

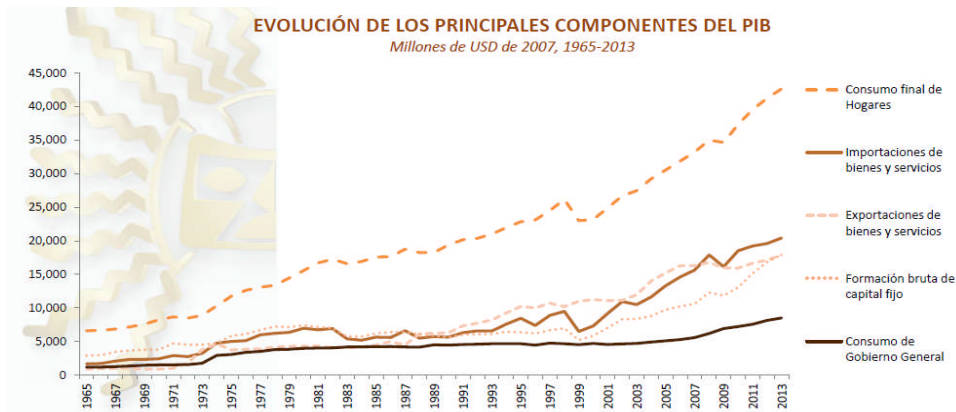
INFORME ANUAL 2013 DE GERENCIA GENERAL

“El único límite a nuestros logros de mañana está en nuestras dudas de hoy”
Franklin D. Roosevelt

Estimados Miembros de la Directiva de MARPELCA, todos aquellos que directamente o indirectamente se relacionan a nuestra institución, tengo a bien el dirigirme a todos ustedes, para comunicarles las principales actividades ejecutadas a lo largo de este primer año de ejecución.

El propósito de quienes conformamos la organización es la de continuar aportando al crecimiento continuo de nuestro país y nuestra querida empresa, en beneficio de nuestros socios. Uno de los principales pilares de crecimiento para el 2013 es la calidad de servicio a nuestros clientes y la oportunidad de atención.

Partiendo de la información extraída presentada por el Banco Central del Ecuador, debemos citar como base el año 2012 que fue un año atípico, movimientos cambiarios que afectaron al dólar, cambios de precio de algunos insumos, que afectan la balanza comercial ecuatoriana y orientan cambios de decisión ejecutiva. Esta tendencia fue evolucionando en el año 2013, donde el consumo final de los hogares fue la directriz más significativa sin duda alguna, visualizado en la gráfica abajo adjunta. Lo que a su vez se constituye, una ventana d oportunidad para nuestra institución lo que nos ha permitido fortalecernos internamente en el promedio del sector comercial. Se ha cumplido en forma significativa los presupuestos planteados, objetivos y planes estratégicos en su gran mayoría.



Así también se puede observar el crecimiento positivo que ha tenido la industria del comercio, encontrándose entre las 15 industria que presentan una expansión sostenida del último trimestre del 2013.



Las opiniones del comisario, reflejan la razonabilidad de nuestros estados financieros. Se muestra una tendencia creciente de recursos líquidos como parte de una estrategia prudencial mantenida.

Es importante señalar la gran atención que durante este año se ha sido el desarrollo evidenciando el esfuerzo efectuado por cumplir nuestra misión. Destacaremos los principales elementos en diversas áreas de gestión que evidencian el cumplimiento de los objetivos institucionales:

GESTION FINANCIERA:

El activo total de **MARPELCAP** al 31 diciembre del 2013, alcanzó los 377 mil dólares.

DESARROLLO DE ACTIVOS (USD MILES)

La cartera neta al 31 de Diciembre supera los 162 mil dólares y documentos por cobrar en un monto de 1070 dólares y el crecimiento de la vulnerabilidad de la capacidad de pago de los socios en este mismo año.

La morosidad total del año 2013 ascendió a 4,23%. Existiendo oportunidades importantes de crecimiento con el cambio de la matriz productiva en microempresarios y pymes en el mediano plazo. La liquidez al 31 de diciembre 2013, se hallan muy por encima de los niveles exigidos por el ente de control. La confianza en la institución está claramente manifiesta en el crecimiento y plazo en un 21,3%. Es importante mencionar que durante el 2013, la empresa internamente ha trabajado en reducir las observaciones de auditoria interna con buenos resultados.

EVOLUCIÓN FINANCIERA:

MARPELCAP S A

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

Análisis Horizontal Año 2012 y 2013 (en US\$)

	Año 2012	Año 2013	Variación	%
ACTIVOS				
Bancos	46.512	0	-46.512	-100%
Caja	0	14.182	14.182	N/A
Anticipos a proveedores por cobrar	1.842	24.352	22.511	1222%
Cuentas y documentos por cobrar a clientes	0	162.163	162.163	N/A
Documentos y cuentas por cobrar cliente relacionados	0	1.070	1.070	N/A
Crédito tributario a favor (IVA)	8.406	3.458	-4.948	-59%
Crédito tributario a favor (RENTA)	0	8.274	8.274	N/A
Inventario	85.190	159.942	74.752	88%
Muebles y enseres	0	780	780	N/A
Equipos de computación y software	0	2.851	2.851	N/A
TOTAL ACTIVOS	141.950	377.070	235.121	166%

ACTIVOS

El total de activos alcanza los USD 377 mil teniendo una evolución positiva de crecimiento de año a año del orden del 166% con un cumplimiento presupuestario del 100%. La cartera de créditos se colocó en 162 mil dólares. La variabilidad percibida en el entorno político y económico obliga a la Empresa cerrar su año fiscal con fondos disponibles de recursos líquidos como estrategia prudencial con 14 mil dólares. Así también, es importante mencionar que se mantuvo en los registros de la compañía correspondientes al 2013 un incremento significativo en los rubros de Anticipo a proveedores por cobrar e Inventario.

MARPELCAP S A

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

Análisis Horizontal Año 2012 y 2013 (en US\$)

	Año 2012	Año 2013	Variación	%
PASIVOS				
Cuentas y documentos por pagar a proveedores	0	169.325	169.325	N/A
Cuentas y documentos por pagar a proveedores no relacionados	0	12.616	12.616	N/A
Otras Obligaciones con instituciones financieras	0	71.422	71.422	N/A
Otras cuentas y documentos por pagar corrientes	0	13.300	13.300	N/A
Otras cuentas y documentos por pagar no corrientes	5.485	13.246	7.761	141%
Obligaciones por pagar al SRI	969	4.065	3.095	319%
Obligaciones por pagar al IESS	902	9.420	8.517	944%
TOTAL PASIVOS	7.357	293.394	286.037	3888%
PATRIMONIO				
Capital aporte de accionistas	141.000	141.000	0	0%
Capital suscrito	1.600	1.600	0	0%
Capital pagado	-800	-800	0	0%
Resultado años anteriores	0	-7.207	-7.207	N/A
Resultados del ejercicio	-7.207	-50.917	-43.709	606%
TOTAL PATRIMONIO	134.593	83.676	-50.917	-38%
TOTAL PASIVOS MAS PATRIMONIO	141.950	377.070	235.121	166%

PASIVOS Y PATRIMONIO

El pasivo crece de manera importante con un incremento de 3888% en el año 2013 en comparación con el año 2012 representado por 293 mil dólares y el 120% de cumplimiento presupuestario, destacándose el crecimiento de asignaciones a plazo como parte de las obligaciones con proveedores constituidos por relacionado y los que no lo son (169 mil y 12 mil respectivamente), esto gracias a la imagen institucional de MARPELCAP en este período, de idéntica manera el número de proveedores ha crecido en los últimos meses.

El patrimonio ha experimentado un decremento del 38% pasando de US\$ 134 mil en el 2012 a US\$ 83 mil en el presente período motivado principalmente por la pérdida experimentado en el año precedente.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS:

MARPELCAP S A

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

Análisis Horizontal Año 2012 y 2013 (en US\$)

	Año 2012	Año 2013	Variación	%
INGRESOS				
Ventas Brutas IVA 0%	0	438.193	N/A	N/A
Ventas Brutas IVA 12%	0	1.591.892	N/A	N/A
(-) Descuentos en Ventas	0	-5.531	N/A	N/A
(-) Devoluciones en Ventas	0	-20.894	N/A	N/A
Otros Ingreso NCF	0	120.432	N/A	N/A
Reembolsos	0	16.087	N/A	N/A
VENTAS NETAS	0	2.140.179	N/A	N/A
COSTOS				
Costo de Productos Vendidos	0	1.881.139	N/A	N/A
UTILIDAD BRUTA	0	259.039	N/A	N/A
GASTOS				
Gastos y Materiales Directos en Ventas	7.073	275.448	268.375	3794%
Gastos Generales de Producción	134	34.508	34.374	25579%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-7.207	-50.917	-43.709	606%
Participación Trabajadores	0	0	N/A	N/A
Utilidad Gravable	-7207	-50917	-43.709	606%
Impuesto a la Renta x Pagar	0	0	N/A	N/A
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN	-7.207	-50.917	-43.709	606%

Los ingresos totales se registran en US\$ 2140 mil a diciembre del 2013 debido a la puesta en marcha del negocio como consecuencia de la poca demanda en este año, siendo el margen bruto financiero en el orden de US\$ 259 mil.

Los gastos en general se encuentran segregado en US\$ 275 mil por concepto de Gastos en ventas y gastos de operación en US\$ 34 mil con una variación positiva en función de lo previsto en el segundo año de operación. Entre los principales rubros de los gastos, se encuentran las compras de inventario, sueldos y salarios y los beneficios de ley inherentes.

TALENTO HUMANO

MARPELCAP, es una referente institucional por sus prácticas laborales, es así que desde 2013 práctica metodología de competencias.

De idéntica manera MARPELCAP, es un generador de plazas de trabajo como parte esencial de la preocupación por su comunidad. A lo largo del 2013 se incorporaron 7 personas y ascendieron 37, primando el capital humano sobre el capital económico, fortaleciendo áreas importantes de la institución.

La organización ha estado preocupada por mantener un adecuado equilibrio de género, dando oportunidad y empleo, cumpliendo así con los principios cooperativos, es así que se mantiene aproximadamente el 33% de mujeres, siguiendo la tendencia de la industria como se observa en la información presentada en el Banco Central del Ecuador plasmado en el gráfico abajo adjunto.

RAMA DE ACTIVIDAD

Porcentajes

RAMAS DE ACTIVIDAD	sep. 2012	sep. 2013
Comercio, reparación vehículos	4.9	25.5
Otros servicios	7.6	17.3
Industrias manufactureras	6.7	12.2
Construcción	6.3	7.4
Transporte y almacenamiento	7.1	7.1
Agricultura, ganadería caza y silvicultura y pesca	8.3	7.0
Enseñanza	12.8	6.8
Hoteles y Restaurantes	27.5	6.2
Administración pública, defensa y seguridad social	0.5	4.8
Actividades en hogares privados con servicio doméstico	0.5	3.2
Actividades financieras y de seguros	1.4	1.5
Explotación de minas y canteras	3.1	0.6
Suministros de electricidad, gas, aire acondicionado	13.3	0.4
Total Ocupados	100.0	100.0

Fuente: ENEMDU

MARKETING Y SERVICIO AL SOCIO

MARPELCAP, es una organización que busca su posicionamiento y ser bien percibida por su solidez, dentro de la Litoral por lo que la recordación de su marca es importante de ser resaltada, mantenida y ampliada a otras provincias, ya que este es uno de sus principales activos. Muy importante es para MARPELCAP sus socios y su comunidad, que son los más relevantes STAKEHOLDERS.

Es por ello que cobra vital importancia el velar y mejorar continuamente por las percepción de los grupos de interés sobre la institución al igual que la comunidad a través de la gestión de responsabilidad social expreso en el balance social.

Dentro de las mediciones de calidad en el servicio valorado a través de encuestas, se determina que el 93.86% de los encuestados perciben el servicio brindado por los ejecutivos en excelente-muy bueno.

Una herramienta que permite analizar la gestión que cumplen los colaboradores de la empresa en su relación con el cliente es la metodología denominada. La cual fuera aplicada a nivel nacional en el primer trimestre del año con excelentes resultados.

El principal reto es mejorar la calidad del servicio y el tiempo de respuesta al cliente; por lo que, en el 2013 se está planificando cambios importantes en este tema, así como fortalecer la cultura de servicio institucionalmente, como eje primordial de nuestros objetivos estratégicos.

Es importante mencionar que no se han efectuado esfuerzos importantes en la costa del país; por lo que, el 2013 nuestras acciones estarán orientada en esta zona con mayor relevancia.

Responsabilidad social

MARPELCAP, ha empezado implementando prácticas de responsabilidad social con sus STAKEHOLDERS en varios ámbitos de acción, producto de lo cual transparenta su actuar mediante la emisión de una memoria de responsabilidad social.