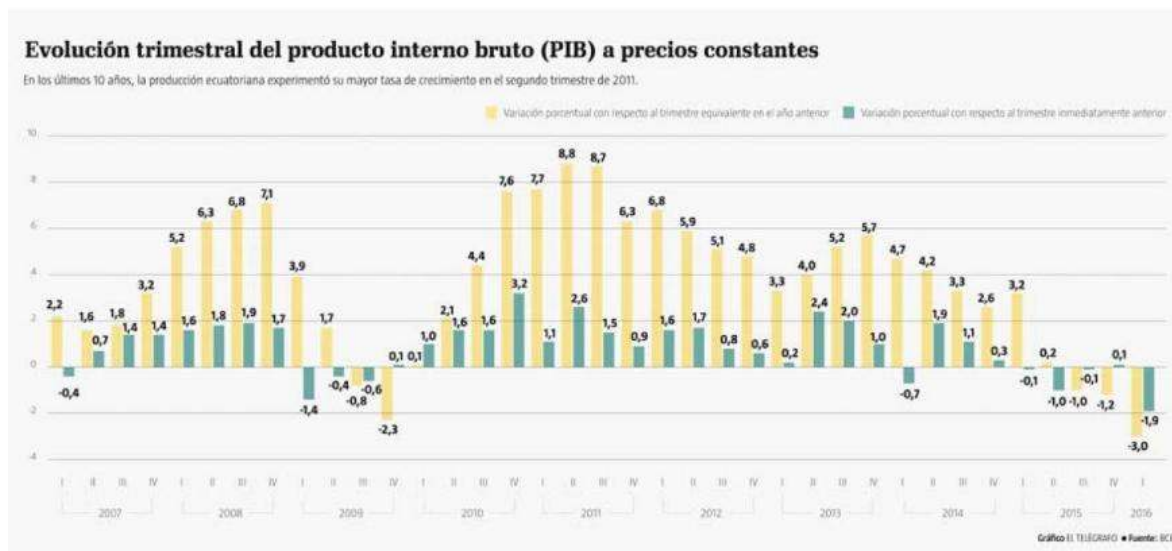


INFORME ANUAL 2016 DE GERENCIA GENERAL

“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. A pesar de los esfuerzos realizados en la calidad de servicio a nuestros clientes, el desarrollo de canales de entrega y la oportunidad de atención, se ha observado un decrecimiento que sigue la tendencia del PIB del Ecuador y que ha afectado a la mayoría de los negocios de toda estructura.



Partiendo de la información extraída presentada por el Banco Central del Ecuador, debemos citar como base el año 2015 donde el consumo final de los hogares fue la directriz más significativa; durante el año 2016 se mantiene la misma tendencia. Se ha cumplido en forma significativa los presupuestos planteados, objetivos y planes estratégicos en su gran mayoría.

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 **MARPELCA** al 31 diciembre del 2016, alcanzó los 672 mil dólares.

DESARROLLO DE ACTIVOS (USD MILES)

La cartera neta al 31 de diciembre supera los 149 mil dólares y documentos por cobrar en un monto de 254 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 asciendo a 7.74 con una rotación de 47 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 2016, se hallan por encima de los niveles exigidos por el ente de control. Es importante mencionar que durante el 2016, la empresa internamente ha trabajado en reducir las observaciones de auditoría interna con buenos resultados.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

Análisis Horizontal Año 2016 y 2015 (en US\$)

	Año 2015	Año 2016	Variación	%
ACTIVOS				
Caja y Bancos	89,248	87,216	-2,032	-2%
Cuentas y documentos por cobrar a clientes	324,501	436,873	112,372	35%
Inventario	192,549	144,150	-48,399	-25%
Equipos de computación y software	3,631	3,906	-275	8%
TOTAL ACTIVOS	609,928	672,146	62,217	10%

ACTIVOS

El total de activos alcanza los USD 672 mil teniendo una evolución positiva de crecimiento de año a año del orden del 10% con un cumplimiento presupuestario del 100%. La cartera de créditos se colocó en 436 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 2016 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 2016	Año 2017	Variación	%
PASIVOS				
Cuentas y documentos por pagar a proveedores	277,688	412,682	134,994	49%
Oras cuentas y documentos por pagar corrientes	107,456	14,459	-92,997	-87%
Otras cuentas y documentos por pagar no corrientes	11,725	11,999	274	2%
Obligaciones por pagar al SRI	20,594	33,087	12,493	61%
Obligaciones por pagar al IESS	2,614	2,927	313	12%
TOTAL PASIVOS	420,077	475,153	55,076	13%

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	-18,067	-48,052	66,057	-366%
Resultados del ejercicio	66,119	7,141	-58,978	-89%
TOTAL PATRIMONIO	189,852	196,993	7,141	4%

TOTAL PASIVOS MAS PATRIMONIO	609,929	672,146	62,217	10%
-------------------------------------	----------------	----------------	---------------	------------

PASIVOS Y PATRIMONIO

El pasivo crece de manera importante con un incremento de 13% en el año 2016 en comparación con el año 2015 representado por 475 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 (400 mil y 13 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 reducido del 4% pasando de US\$ 189 mil en el 2015 a US\$ 196 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 2015 y 2016 (en US\$)

	Año 2015	Año 2016	Variación	%
I N G R E S O S				
VENTAS NETAS	3,251,145	3,127,340	-123,805	-4%
COSTOS				
Costo de Productos Vendidos	2,830,230	2,819,050	-11,180	0%
UTILIDAD BRUTA	420,915	308,290	-112,625	-28%
GASTOS				
Gastos y Materiales Directos en Ventas	327,040	270,069	-56,971	-17%
Gastos Generales de Producción	27,756	31,079	3,323	12%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	66,119	7,141	-58,978	-89%

Los ingresos totales se registran en US\$ 3,127 mil a diciembre del 2016 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\$ 308 mil.

Los gastos en general se encuentran segregado en US\$ 270 mil por concepto de Gastos en ventas y gastos de operación en US\$ 31 mil con una variación positiva en función de lo previsto en el tercer 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 institución que trabaja en 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 3 personas y se mantuvo en 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 en 41% 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 2017 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 2017 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.