

INFORME ANUAL 2014 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 2014 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 2013 donde el consumo final de los hogares fue la directriz más significativa; durante el año 2014 se mantiene la misma tendencia. Lo que a su vez se constituye, una ventana de 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.

De acuerdo a los resultados de las Cuentas Nacionales Trimestrales publicados por el Banco Central del Ecuador (BCE), **el segundo trimestre de 2014 el Producto Interno Bruto (PIB) de la economía ecuatoriana tuvo un crecimiento inter-anual de 3.5%**, con relación al segundo trimestre de 2013 (t/t-4).

Gráfico 1. Producto Interno Bruto, PIB
Tasas de variación, precios constantes de 2007, 2011.I-2014.IV



Fuente: Banco Central del Ecuador.

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 2014.



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 **MARPEL** al 31 diciembre del 2014, alcanzó los 489 mil dólares.

DESARROLLO DE ACTIVOS (USD MILES)

La cartera neta al 31 de Diciembre supera los 227 mil dólares y documentos por cobrar en un monto de 5.697 dólares y el crecimiento de la vulnerabilidad de la capacidad de pago de los socios en este mismo año.

La morosidad total del año 2014 ascendió a 17%. 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 2014, 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 23%. Es importante mencionar que durante el 2013, la empresa internamente ha trabajado en reducir las observaciones de auditoria interna con buenos resultados.

EVOLUCIÓN FINANCIERA:

MARPEL S.A.				
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA				
Análisis Horizontal Año 2013 y 2014 (en US\$)				
ACTIVOS	Año 2013	Año 2014	Variación	%
Bancos	-	52.182	52.182	100%
Caja	14.182	43.298	29.116	67%
Anticipos a proveedores por cobrar	24.352	-	(24.352)	-100%
Cuentas por cobrar a UNILEVER	-	31.491	31.491	100%
Cuentas y documentos por cobrar a clientes	162.163	195.592	33.429	17%
Documentos y cuentas por cobrar cliente relacionados	1.070	5.697	4.627	81%
Crédito tributario a favor (IVA)	3.458	-	(3.458)	-100%
Crédito tributario a favor (RENTA)	8.274	18.951	10.677	56%
Inventario	159.942	138.157	(21.785)	-16%
Muebles y enseres	780	780	-	0%
Equipos de computación y software	2.851	3.126	275	9%
TOTAL ACTIVOS	377.072	489.274	112.202	23%

ACTIVOS

El total de activos alcanza los USD 489 mil teniendo una evolución positiva de crecimiento de año a año del orden del 23% con un cumplimiento presupuestario del 100%. La cartera de créditos se colocó en 195 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 43 mil dólares. Así también, es importante mencionar que se mantuvo en los registros de la compañía correspondientes al 2014 un incremento significativo en el rubro de Cuentas y documentos por cobrar a clientes.

MARPELCAP S.A.
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
Análisis Horizontal Año 2013 y 2014 (en US\$)

PASIVOS	Año 2013	Año 2014	Variación	%
Cuentas y documentos por pagar a proveedores	169.325	333.493	164.168	49%
Cuentas y documentos por pagar a proveedores no relacionados	12.616	664	(11.952)	-1800%
Otras Obligaciones con instituciones financieras	71.422	-	(71.422)	-100%
Oras cuentas y documentos por pagar corrientes	13.300	16.860	3.560	21%
Otras cuentas y documentos por pagar no corrientes	13.246	7.989	(5.257)	-66%
Obligaciones por pagar al SRI	4.065	4.219	154	4%
Obligaciones por pagar al IESS	9.420	2.316	(7.104)	-307%
TOTAL PASIVOS	293.394	365.541	72.147	20%
PATRIMONIO	Año 2013	Año 2014	Variación	%
Capital aporte de accionistas	141.000	141.000	-	0%
Capital suscrito	1.600	1.600	-	0%
Capital pagado	(800)	(800)	-	-100%
Resultado años anteriores	(7.207)	(58.124)	(50.917)	88%
Resultados del ejercicio	(50.917)	40.057	90.974	227%
TOTAL PATRIMONIO	83.676	123.733	40.057	32%

PASIVOS Y PATRIMONIO

El pasivo crece de manera importante con un incremento de 20% en el año 2014 en comparación con el año 2013 representado por 365 mil dólares y el 100% 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 (333 mil y 664 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 crecimiento del 32% pasando de US\$ 83 mil en el 2013 a US\$ 123 mil en el presente período motivado principalmente por la utilidad en el año precedente.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS:

MARPELCAP S.A.
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
Análisis Horizontal Año 2013 y 2014 (en US\$)

INGRESOS	Año 2013	Año 2014	Variación	%
Ventas brutas IVA 0%	438.193	510.197	72.004	14%
Ventas brutas IVA 12%	1.591.892	1.993.824	401.932	20%
(-) Descuentos en ventas	(5.531)	(20.304)	(14.773)	73%
(-) Devoluciones en ventas	(20.894)	-	20.894	-100%
Otros ingresos NCF	120.432	168.316	47.884	28%
Reembolsos	16.087	-	(16.087)	-100%
VENTAS NETAS	2.140.179	2.652.033	511.854	19%
COSTOS	Año 2013	Año 2014	Variación	%
Costos de Productos Vendidos	1.881.139	2.323.063	441.924	19%
UTILIDAD BRUTA	259.040	328.970	69.930	21%
GASTOS	Año 2013	Año 2014	Variación	%
Gastos y materiales directos en ventas	275.448	271.771	(3.677)	-1%
Gastos generales de producción	34.509	17.142	(17.367)	-101%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	(50.917)	40.057	90.974	227%
Participación trabajadores	-	-	-	0%
Utilidad Gravable	(50.917)	40.057	90.974	227%
Impuesto a la renta por pagar	-	8.812	8.812	100%
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACION	(50.917)	31.245	82.162	263%

Los ingresos totales se registran en US\$ 2652 mil a diciembre del 2014 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\$ 328 mil.

Los gastos en general se encuentran segregado en US\$ 271 mil por concepto de Gastos en ventas y gastos de operación en US\$ 17 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 2014 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 2014 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.

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 2014 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 2014 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.