

## INFORME ANUAL 2015 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 MARPELCAP, 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 2015 fue la calidad de servicio a nuestros clientes y la oportunidad de atención.

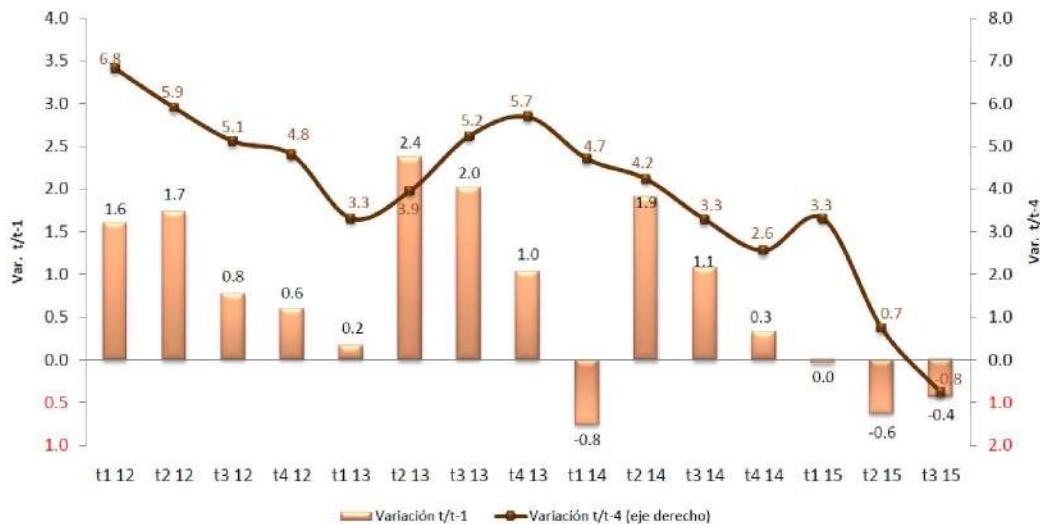
Partiendo de la información extraída presentada por el Banco Central del Ecuador, debemos citar como base el año 2014 donde el consumo final de los hogares fue la directriz más significativa; durante el año 2015 se mantiene la misma tendencia. Lo que a su vez se constituye, una ventana de oportunidad 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.



### ECUADOR DECRECE EN -0.8% EN EL TERCER TRIMESTRE DE 2015 (t/t-4)

En el tercer trimestre de 2015, el PIB de Ecuador (precios constantes USD 2007) mostró una variación inter-anual de -0.8% (t/t-4, respecto al tercer trimestre de 2014) y una variación trimestral (t/t-1, respecto al segundo trimestre de 2015) de -0.4%; el nivel del PIB en valores constantes se ubicó en USD 17,467 millones.

**PRODUCTO INTERNO BRUTO - PIB**  
Precios constantes de 2007, Tasas de variación trimestral



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 2015, alcanzó los 609 mil dólares.

**DESARROLLO DE ACTIVOS (USD MILES)**

La cartera neta al 31 de diciembre supera los 245 mil dólares y documentos por cobrar en un monto de 28 mil dólares y el crecimiento de la vulnerabilidad de la capacidad de pago de los socios en este mismo año.

La rotación de la cartera asciende a 11.87 con una rotación de 30 días. 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 2015, se hallan 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 2015, la empresa internamente ha trabajado en reducir las observaciones de auditoría interna con buenos resultados.

**ESTADO DE SITUACION FINANCIERA**

Análisis Horizontal Año 2014 y 2015 (en US\$)

	Año 2014	Año 2015	Variación	%
<b>ACTIVOS</b>				
Caja y Bancos	95,480	89,248	-6,232	-7%
Cuentas y documentos por cobrar a clientes	251,730	324,501	72,770	29%
Inventario	138,157	192,549	54,392	39%
Equipos de computación y software	3,906	3,631	-276	-7%
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>489,274</b>	<b>609,928</b>	<b>120,654</b>	<b>25%</b>

**ACTIVOS**

El total de activos alcanza los USD 609 mil teniendo una evolución positiva de crecimiento de año a año del orden del 25% con un cumplimiento presupuestario del 100%. La cartera de créditos se colocó en 245 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 50 mil dólares. Así también, es importante mencionar que se mantuvo en los registros de la compañía correspondientes al 2015 un incremento significativo en el rubro de Cuentas y documentos por cobrar a clientes.

**ESTADO DE SITUACION FINANCIERA**

Análisis Horizontal Año 2014 y 2015 (en US\$)

	Año 2014	Año 2015	Variación	%
<b>PASIVOS</b>				
Cuentas y documentos por pagar a proveedores	334,157	277,688	-56,469	-17%
Oras cuentas y documentos por pagar corrientes	16,860	107,456	90,596	537%
Otras cuentas y documentos por pagar no corrientes	7,989	11,725	3,736	47%
Obligaciones por pagar al SRI	4,220	20,594	16,374	388%
Obligaciones por pagar al IESS	2,316	2,614	298	13%
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>365,541</b>	<b>420,076</b>	<b>54,535</b>	<b>15%</b>

## 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	-58,124	-18,067	40,057	-69%
Resultados del ejercicio	40,057	66,119	26,063	65%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>123,733</b>	<b>189,852</b>	<b>66,119</b>	<b>53%</b>
<b>TOTAL PASIVOS MAS PATRIMONIO</b>	<b>489,274</b>	<b>609,928</b>	<b>120,654</b>	<b>25%</b>

## PASIVOS Y PATRIMONIO

El pasivo crece de manera importante con un incremento de 15% en el año 2015 en comparación con el año 2014 representado por 420 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 (365 mil y 420 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 crecimiento del 53% pasando de US\$ 123 mil en el 2013 a US\$ 189 mil en el presente período motivado principalmente por la utilidad en el año precedente.

## ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS:

### ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

Análisis Horizontal Año 2014 y 2015 (en US\$)

	Año 2014	Año 2015	Variación	%
<b>INGRESOS</b>				
<b>VENTAS NETAS</b>	<b>2,652,032</b>	<b>3,251,145</b>	<b>599,112</b>	<b>23%</b>
<b>COSTOS</b>				
Costo de Productos Vendidos	2,323,063	2,830,230	507,167	22%
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>328,969</b>	<b>420,915</b>	<b>91,946</b>	<b>28%</b>
<b>GASTOS</b>				
Gastos y Materiales Directos en Ventas	271,771	327,040	55,269	20%
Gastos Generales de Producción	17,142	27,756	10,614	62%
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>40,057</b>	<b>66,119</b>	<b>26,063</b>	<b>65%</b>

Los ingresos totales se registran en US\$ 3251 mil a diciembre del 2015 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\$ 420 mil.

Los gastos en general se encuentran segregado en US\$ 327 mil por concepto de Gastos en ventas y gastos de operación en US\$ 27 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 2015 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 2 personas y ascendieron 24, 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 37% 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 94.71% 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 2016 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 2016 nuestras acciones estarán orientada en esta zona con mayor relevancia.

## **Responsabilidad social**

MARPELCAP, ha comenzado 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.