$\frac{\text{TOTAL DE PASIVOS}}{\text{TOTAL DE ACTIVOS}}$$
$$\frac{36.972,64}{158.945,04}$$
$$=23,26\%$$

La fábrica de Vinos, se encuentra financiada en un 23,26% por terceros, lo que indica que la empresa trabaja con capital propio.

Razón de Autonomía

Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con dinero de los propietarios, es complementaria a la de endeudamiento, por lo que la suma de las dos debe ser igual a 1.

$$\text{Autonomía} = \frac{\text{TOTAL PATRIMONIO}}{\text{TOTAL ACTIVO}}$$
$$\text{Autonomía} = \frac{121.972,40}{158.945,04}$$

$$= 76,73\%$$

La empresa trabaja con capital propio ocupando de éste un 76,73%.

Apalancamiento Total

$$\begin{aligned} & \frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{PATRIMONIO}} \\ &= \frac{36.972,64}{121.972,40} \\ &= 0,30 \end{aligned}$$

Significa que por cada dólar del patrimonio (propiedad de la empresa), adeuda 0,30 centavos de dólar, por lo que es muy favorable para la empresa.

RAZONES DE ACTIVIDAD O DE GERENCIA

Evalúan la habilidad con la cual la empresa (o la gerencia) utiliza los recursos de que dispone.

Días de Cuentas por Cobrar

También conocido como días de ventas en la calle, representa en promedio, el número de días que la empresa está tardando en recuperar sus ventas

$$\begin{aligned} &= \frac{\text{Cuentas por cobrar} * 360 \text{ días}}{\text{Ventas}} \\ &= \frac{1.079,40 * 360 \text{ días}}{65.520} \\ &= 6 \text{ Días} \end{aligned}$$

La empresa tarda 6 días en recuperar sus ventas a crédito

Rotación de Cuentas por Cobrar

Indica el número de veces en que, en promedio, han sido renovadas las cuentas por cobrar.

$$\begin{aligned} &= \frac{\textit{Ventas}}{\textit{Cuentas por Cobrar}} \\ &= \frac{65.520,00}{1.079,40} \\ &= \mathbf{60 \text{ veces}} \end{aligned}$$

La empresa rota sus cuentas por cobrar 60 veces.

Rotación del activo fijo

Aun cuando los activos fijos no están en el negocio para ser vendidos, sino para producir los bienes y servicios que luego generarán los ingresos, este indicador mide la relación que existe entre el monto de los ingresos y el monto de la inversión en activos fijos.

$$\begin{aligned} &\frac{\textit{VENTAS}}{\textit{ACTIVO FIJO}} \\ &\frac{65.520,00}{100.956,10} \\ &= 0,65 \text{ Veces} \end{aligned}$$

Cuando el cociente resulta cercano a uno, o inferior a uno, usualmente decimos que la organización es intensa en activos y el margen neto sobre las ventas se vuelve determinante para cubrir los costos de mantener una inversión tan alta y generar efectivo para satisfacer a sus fuentes.

Rotación del Activo Total

La eficiencia en la utilización del activo total se mide a través de esta relación que indica también el número de veces que, en un determinado nivel de ventas, se utilizan los activos.

$$\frac{VENTAS}{ACTIVO TOTAL}$$
$$\frac{65.520,00}{158.945,04}$$
$$= 0,41$$

La fábrica no está utilizando adecuadamente sus activos por cuanto mantiene capacidad ociosa, por lo que genera una rotación de 0,41 veces.

Impacto de los Gastos de Administración y Ventas

Si bien una empresa puede presentar un margen bruto relativamente aceptable, este puede verse disminuido por la presencia de fuertes gastos operacionales (administrativos y de ventas) que determinarán un bajo margen operacional y la disminución de las utilidades netas de la empresa.

$$\frac{GASTOS AMINISTRATIVOS Y DE VENTA}{VENTAS}$$
$$\frac{10.289,69}{65.520,00}$$
$$= 16\%$$

Significa que se utiliza el 16% del total de las ventas para cubrir los gastos de venta y administrativos.

Impacto de la Carga Financiera

Su resultado indica el porcentaje que representan los gastos financieros con respecto a las ventas o ingresos de operación del mismo período, es decir, permite establecer la incidencia que tienen los gastos financieros sobre los ingresos de la empresa.

$$\frac{GASTOS\ FINANCIEROS}{VENTAS}$$
$$\frac{1.577,91}{65.520,00}$$

$$= 2,40\%$$

La fábrica utiliza un 2,40% para cubrir los gastos financieros, lo que refleja que su nivel de endeudamiento es bajo.

RAZONES DE RENTABILIDAD

Miden la capacidad de la empresa para generar utilidades, a partir de los recursos disponibles.

Margen de Utilidad Bruta.

Mide en forma porcentual, la porción del ingreso que permitirá cubrir todos los gastos diferentes al costo de ventas.

$$\frac{UTILIDAD\ BRUTA}{VENTAS\ NETAS}$$
$$\frac{24.262,74}{65.520,00}$$

$$MUB= 37\%$$

La fábrica tiene un 37% de utilidad bruta para cubrir los gastos diferentes al costo de venta.

Margen de Utilidad Neta

Mide el porcentaje que está quedando a los propietarios para operar la empresa

$$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS NETAS}}$$

$$\frac{7.901,90}{65.520,00}$$

$$=12,06\%$$

La empresa cuenta con un 12,06% del total de sus ingresos por ventas para operar en la marcha de la misma.

Rendimiento sobre Activos (ROA)

Indica el rendimiento que se está obteniendo sobre la inversión realizada en la empresa

$$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVOS TOTALES}} \times 100$$

$$\frac{7.901,90}{158.945,04} \times 100$$

$$\text{ROA}=4,97\%$$

La fábrica está obteniendo un rendimiento del 4,97% del total de la inversión realizada en la misma, lo que nos refleja que sus activos fijos no están siendo utilizados en su capacidad máxima.

Rendimiento sobre el Patrimonio (ROE)

Mide la rentabilidad que están obteniendo los inversionistas de la empresa.

$$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO}} \times 100$$

$$\frac{7.901,90}{121.972,40} \times 100$$

$$= 6,48\%$$

El inversionista de la fábrica únicamente está obteniendo un 6,48% de rendimiento de la inversión total.

4.6 RESULTADOS

Este modelo de planeación económica - financiera, definirá el rumbo que tiene que seguir la Fábrica para alcanzar sus objetivos y metas propuestas. Su implementación es importante tanto a nivel interno como para los terceros que necesitan tomar decisiones vinculadas a la empresa, buscando mantener el equilibrio económico en todos los niveles de la Fábrica, tanto en el área operativa como en la estratégica, constituye un medio para el aprendizaje, la retroalimentación permanente y la cualificación de los procesos de toma de decisiones, por lo que se convierte en una herramienta fundamental en los procesos de formulación, ejecución y mejoramiento permanente.

El presente plan es factible a su desarrollo, todos los indicadores apuestan a que el plan se incline para el avance de la empresa. Las proyecciones planteadas son realizadas basándose en los datos otorgados por la fábrica, considerándose todos los factores que puedan afectar en este año en las variables de la producción y giro de la empresa.

Las proyecciones de ventas han considerado eliminar la demanda insatisfecha en los meses de mayor recaudo, y proponer una producción aceptable para que la producción sea viable.

De los Estados Financieros proporcionados por la Contadora de la Fábrica se desprende que la empresa realiza operaciones financieras diariamente y no presenta una estructura organizativa adecuada en su área de contabilidad que responda eficientemente a tales demandas, lo que ocasiona que se estén administrando deficientemente los recursos financieros y que se carezcan de herramientas claves de organización, utilización y control de los mismos que permitan corregir a tiempo las dificultades y proponer soluciones inmediatas que ayuden en la toma de decisiones.

Lo que se pretende es intentar construir una representación del mundo real, con fines de experimentación, donde se pueden observar las diferentes áreas en las que se desenvuelve la empresa, y cuáles de estas podrían representar una fortaleza para el crecimiento económico financiero de la misma.

De esta manera la administración de la propuesta será manejada bajo los siguientes parámetros:

- Establecimiento de una gestión financiera que promueva integración de cuentas con la finalidad de ejercer un control a cada una de las actividades económicas de la empresa.
- Desarrollo de habilidades, de esta manera se pretende fomentar la habilidad en donde la capacidad para trabajar con calidad será un esfuerzo cooperativo generando así el cambio y resolver los problemas del entorno a través del diseño de soluciones funcionales que promoverán en la empresa calidad y dinamismo.
- Gestionar los costos en la empresa mismos que implicarán:

La planificación de costos destinados a maximizar el margen entre ingresos y costos.

La reducción sistemática de costos.

La planeación de la inversión por parte de la alta gerencia.

- Capacitar al personal con cursos de formación.

Facilitar a los empleados la formación en técnicas administrativas, de uso de software y tecnologías de telecomunicación permitirá tener personal más capacitado y más polivalente lo que redundará en una mejora de la calidad.

- Movilización la imaginación

Para aumentar la liquidez de la empresa es conveniente enviar las facturas en el momento de la entrega del producto o servicio reduciendo plazos innecesarios e incluso ofrecer descuentos los clientes que paguen las facturas de forma inmediata.

La adquisición de ciertos bienes como vehículos o mobiliario de segunda mano permite reducir fuertemente ciertos costos.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- La presente investigación demuestra que la Fábrica de Vinos “CONQUISTADOR DEL VALLE”, desde que fue creada ha venido funcionando desorganizadamente con niveles de control deficientes, los procesos básicos que se realizan en el diario vivir de la empresa contienen fallas tanto administrativas como operativas, siendo el principal problema detectado la carencia de un Modelo de Planeación Económica Financiera, que permita definir el rumbo que tiene que seguir la organización para alcanzar sus objetivos estratégicos y financieros.
- La Fábrica no realiza ningún tipo de presupuesto que determine los costos de producción y garantice la optimización de recursos materiales y humanos.
- El área contable es la encargada de manejar las ventas y negociaciones con los clientes, las ventas son un proceso espontáneo, no tiene enfoque técnico y lo que se espera es mantener al cliente. Por este motivo no se ha solicitado personal capacitado para este fin, viéndose la empresa afectada en la efectividad de sus ventas.
- La empresa carece de una estructura organizativa que responda a las necesidades de análisis, planificación, control de los recursos y competencia, dificultando la utilización de la maquinaria al 100% de la capacidad productiva.

- Mediante las proyecciones realizadas concluimos que las ventas en relación al año 2011 se incrementan en un 17% para el año 2012 y para el año 2013 en un 45%, lo que en el estado de resultados representa mayor utilidad para el año 2013.

5.2 RECOMENDACIONES

- Es necesario que la empresa adopte el Modelo de Planeación Económica Financiera en la Fábrica de Vinos “CONQUISTADOR DEL VALLE” propuesto en el trabajo investigativo en el mismo que se ha considerado las necesidades y expectativas de la Fábrica, de tal manera que se logre alcanzar los objetivos de la empresa y por ende mejorar los resultados.
- Elaborar presupuestos para determinar de una forma más detallada cada uno de los recursos que implica la elaboración del producto y por ende mediante estos resultados obtenidos determinar pérdidas o ganancias.
- La fábrica debe contar con personal capacitado en ventas, el mismo que será el encargado de realizar negociaciones y captar nuevos clientes, ayudando a la posesión del producto en diferentes mercados.
- La reestructuración organizativa de la Fábrica de Vinos “CONQUISTADOR DEL VALLE” permitirá que la Fábrica cuente con información confiable, veraz y oportuna para que la Gerencia tome decisiones eficientes y eficaces, permitiendo utilizar al máximo la capacidad productiva de la maquinaria.
- La elaboración del modelo se fundamenta en el hecho de que la Fábrica está consciente de la necesidad de contar con dicho modelo de estas características que permita tener mayor utilidad, a partir del incremento en ventas y la evolución de los costos, por ello el Gerente aporta y respalda el desarrollo de este modelo de planeación económica financiera.

RESUMEN

La presente Tesis es una Propuesta de un Modelo de Planeación Económico - Financiero, para la Fábrica de Vinos “Conquistador de Valle” del Cantón Patate para los años 2012 - 2013, con el propósito de determinar pronósticos de ventas, proyectar presupuestos operativos, de efectivo y estados financieros. Es una empresa dedicada a la producción, elaboración y venta de Vinos Dulces de Frutas de diferentes sabores como: Frutilla, Manzana y Durazno.

Como parte de la propuesta se desarrolló un Presupuesto Maestro , el mismo que considera ventas, costos, producción y transacciones financieras para los próximos períodos, incrementando las ventas en base a la optimización de recursos que tiene la fábrica, liderando con la distribución y comercialización del producto.

En este presupuesto se determino la futura situación económica – financiera de la empresa, mediante la utilización de indicadores financieros tales como: índices de solvencia, liquidez y razones de endeudamiento, mediante el cálculo, análisis e interpretación de los mismos se determinó que las ventas en el año 2012 se incrementan en un 17% y para el año 2013 en un 45%, lo que en el estado de resultados refleja mayor utilidad.

Los resultados obtenidos permiten concluir que el Modelo de Planeación Económico – Financiero es viable y especialmente atractivo debido a que en la actualidad no existe una empresa en operación que maneje este modelo.

Se recomienda al Gerente implementar este Modelo de Planeación Económico – Financiero el mismo que ha considerado las necesidades y expectativas de la Fábrica, de tal manera que se logre alcanzar los objetivos conjuntamente con el monitoreo del cumplimiento del plan económico – financiero debido a que las condiciones en que se desarrolla pueden cambiar constantemente.

ABSTRACT

The present paper is an economical-financial planning model proposal for the wine factory "Conquistador del Valle" from Patate Canton from 2012 to 2013 in order to determine sale prediction, to plan cash operating budgets and financial statements. This enterprise produces, creates and sells sweet fruit wine with different flavors such as strawberry, apple and peach.

A master budget was developed as of the proposal which considers sales, costs, production and financial transfers for the next periods by increasing sales based on factory resource optimization leading with the product marketing and distribution

The future economical-financial factory situation was determined in this budget by financial indicators such as: solvency index, cash-flow and debt reason, by means of calculation, interpretation and analysis. It was possible to determine that the sales in 2012 increased in a 17% and in 2013 a 45% reflecting more profit in the result statement.

It is concluded that economical-financial planning model is feasible and specially attractive due to nowadays, there is no a running enterprise handling this type of model

It is recommended that the manager applies this economical-financial planning model which has taken into account the factory needs and expectations in order to achieve goals with the economical plan achievement monitoring because the developing conditions may change constantly

BIBLIOGRAFÍA:

- ✓ FIERRO MARTINEZ, Ángel María, Planeación y Evaluación Financiera, 2.Ed. Bogotá, 2004.
- ✓ ORTEGA CASTRO, Alfonso, Planificación Financiera Estratégica, México 2008, Interamericana Editores.
- ✓ BURBANO RUIZ, Jorge E, Presupuestos: Un Enfoque de Direccionamiento Estratégico, Gestión y Control de Recursos, 4.ed. Bogotá. McGraw – Hill. 2011.
- ✓ SARMIENTO R, Rubén, Contabilidad de Costos. 2. Ed.2010.
- ✓ MUNCH GALINDO, Lourdes, Planeación Estratégica, El rumbo hacia el Éxito, 4.Ed. México, 2005.
- ✓ SARMIENTO, Euclides Alfredo, Los Presupuestos Teoría y Aplicaciones, 3.Ed. 2008.
- ✓ HORNGREN, Charles, Contabilidad de Costos, Un Enfoque de Gerencia, 3.Ed, 2009.
- ✓ GARCÍA LEÓN, Oscar, Administración Financiera, Fundamentos y Aplicaciones, 2. Ed., 2008.

LINCOGRAFÍA:

- ✓ <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no11/proforma.htm>
- ✓ <http://www.salonhogar.com/materias/administracion/planefinanciera.htm>
- ✓ <http://www.itistmo.edu.mx/pagina%20de%20la%20lic%20Cecilia%20Rasgado%20Luis/FINANZAS%20II%20U1.html#5>

ANEXOS

ANEXO No 1: ENCUESTAS

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
Facultad de Administración de Empresas
Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior

OBJETIVO: El objetivo de la presente encuesta, es conocer de conocer la situación de los empleados, y determinar soluciones para poder motivarlos y optimizar tanto su rendimiento como su interés por la mejora de la empresa.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente cada una de las preguntas y seleccione la respuesta que más se apegue a su realidad

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS EMPLEADOS DE LA FÁBRICA DE VINOS

“CONQUISTADOR DEL VALLE”

Sexo:

Masculino _____

Femenino _____

1. Sobre la Empresa

| | SI | NO |
|---|----|----|
| ¿Le gusta trabajar en ésta empresa? | | |
| ¿Siente que está integrado en ella? | | |
| ¿Conocía la existencia de la empresa antes de incorporarse en ella? | | |
| ¿Conoce sus funciones y responsabilidades? | | |
| ¿Considera que la empresa le brindó la oportunidad para su formación y desarrollo personal? | | |

2. Sobre las condiciones ambientales en su puesto de trabajo

| | SI | NO |
|--|----|----|
| ¿El ambiente donde ejerce sus funciones tiene suficiente claridad? | | |
| ¿Es la temperatura adecuada en los talleres? | | |
| ¿El ruido de las máquinas afecta o no a su salud? | | |
| ¿Se mantiene la empresa limpia y aseada? | | |

3. Sobre la integración en el Trabajo

| | SI | NO |
|--|----|----|
| ¿Es el ambiente laboral agradable? | | |
| ¿Se apoyan mutuamente en el desempeño de su trabajo? | | |

| | | |
|---|--|--|
| ¿Es fácil la comunicación con sus compañeros es fluida? | | |
|---|--|--|

4. Sobre su Jefe Directo o Superiores

| | | |
|---|-----------|-----------|
| ¿Existe comunicación satisfactoria y pertinente? | SI | NO |
| ¿El trato pertinente es agradable? | | |
| ¿Recibe apoyo pertinente en el desempeño del trabajo? | | |
| ¿Considera que el nivel de exigencia es adecuado? | | |

5. Sobre su puesto de trabajo

| | | |
|--|-----------|-----------|
| ¿Corresponde su formación académica al puesto que desempeña? | SI | NO |
| ¿Está acorde su puesto de trabajo a su experiencia laboral? | | |
| ¿Está Ud. Satisfecho con el trabajo que desempeña? | | |
| ¿Conoce usted las competencias de su puesto de trabajo? | | |
| ¿Existe movilidad de puestos? | | |
| ¿Existe discriminación por sexo? | | |

6. Sobre su sueldo

| | | |
|---|-----------|-----------|
| ¿Considera que su trabajo está bien remunerado? | SI | NO |
| ¿Existe concordancia en los sueldos de los diferentes puestos de trabajo? | | |
| ¿Considera los sueldos están en concordancia con la marcha de la empresa? | | |

7. Sobre la satisfacción personal

| | | |
|---|-----------|-----------|
| ¿Considera que realiza trabajo productivo? | SI | NO |
| ¿Existe un reconocimiento a su labor? | | |
| ¿Siente que el trabajo que realiza le aporta satisfacciones? | | |
| ¿Tiene posibilidades de crear o tomar la iniciativa en favor de la empresa? | | |

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
Facultad de Administración de Empresas
Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior

OBJETIVO: El objetivo de la presente encuesta, es medir el grado de aceptación de Vinos Conquistador del Valle que permita incrementar la participación en el mercado.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente cada una de las preguntas y seleccione la respuesta que más se apegue a su realidad

ENCUESTA DIRIGIDA AL CONSUMIDOR

Sexo:

Masculino _____

Femenino _____

1. **¿Conoce el producto “VINO CONQUISTADOR DEL VALLE”**

Si

No *

2. **¿Si lo conoce, consume usted este producto?**

Si

No

3. **Ha consumido usted anteriormente este producto**

Si

No

4. **¿Cuál es su grado de satisfacción, qué valoración hace del producto?**

Muy malo

Malo

Regular

Bueno

* Si la respuesta es negativa, la encuesta se cierra

Muy bueno

Excelente

5. ¿Qué tiempo usted conoce del producto Vino “Conquistador del Valle”?

Menos de un año

De uno a tres años

Más de tres años

6. Qué le parece el precio del producto

Económico

Calidad precio satisfactorio

Calidad precio casi satisfactorio

Caro

7. ¿Antes de comprar el producto, usted se fija en otras marcas?

Si

No

8. Si su respuesta fue si en la pregunta anterior, enumere por favor las marcas en qué se fijaría

.....

.....

.....

.....

9. ¿Cómo valora usted las características a la hora de comprar el producto?

| | Muy importante | Importante | Poco importante | Nada importante |
|---------|----------------|------------|-----------------|-----------------|
| Precio | | | | |
| Tamaño | | | | |
| Diseño | | | | |
| Calidad | | | | |

10. Realice una valoración de nuestro Producto

| | Bueno | Malo | Muy Bueno | Excelente |
|---------|-------|------|-----------|-----------|
| Precio | | | | |
| Tamaño | | | | |
| Diseño | | | | |
| Calidad | | | | |

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
Facultad de Administración de Empresas
Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior

OBJETIVO: El objetivo de la presente encuesta, es poder recopilar información necesaria para de esta manera buscar solución a nuestro problema de investigación.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente cada una de las preguntas y seleccione la respuesta que más se apegue a su realidad

ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE DE LA FÁBRICA DE VINOS

“CONQUISTADOR DEL VALLE”

1. ¿Qué lo motivo a iniciar su propia empresa?

.....
.....

2. ¿Qué tiempo está constituida su empresa como una organización formal?

.....

3. ¿Cómo es su relación con el personal de su empresa?

.....

4. ¿El personal de su empresa cuenta con algún tipo de capacitación permanente?

.....

5. Está usted de acuerdo con que se aplique una Planificación Económica Financiera dentro de su empresa

No

14. ¿Si la respuesta en la pregunta anterior fue No, que aspectos cree usted que dificulta está clasificación?

Falta de espacios por tantas bolsas

Pérdida de tiempo

Desconocimiento de la forma de hacerlo

Desconocimiento de las ventajas para el futuro

15. ¿Cree usted que el lugar donde se encuentra instalada la Fábrica afecta directamente a la contaminación ambiental?

Si

No

ANEXO No 2: POBLACIÓN DEL CANTÓN AMBATO Y PATATE

| Población del Cantón Patate por: Grandes grupos de edad | Hombre | Mujer | Total |
|--|---------------|--------------|--------------|
| Población del Cantón Patate : De 0 a 14 años | 2.084 | 2.036 | 4.120 |
| Población del Cantón Patate : De 15 a 64 años | 3.971 | 4.078 | 8.049 |
| Población del Cantón Patate : De 65 años y más | 665 | 663 | 1.328 |
| Población del Cantón Patate : Total | 6.720 | 6.777 | 13.497 |

Fuente: INEC. Censo 2010

| Población del Cantón Ambato por: Grandes grupos de edad | Hombre | Mujer | Total |
|--|---------------|--------------|--------------|
| Población del Cantón Ambato : De 0 a 14 años | 59.818 | 60.520 | 120.338 |
| Población del Cantón Ambato : De 15 a 64 años | 160.960 | 189.850 | 350.810 |
| Población del Cantón Ambato : De 65 años y más | 14.985 | 18.450 | 33.435 |
| Población del Cantón Ambato : Total | 235.763 | 268.820 | 504.583 |

Fuente: INEC. Censo 2010

ANEXO No 3: ESTADOS FINANCIEROS PROPORCIONADOS POR LA FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR DEL VALLE”

FÁBRICA DE VINOS "CONQUISTADOR DEL VALLE"



**ESTADO DE RESULTADOS
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011**

| | | |
|--|------------------|------------------------|
| Ventas | 30.800,00 | |
| (-) Costo de Producción | <u>16.306,07</u> | |
| Utilidad Operacional | | 14.493,93 |
| (-) Gastos Administrativos | 4.764,07 | |
| (-) Gasto de Ventas | | |
| (-) Gastos Financiero | <u>1.647,43</u> | |
| Utilidad o Perdida antes 15% trabajadores | | 8.082,43 |
| 15% Trabajadores | <u>1.212,36</u> | |
| Utilidad antes 25% Impuesto a la renta | | 6.870,07 |
| 25% Impuesto a la renta | <u>1.717,52</u> | |
| Utilidad Neta | | <u>5.152,55</u> |



GERENTE



CONTADOR

Fuente: Datos proporcionados por el Gerente de la Fábrica

ANEXO No 4: HOJAS DE REGISTRO DE VENTAS DE MERCADERÍA PROPORCIONADO POR LA FÁBRICA DE VINOS “CONQUISTADOR DEL VALLE”



FÁBRICA DE VINOS 'CONQUISTADOR DEL VALLE'

VENTAS DEL AÑO 2007 POR CAJAS

| MESES | DISTRIBUIDORES | | | | | TOTAL PEDIDO | PRODUCCION | INVENTO EN BODEGA | DEMANDA INSATISFECHA |
|--------------|-----------------------|-------------|-------------------------|-----------------------|--------------------------|--------------|-------------|-------------------|----------------------|
| | "DISTRIBUIDORA GABBY" | "PROHIMBE" | "DISTRIBUIDORA NORMITA" | "DISTRIBUIDORA RUBIO" | DISTRIBUIDORA AMBASSADOR | | | | |
| ENERO | 100 | 100 | | 150 | 150 | 500 | 500 | 0 | |
| FEBRERO | 250 | 100 | 150 | 80 | 150 | 730 | 500 | 0 | -230 |
| MARZO | 150 | 150 | 90 | 60 | 60 | 510 | 600 | 90 | |
| ABRIL | 160 | 150 | 60 | | 100 | 470 | 500 | 120 | |
| MAYO | 100 | 120 | 150 | 150 | 120 | 640 | 500 | 0 | -20 |
| JUNIO | 80 | | 100 | | 80 | 260 | 550 | 290 | |
| JULIO | 100 | 100 | 150 | 120 | 150 | 620 | 450 | 120 | |
| AGOSTO | 80 | 140 | 100 | 145 | | 465 | 300 | 0 | -45 |
| SEPTIEMBRE | 250 | 100 | | 100 | 150 | 600 | 500 | 0 | -100 |
| OCTUBRE | 100 | | 120 | | 100 | 320 | 700 | 380 | |
| NOVIEMBRE | 120 | 70 | 140 | 100 | 150 | 580 | 300 | 100 | |
| DICIEMBRE | 250 | 150 | 200 | 180 | 200 | 980 | 600 | 0 | -280 |
| TOTAL | 1740 | 1180 | 1260 | 1085 | 1410 | 6675 | 6000 | 0 | -675 |

FÁBRICA DE VINOS 'CONQUISTADOR DEL VALLE'

VENTAS DEL AÑO 2008 POR CAJAS

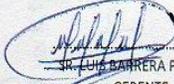
| MESES | DISTRIBUIDORES | | | | | TOTAL PEDIDO | PRODUCCION | INVENTO EN BODEGA | DEMANDA INSATISFECHA |
|--------------|-----------------------|-------------|-------------------------|-----------------------|--------------------------|--------------|-------------|-------------------|----------------------|
| | "DISTRIBUIDORA GABBY" | "PROHIMBE" | "DISTRIBUIDORA NORMITA" | "DISTRIBUIDORA RUBIO" | DISTRIBUIDORA AMBASSADOR | | | | |
| ENERO | 140 | 100 | 60 | 100 | 100 | 500 | 500 | 0 | |
| FEBRERO | 200 | 120 | 150 | 100 | 150 | 720 | 500 | 0 | -220 |
| MARZO | 100 | 80 | 90 | 80 | 120 | 470 | 600 | 130 | |
| ABRIL | 100 | 100 | 80 | 180 | 150 | 610 | 400 | 0 | -80 |
| MAYO | 150 | 100 | 100 | 0 | 100 | 450 | 600 | 150 | |
| JUNIO | 120 | 150 | 80 | 90 | 100 | 540 | 500 | 110 | |
| JULIO | 90 | 80 | 100 | 150 | 150 | 570 | 400 | 0 | -60 |
| AGOSTO | 150 | 100 | 150 | | 120 | 520 | 650 | 130 | |
| SEPTIEMBRE | 250 | | 80 | 120 | | 450 | 400 | 80 | |
| OCTUBRE | | 80 | 100 | | 140 | 320 | 500 | 260 | |
| NOVIEMBRE | | 80 | 150 | 150 | | 380 | 400 | 280 | |
| DICIEMBRE | 300 | 250 | 180 | 200 | 150 | 1080 | 650 | | -150 |
| TOTAL | 1600 | 1240 | 1320 | 1170 | 1280 | 6610 | 6100 | -510 | -510 |

SR. LUIS BARRERA PUNGUIL
GERENTE

Fuente: Datos proporcionados por el Gerente de la Fábrica

| FÁBRICA DE VINOS "CONQUISTADOR DEL VALLE" | | | | | | | | | |
|---|-----------------------|-------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|--------------|-------------|--------------------|----------------------|
| VENTAS DEL AÑO 2009 POR CAJAS | | | | | | | | | |
| MESES | DISTRIBUIDORES | | | | | TOTAL PEDIDO | PRODUCCION | PRODUCTO EN BODEGA | DEMANDA INSATISFECHA |
| | "DISTRIBUIDORA GABBY" | "PROHIMBE" | "DISTRIBUIDOR A NORMITA" | "DISTRIBUIDOR A RUBIO" | DISTRIBUIDORA AMBASSADOR | | | | |
| ENERO | 100 | 80 | 50 | | | 230 | 500 | 270 | |
| FEBRERO | 250 | | | 180 | 180 | 610 | 300 | 0 | -40 |
| MARZO | | 100 | 150 | 100 | | 350 | 550 | 200 | |
| ABRIL | 100 | 80 | 90 | 100 | 150 | 520 | 300 | | -20 |
| MAYO | 100 | 120 | 150 | 180 | 130 | 680 | 550 | | -130 |
| JUNIO | 80 | 150 | 100 | 100 | 160 | 590 | 700 | 110 | |
| JULIO | | 100 | | 180 | 145 | 425 | 500 | 185 | |
| AGOSTO | 180 | | 180 | | 160 | 520 | 400 | 65 | |
| SEPTIEMBRE | 160 | 190 | 100 | 140 | | 590 | 350 | 0 | -175 |
| OCTUBRE | | | | 180 | 160 | 340 | 500 | 160 | |
| NOVIEMBRE | 80 | 100 | | 120 | 150 | 450 | 300 | 10 | |
| DICIEMBRE | 280 | 190 | 180 | 180 | 180 | 1010 | 600 | 0 | -400 |
| TOTAL | 1330 | 1110 | 1000 | 1460 | 1415 | 6315 | 5550 | 0 | -765 |

| FÁBRICA DE VINOS "CONQUISTADOR DEL VALLE" | | | | | | | | | | |
|---|---------------------|-------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|---------------------------------|--------------|-------------|--------------------|----------------------|
| VENTAS DEL AÑO 2010 POR CAJAS | | | | | | | | | | |
| MESES | DISTRIBUIDORES | | | | | | TOTAL PEDIDO | PRODUCCION | PRODUCTO EN BODEGA | DEMANDA INSATISFECHA |
| | DISTRIBUIDORA GABBY | "PROHIMBE" | "DISTRIBUIDOR A NORMITA" | "DISTRIBUIDOR A RUBIO" | DISTRIBUIDORA AMBASSADOR | DISTRIBUIDORA "BALSECA PACHECO" | | | | |
| ENERO | | 120 | 150 | 100 | 100 | 150 | 620 | 500 | 0 | -120 |
| FEBRERO | 250 | 100 | 80 | 180 | 180 | | 790 | 550 | 0 | -240 |
| MARZO | 100 | 80 | 100 | 80 | 120 | 150 | 630 | 700 | 70 | |
| ABRIL | 120 | 150 | 100 | | | 100 | 470 | 600 | 200 | |
| MAYO | | 100 | | 150 | 100 | 150 | 500 | 350 | 50 | |
| JUNIO | 100 | | 180 | 160 | | 160 | 600 | 500 | 0 | -50 |
| JULIO | | 150 | 140 | 180 | 100 | 100 | 670 | 600 | 0 | -70 |
| AGOSTO | | 100 | 80 | 70 | 80 | 120 | 450 | 550 | 100 | |
| SEPTIEMBRE | 160 | 100 | 80 | 80 | 100 | 60 | 580 | 400 | 0 | -80 |
| OCTUBRE | 50 | 50 | 100 | | | 100 | 300 | 600 | 300 | |
| NOVIEMBRE | | 50 | 60 | 50 | 80 | 60 | 300 | 200 | 200 | |
| DICIEMBRE | 160 | 150 | 160 | 80 | 100 | 150 | 800 | 600 | 0 | |
| TOTAL | 940 | 1150 | 1230 | 1130 | 960 | 1300 | 6710 | 6150 | 0 | -560 |


 SR. LUIS BARRERA PUNGUIL
 GERENTE

Fuente: Datos proporcionados por el Gerente de la Fábrica

FÁBRICA DE VINOS 'CONQUISTADOR DEL VALLE'

| VENTAS DEL AÑO 2011 POR CAJAS | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-----------------------|------------|-------------------------|-----------------------|--------------------------|---------------------------------|--------------|-------------|--------------------|----------------------|
| MESES | DISTRIBUIDORES | | | | | | TOTAL PEDIDO | PRODUCCION | PRODUCTO EN BODEGA | DEMANDA INSATISFECHA |
| | "DISTRIBUIDORA GABBY" | "PROHIMBE" | "DISTRIBUIDORA NORMITA" | "DISTRIBUIDORA RUBIO" | DISTRIBUIDORA AMBASSADOR | DISTRIBUIDORA "BALSECA PACHECO" | | | | |
| ENERO | 200 | 150 | 100 | 140 | 150 | 180 | 920 | 500 | 0 | -420 |
| FEBRERO | 150 | 100 | 100 | 150 | 120 | 180 | 800 | 700 | 0 | -100 |
| MARZO | | 100 | 140 | 100 | 100 | 150 | 590 | 750 | 160 | |
| ABRIL | 160 | 100 | 80 | 50 | 80 | 100 | 570 | 500 | 90 | |
| MAYO | 110 | | 150 | | 150 | 180 | 590 | 500 | 0 | |
| JUNIO | 100 | 100 | 100 | 130 | 120 | 100 | 650 | 700 | 50 | |
| JULIO | | | | 30 | 40 | 50 | 120 | 200 | 130 | |
| AGOSTO | | | | | | | | | 130 | |
| SEPTIEMBRE | | | | | | | | | 130 | |
| OCTUBRE | | | | | | | | | 130 | |
| NOVIEMBRE | | | | | | | | | 130 | |
| DICIEMBRE | 20 | | | 20 | 20 | | 60 | | 70 | |
| TOTAL | 740 | 550 | 670 | 620 | 780 | 940 | 4300 | 3850 | 0 | -520 |


 LUIS BARRERA PUNGUIL
 GERENTE

ANEXO No 5

PROYECCIONES 2012

En cajas

| | Enero | | | | | | Febrero | | | | | | Marzo | | | | | |
|--------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| DISTRIBUIDORAGABBY | 100 | 140 | 100 | | 200 | 126 | 250 | 200 | 250 | 250 | 150 | 214 | 150 | 100 | | 100 | | 0 |
| PROHIMBE | 100 | 100 | 80 | 120 | 150 | 146 | 100 | 120 | | 100 | 100 | 78 | 150 | 80 | 100 | 80 | 100 | 72 |
| DISTRIBUIDORA NORMITA | | 60 | 50 | 150 | 100 | 159 | 150 | 150 | | 80 | 100 | 45 | 90 | 90 | 150 | 100 | 140 | 147 |
| DISTRIBUIDORA RUBIO | 150 | 100 | | 100 | 140 | 92 | 80 | 100 | 180 | 180 | 150 | 204 | 60 | 80 | 100 | 80 | 100 | 108 |
| DISTRIBUIDORA AMBASSADOR | 150 | 100 | | 100 | 150 | 100 | 150 | 150 | 180 | 180 | 120 | 147 | 60 | 120 | | 120 | 100 | 104 |
| DISTR. BALSECA PACHECO | | | | 150 | 180 | 219 | | | | | 180 | 144 | | | | 150 | 150 | 195 |
| TOTAL | 500 | 500 | 230 | 620 | 920 | 842 | 730 | 720 | 610 | 790 | 800 | 832 | 510 | 470 | 350 | 630 | 590 | 626 |

| Abril | | | | | | Mayo | | | | | | Junio | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|------|------|------|------|------|
| 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| 160 | 100 | 100 | 120 | 160 | 134 | 100 | 150 | 100 | | 110 | 53 | 80 | 120 | 80 | 100 | 100 | 102 |
| 150 | 100 | 80 | 150 | 100 | 101 | 120 | 100 | 120 | 100 | 0 | 16 | | 150 | 150 | | 100 | 95 |
| 60 | 80 | 90 | 100 | 80 | 100 | 150 | 100 | 150 | | 150 | 80 | 100 | 80 | 100 | 180 | 100 | 142 |
| | 180 | 100 | | 50 | 42 | 150 | 0 | 180 | 150 | | 51 | | 90 | 100 | 160 | 130 | 195 |
| 100 | 150 | 150 | | 80 | 39 | 120 | 100 | 130 | 100 | 150 | 138 | 80 | 100 | 160 | | 120 | 86 |
| | | | 100 | 100 | 130 | | | | 150 | 180 | 219 | | | | 160 | 100 | 160 |
| 470 | 610 | 520 | 470 | 570 | 546 | 640 | 450 | 680 | 500 | 590 | 557 | 260 | 540 | 590 | 600 | 650 | 780 |

| Julio | | | | | | Agosto | | | | | | Septiembre | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|--------|------|------|------|------|------|------------|------|------|------|------|------|
| 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| 100 | 90 | | | | 0 | 80 | 150 | 180 | | | 0 | 250 | 250 | 160 | 160 | | 0 |
| 100 | 80 | 100 | 150 | | 47 | 140 | 100 | | 100 | | 0 | 100 | | 190 | 100 | | 48 |
| 150 | 100 | | 140 | | 0 | 100 | 150 | 180 | 80 | | 21 | | 80 | 100 | 80 | | 52 |
| 120 | 150 | 180 | 180 | 30 | 87 | 145 | | | 70 | | 0 | 100 | 120 | 140 | 80 | | 16 |
| 150 | 150 | 145 | 100 | 40 | 36 | | 120 | 160 | 80 | | 60 | 150 | | | 100 | | 0 |
| | | | 100 | 50 | 90 | | | | 120 | | 60 | | | | 60 | | 30 |
| 620 | 570 | 425 | 670 | 120 | 260 | 465 | 520 | 520 | 450 | 0 | 141 | 600 | 450 | 590 | 580 | 0 | 146 |

| Octubre | | | | | | Noviembre | | | | | | Diciembre | | | | | |
|---------|------|------|------|------|------|-----------|------|------|------|------|------|-----------|------|------|------|------|------|
| 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| 100 | | | 50 | | 0 | 120 | | 80 | | | 0 | 250 | 300 | 280 | 160 | 20 | 22 |
| | 80 | | 50 | | 17 | 70 | 80 | 100 | 50 | | 9 | 150 | 250 | 190 | 150 | | 28 |
| 120 | 100 | | 100 | | 0 | 140 | 150 | | 60 | | 0 | 200 | 180 | 180 | 160 | | 18 |
| | | 180 | | | 36 | 100 | 150 | 120 | 50 | | 0 | 180 | 200 | 180 | 80 | 20 | 0 |
| 100 | 140 | 160 | | | 0 | 150 | | 150 | 80 | | 10 | 200 | 150 | 180 | 100 | 20 | 7 |
| | | | 100 | | 50 | | | | 60 | | 30 | | | | 150 | | 75 |
| 320 | 320 | 340 | 300 | 0 | 103 | 580 | 380 | 450 | 300 | 0 | 49 | 980 | 1080 | 1010 | 800 | 60 | 150 |

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Fábrica de Vinos "Conquistador del Valle" Año 2011

Anexo No 6

PRONÓSTICO DE ENTRADA DE CAJA 2012

En USD

| | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPT. | OCT. | NOV. | DIC. | ANUAL |
|-----------------------------------|--------------|----------------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|---------------|--------------|-------------|-------------|-------------|------------------|
| VENTAS PRONOSTICADAS | 8.500,80 | 7.921,20 | 6.098,40 | 5.426,40 | 5.518,80 | 7.392,00 | 3.024,00 | 2.444,40 | 2.486,40 | 1.705,20 | 2.091,60 | 3.528,00 | 56.137,20 |
| VENTAS AL CONTADO (75%) | 6.375,60 | 5.940,90 | 4.573,80 | 4.069,80 | 4.139,10 | 5.544,00 | 2.268,00 | 1.833,30 | 1.864,80 | 1.278,90 | 1.568,70 | 2.646,00 | 42.102,90 |
| CUENTAS POR COBRAR | 2.125,20 | 1.980,30 | 1.524,60 | 1.356,60 | 1.379,70 | 1.848,00 | 756,00 | 611,10 | 621,60 | 426,30 | 522,90 | 882,00 | |
| PLAZO UN MES (25%) | | 2.125,20 | 1.980,30 | 1.524,60 | 1.356,60 | 1.379,70 | 1.848,00 | 756,00 | 611,10 | 621,60 | 426,30 | 522,90 | 13.152,30 |
| TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO | 6.375,60 | 8.066,10 | 6.554,10 | 5.594,40 | 5.495,70 | 6.923,70 | 4.116,00 | 2.589,30 | 2.475,90 | 1.900,50 | 1.995,00 | 3.168,90 | 55.255,20 |

Elaborado por: Las Autoras

Anexo No 7

PRONÓSTICO DE SALIDA DE CAJA 2012

EN USD

| | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPT. | OCT. | NOV. | DIC. | ANUAL |
|----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|--------|----------|----------|------------------|
| COMPRAS | 3.614,58 | 3.368,13 | 2.593,07 | 2.307,33 | 2.346,62 | 3.143,12 | 1.285,82 | 1.039,37 | 1.057,23 | 725,06 | 889,36 | 1.500,12 | 23.869,82 |
| COMPRAS AL CONTADO (40%) | 1.445,83 | 1.347,25 | 1.037,23 | 922,93 | 938,65 | 1.257,25 | 514,33 | 415,75 | 422,89 | 290,02 | 355,74 | 600,05 | 9.547,93 |
| PAGOS | | | | | | | | | | | | | |
| PRIMER MES (20%) | 722,92 | 673,63 | 518,61 | 461,47 | 469,32 | 628,62 | 257,16 | 207,87 | 211,45 | 145,01 | 177,87 | 300,02 | |
| | | 722,92 | 673,63 | 518,61 | 461,47 | 469,32 | 628,62 | 257,16 | 207,87 | 211,45 | 145,01 | 177,87 | 4.473,94 |
| SEGUNDO MES (40%) | 1.445,83 | 1.347,25 | 1.037,23 | 922,93 | 938,65 | 1.257,25 | 514,33 | 415,75 | 422,89 | 290,02 | 355,74 | 600,05 | |
| | | | 1.445,83 | | 1.347,25 | | 1.037,23 | | 922,93 | | 938,65 | | 5.691,90 |
| TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO | 1.445,83 | 2.070,17 | 3.156,69 | 1.441,55 | 2.747,37 | 1.726,57 | 2.180,18 | 672,91 | 1.553,70 | 501,47 | 1.439,40 | 777,92 | 19.713,76 |

Elaborado por: Las Autoras

ANEXO No 8

PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 2013

EN CAJAS

| | Enero | | | | | | Febrero | | | | | | Marzo | | | | | |
|-----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2013 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2013 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2013 |
| DISTRIBUIDORAGABBY | 100 | 140 | 100 | | 200 | 132 | 250 | 200 | 250 | 250 | 150 | 160 | 150 | 100 | | 100 | | 50 |
| PROHIMBE | 100 | 100 | 80 | 120 | 150 | 158 | 100 | 120 | | 100 | 100 | 76 | 150 | 80 | 100 | 80 | 100 | 62 |
| DISTRIBUIDORA NORMITA | | 60 | 50 | 150 | 100 | 188 | 150 | 150 | | 80 | 100 | 28 | 90 | 90 | 150 | 100 | 140 | 158 |
| DISTRIBUIDORA RUBIO | 150 | 100 | | 100 | 140 | 90 | 80 | 100 | 180 | 180 | 150 | 226 | 60 | 80 | 100 | 80 | 100 | 116 |
| DISTRIBUIDORA AMBASSADOR | 150 | 100 | | 100 | 150 | 100 | 150 | 150 | 180 | 180 | 120 | 144 | 60 | 120 | | 120 | 100 | 112 |
| DISTR. BALSECA PACHECO | | | | 150 | 180 | 270 | | | | | 180 | 180 | | | | 150 | 150 | 240 |
| TOTAL | 500 | 500 | 230 | 620 | 920 | 938 | 730 | 720 | 610 | 790 | 800 | 814 | 510 | 470 | 350 | 630 | 590 | 738 |

| Abril | | | | | | Mayo | | | | | | Junio | | | | | |
|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2013 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2013 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2013 |
| 160 | 100 | 100 | 120 | 160 | 136 | 100 | 150 | 100 | | 110 | 40 | 80 | 120 | 80 | 100 | 100 | 104 |
| 150 | 100 | 80 | 150 | 100 | 96 | 120 | 100 | 120 | 100 | 0 | 8 | | 150 | 150 | | 100 | 100 |
| 60 | 80 | 90 | 100 | 80 | 106 | 150 | 100 | 150 | | 150 | 70 | 100 | 80 | 100 | 180 | 100 | 152 |
| | 180 | 100 | | 50 | 34 | 150 | 0 | 180 | 150 | | 36 | | 90 | 100 | 160 | 130 | 228 |
| 100 | 150 | 150 | | 80 | 20 | 120 | 100 | 130 | 100 | 150 | 144 | 80 | 100 | 160 | | 120 | 84 |
| | | | 100 | 100 | 160 | | | | 150 | 180 | 270 | | | | 160 | 100 | 216 |
| 470 | 610 | 520 | 470 | 570 | 552 | 640 | 450 | 680 | 500 | 590 | 568 | 260 | 540 | 590 | 600 | 650 | 884 |

| Julio | | | | | | Agosto | | | | | | Septiembre | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|--------|------|------|------|------|------|------------|------|------|------|------|------|
| 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2013 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2013 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2013 |
| 100 | 90 | | | | 78 | 80 | 150 | 180 | | | 42 | 250 | 250 | 160 | 160 | | 72 |
| 100 | 80 | 100 | 150 | | 34 | 140 | 100 | | 100 | | 44 | 100 | | 190 | 100 | | 38 |
| 150 | 100 | | 140 | | 26 | 100 | 150 | 180 | 80 | | 21 | | 80 | 100 | 80 | | 52 |
| 120 | 150 | 180 | 180 | 30 | 72 | 145 | | | 70 | | 6 | 100 | 120 | 140 | 80 | | 8 |
| 150 | 150 | 145 | 100 | 40 | 9 | | 120 | 160 | 80 | | 56 | 150 | | | 100 | | 0 |
| | | | 100 | 50 | 110 | | | | 120 | | 120 | | | | 60 | | 30 |
| 620 | 570 | 425 | 670 | 120 | 329 | 465 | 520 | 520 | 450 | 0 | 289 | 600 | 450 | 590 | 580 | 0 | 200 |

| Octubre | | | | | | Noviembre | | | | | | Diciembre | | | | | |
|---------|------|------|------|------|------|-----------|------|------|------|------|------|-----------|------|------|------|------|------|
| 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2013 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2013 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2013 |
| 100 | | | 50 | | 30 | 120 | | 80 | | | 56 | 250 | 300 | 280 | 160 | 20 | 60 |
| | 80 | | 50 | | 36 | 70 | 80 | 100 | 50 | | 8 | 150 | 250 | 190 | 150 | | 40 |
| 120 | 100 | | 100 | | 32 | 140 | 150 | | 60 | | 78 | 200 | 180 | 180 | 160 | | 42 |
| | | 180 | | | 36 | 100 | 150 | 120 | 50 | | 234 | 180 | 200 | 180 | 80 | 20 | 44 |
| 100 | 140 | 160 | | | 56 | 150 | | 150 | 80 | | 12 | 200 | 150 | 180 | 100 | 20 | 34 |
| | | | 100 | | 60 | | | | 60 | | 36 | | | | 150 | | 34 |
| 320 | 320 | 340 | 300 | 0 | 250 | 580 | 380 | 450 | 300 | 0 | 424 | 980 | 1080 | 1010 | 800 | 60 | 254 |

Elaborado por: Las Autoras

ANEXO No 9

PRONÓSTICO DE ENTRADA DE CAJA AÑO 2013

EN USD

| | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPT. | OCT. | NOV. | DIC. | ANUAL |
|-----------------------------------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|------------------|
| VENTAS PRONOSTICADAS | 10.231,20 | 7.845,60 | 6.703,20 | 5.056,80 | 5.443,20 | 8.097,60 | 3.267,60 | 3.351,60 | 2.604,00 | 2.856,00 | 5.745,60 | 4.317,60 | 65.520,00 |
| VENTAS AL CONTADO (75%) | 7.673,40 | 5.884,20 | 5.027,40 | 3.792,60 | 4.082,40 | 6.073,20 | 2.450,70 | 2.513,70 | 1.953,00 | 2.142,00 | 4.309,20 | 3.238,20 | 49.140,00 |
| CUENTAS POR COBRAR | 2.557,80 | 1.961,40 | 1.675,80 | 1.264,20 | 1.360,80 | 2.024,40 | 816,90 | 837,90 | 651,00 | 714,00 | 1.436,40 | 1.079,40 | |
| PLAZO UN MES (25%) | | 2.557,80 | 1.961,40 | 1.675,80 | 1.264,20 | 1.360,80 | 2.024,40 | 816,90 | 837,90 | 651,00 | 714,00 | 1.436,40 | 15.300,60 |
| TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO | 7.673,40 | 8.442,00 | 6.988,80 | 5.468,40 | 5.346,60 | 7.434,00 | 4.475,10 | 3.330,60 | 2.790,90 | 2.793,00 | 5.023,20 | 4.674,60 | 64.440,60 |

Elaborado por: Las Autoras

Anexo No 10

PRÓNOSTICO DE SALIDAS DE CAJA AÑO 2013

EN USD

| | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPT. | OCT. | NOV. | DIC. | ANUAL |
|----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|------------------|
| COMPRAS | 4.350,36 | 3.335,99 | 2.850,23 | 2.150,18 | 2.314,48 | 3.443,14 | 1.389,40 | 1.425,12 | 1.107,23 | 1.214,39 | 2.443,06 | 1.835,87 | 27.859,43 |
| COMPRAS AL CONTADO (40%) | 1.740,14 | 1.334,40 | 1.140,09 | 860,07 | 925,79 | 1.377,26 | 555,76 | 570,05 | 442,89 | 485,75 | 977,22 | 734,35 | 11.143,77 |
| PAGOS | | | | | | | | | | | | | |
| PRIMER MES (20%) | 870,07 | 667,20 | 570,05 | 430,04 | 462,90 | 688,63 | 277,88 | 285,02 | 221,45 | 242,88 | 488,61 | 367,17 | |
| | | 870,07 | 667,20 | 570,05 | 430,04 | 462,90 | 688,63 | 277,88 | 285,02 | 221,45 | 242,88 | 488,61 | 5.204,71 |
| SEGUNDO MES (40%) | 1.740,14 | 1.334,40 | 1.140,09 | 860,07 | 925,79 | 1.377,26 | 555,76 | 570,05 | 442,89 | 485,75 | 977,22 | 734,35 | |
| | | | 1.740,14 | | 1.334,40 | | 1.140,09 | | 860,07 | | 925,79 | | 6.000,49 |
| TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO | 1.740,14 | 2.204,47 | 3.547,43 | 1.430,12 | 2.690,22 | 1.840,15 | 2.384,48 | 847,93 | 1.587,99 | 707,20 | 2.145,89 | 1.222,96 | 22.348,98 |

Elaborado por: Las Autoras

ANEXO No 11: MAQUINARIA DE LA FÁBRICA

Figura 1. Llenadora-Selladora



La envasadora que se utiliza dentro de la empresa tiene una ancho de 70 cm por un alto de 2.3 m.

Posee la capacidad de llenar 17 litros por minuto.

Además de todo esto da la forma a la funda aluminizada que llega a la planta de producción en forma de papel continuo.

Figura 2. Filtradora



Se utiliza para separar todos los residuos del mosto, con la finalidad de obtener el vino puro.

Figura 3. Bomba



Dentro de la planta de producción se tienen tres bombas de similares características, las mismas que son utilizadas para extraer e impulsar el vino de tanque a tanque.

Figura 4. Bodega de Ácido cítrico



Figura 5. Área de almacenaje de cartón



Figura 6. Área de almacenaje de producto terminado

