



CORPOVYP CÍA. LTDA.

CORPORACIÓN VIDA Y PROGRESO

**INFORME ECONÓMICO
CORPOVYP CÍA LTDA
AÑO 2016**



DIRECTORES Y GERENCIA

DIRECTORIO

PRESIDENTE

Klever Rodrigo López Torres

GERENTE

Sixto Orlando Paredes Torres

EJECUTIVOS

JEFE COMERCIAL

Rolando Morales

JEFE ADMINISTRATIVO - FINANCIERO

Abigail Albán

CONTADORES

Vladymir López

Mayra Reyes

Puyo, 15 de abril de 2017

Señores

Junta de Accionistas:

De acuerdo con las disposiciones de la Ley de Compañías y el estatuto vigentes de la Empresa, me permito poner a vuestra consideración la memoria del Administrador correspondiente al ejercicio económico 2016.

1. ASPECTOS SOCIETARIOS

La empresa fue conformada con tres socios, durante el año 2014, en el año 2015 existió el ingreso de un nuevo socio. Luego de atravesar una seria crisis de liquidez, en noviembre de 2016 se realiza una reestructuración societaria con la finalidad de capitalizar a la empresa y no permitir el deterioro económico de la misma. Es así que con fecha 22 de noviembre de 2016, asume la presidencia de Corpovyp Cía Ltda el Ing. Klever López, quien a su vez ratifica el cargo de Gerencia General al Ing. Orlando Paredes.

2. ENTORNO ECONÓMICO Y COMERCIAL.

En conjunto, en Ecuador existen a la venta miles de productos de marca que se anuncian a nivel nacional, por ello, las compañías deben liberar una batalla, no sólo por posicionarse en la conciencia del público, sino por lograr un espacio en los anaqueles de las tiendas, comisariatos y supermercados.

Las tiendas, por su parte, eliminan de sus existencias los productos de lento movimiento y no aceptan algún producto nuevo si no les garantiza un buen margen de utilidad y una adecuada rotación de sus inventarios.

Solicitan pruebas de que el producto va a ser un éxito auténtico, y para ello las compañías sólo pueden recurrir a más lanzamientos regionales de prueba y más estudios de mercadotecnia.

Esas pruebas son muy difíciles de conseguir porque la mayor parte de las nuevas ofertas son productos básicamente iguales a los que ya existen en el mercado y pocos ofrecen aunque sea una pequeña ventaja competitiva.

La ciudad de Puyo, ubicada en la provincia de Pastaza, está considerada como una de las ciudades de mayor desarrollo de la Amazonía, sus potenciales agrícolas, ganaderos y turísticos hace de ella una ciudad con múltiples

necesidades de servicio hacia la comunidad, de allí que se han hecho presentes o se encuentran desarrollando sus actividades empresas como TIA, Comandato, entre otras, desde luego con capitales privados y que dan trabajo a gran sector de la ciudadanía.

Durante más 10 años el Comisariato "San Martín", fundado por el Vicariato Apostólico de Puyo se ha mantenido con un lento crecimiento pues hasta el momento no ha logrado ampliar su cobertura hacia otras líneas de consumo. Las líneas de servicios son muy restringidas lo que no le da valor agregado de competitividad con otras instituciones o empresas que brindan servicios similares.

Tomando en consideración el crecimiento poblacional de Puyo, es propicio y oportuno emprender un proyecto de construcción o reubicación a un nuevo comisariato con gran capacidad para ofrecer varias líneas de productos.

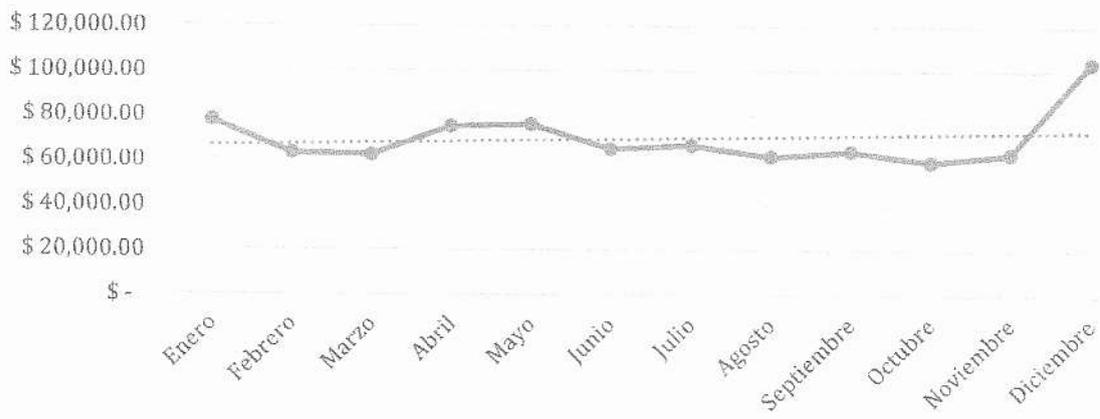
3. INFORME DE GERENCIA DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL COMISARIATO "SAN MARTÍN"

CORPOVYP CIA. LTDA. inició sus operaciones comerciales el 2 de febrero de 2015, para lo cual la Iglesia Evangélica "Esperanza Eterna" facturó el inventario existente por el valor de 143.175,12 USD.

Durante el año 2016 CORPOVYP CIA. LTDA., facturó 836,024.61 USD, con un costo de ventas de 691,331.12 USD, gastos operacionales 159,674.34 USD. Estableciéndose un resultado del ejercicio en pérdidas por **-11,024.20 USD**.

MES	AÑO 2016
Enero	\$ 77,455.39
Febrero	\$ 62,753.09
Marzo	\$ 62,065.88
Abril	\$ 75,008.85
Mayo	\$ 75,675.45
Junio	\$ 64,957.33
Julio	\$ 66,605.79
Agosto	\$ 61,672.32
Septiembre	\$ 63,954.75

Octubre	\$ 59,252.78
Noviembre	\$ 62,862.95
Diciembre	\$ 103,760.03
TOTAL	\$ 836,024.61



a. Áreas específicas de diagnóstico:

a.1. Ventas

MES	AÑO		VARIACIÓN
	2015	2016	
Enero		\$ 77,455.39	
Febrero	121,841.94	\$ 62,753.09	↓ -48%
Marzo	141,215.35	\$ 62,065.88	↓ -56%
Abril	143,188.31	\$ 75,008.85	↓ -48%
Mayo	154,901.75	\$ 75,675.45	↓ -51%
Junio	141,879.84	\$ 64,957.33	↓ -54%
Julio	156,018.68	\$ 66,605.79	↓ -57%
Agosto	147,566.94	\$ 61,672.32	↓ -58%
Septiembre	140,826.84	\$ 63,954.75	↓ -55%
Octubre	108,927.50	\$ 59,252.78	↓ -46%
Noviembre	97,289.30	\$ 62,862.95	→ -35%
Diciembre	124,663.66	\$ 103,760.03	↑ -17%
TOTAL	\$ 1,478,320.11	\$ 836,024.61	→ -43%

Existió una disminución en ventas el valor de \$ 642,295.50 que corresponde al -43% respecto al año 2015, sin embargo la línea de tendencia durante el año 2016 es creciente o positiva, es decir, la empresa ha empezado a tener signos de recuperación, en vista que en el año 2015 la evolución en ventas tuvo una pendiente negativa.

Razones.-

El entorno económico no ha sido favorable. Y según fuentes del BCE, el balance de la economía ecuatoriana al término del 2016 ha sido decepcionante. Las cifras oficiales registraron una caída del PIB de 1,7%, frente al 2015. A nivel trimestral, comparando los períodos t/t-4 se observaría, según el BCE, un quinto período de caída consecutiva, hasta julio- septiembre 2016 (-1,6%).

Otra de las causas se debe al desempeño de la economía que refleja la gestión pública en varios frentes. En lo fiscal, tampoco todas las metas recaudatorias se han cumplido en 2016. La propia recesión de la economía explica ese comportamiento, pues el clima de los negocios y su dinamismo se modulan fuertemente. Cabe mencionar la caída del consumo de los hogares un -2%

a.2. Resumen Cartera

Los días de cobro y pago deben arrojar un buen manejo en cuanto a líneas de crédito con proveedores y clientes; este margen debe ser revisado constantemente, de lo contrario la liquidez de la compañía puede verse afectada.

En el caso de CORPOVYP CÍA. LTDA. la liquidez se ha visto afectado por las siguientes razones:

- Tener una rotación de cuentas por cobrar mayor a 40 días
- Con nuestros proveedores tenemos plazo de crédito de 21 días hasta 30 días máximo, lo que significa que la empresa debe asumir con capital propio hasta recuperar valores por ventas a crédito de convenios.

a.3. Resumen Inventario

Se requiere establecer políticas sobre los índices de rentabilidad, pues a pesar de seguir siendo positivo el margen de rentabilidad comercial de 1,89 % es considerado insuficiente.

INVENTARIOS

MES	INVENTARIO
2015	
Febrero	156.317,49
Marzo	163.171,35
Abril	177.372,90
Mayo	160.632,01
Junio	126.528,42
Julio	139.838,73
Agosto	113.051,50
Septiembre	99.828,03
Octubre	105.449,98
Noviembre	98.398,99
Diciembre	99.301,82
2016	
Enero	76.191,16
Febrero	56.165,18
Marzo	77.684,99
Abril	115.500,21
Mayo	98.303,69
Junio	100.035,18
Julio	96.174,93
Agosto	102.174,37
Septiembre	99.637,51
Octubre	110.167,25
Noviembre	137.305,07
Diciembre	134.754,61

4. LECTURA DEL BALANCE GENERAL

Al 31 de diciembre el estado de situación de la compañía se encontró con la siguiente estructura por lo que me permito realizar notas aclaratorias a cada una de las cuentas que compone el balance general:

a. Caja bancos.

El saldo reflejado en la cuenta caja bancos es de 37,272.01USD que comprende los saldos que la compañía mantiene en el Banco Internacional, Banco del Austro y Cooperativa de la Pequeña Compañía de Pastaza. Entendiéndose a este como un recurso disponible que la compañía utiliza para el pago a sus proveedores, a sus empleados, obligaciones tributarias, obligaciones patronales, y gastos operativos.

b. Documentos y Cuentas por cobrar.

El saldo que refleja esta cuenta es de 63541.45 USD que corresponde a ventas realizadas a crédito a través de convenios con instituciones públicas y privadas en su gran mayoría. Los convenios estipulan la recuperación de esta cartera hasta los 10 días siguientes al mes de consumo

Es decir que por cada dólar que la compañía debe pagar, solamente cuenta con 59 centavos, interpretándose que, si la compañía se liquida a esta fecha, sus activos cubren el 59% de sus deudas.

Ratio de liquidez.- Su valor óptimo se sitúa entre 1,3 y 1,7, se logra mejorar los valores de esta ratio aumentando las ventas, ya que aumentará bien el dinero líquido o bien las cuentas pendientes de cobro a clientes, o bien renegociando nuestras deudas con proveedores o entidades financieras. La razón o ratio de liquidez de Corpovyp es 1,6. Es decir por cada dólar que la empresa adeuda, cuenta con 1,6 dólares disponibles.

Ratio de liquidez prueba ácida: Se excluyen las Existencias dado que son el activo corriente menos líquido. Su valor óptimo es 1, aunque depende de los periodos habituales de pago y cobro en el sector en el que la empresa desarrolla su actividad. Para modificar su valor habrá que actuar de forma similar al ratio de liquidez. El cociente que muestra el razón de liquidez con prueba ácida es de 0,7

en la empresa, lo que indica que existe aún cierta dificultad de responder a tiempo con obligaciones a nuestros acreedores.

c. Inventarios.

El saldo de inventarios es **134.754,61USD** que corresponde a los productos que se encuentra disponible para comercializar al 31 de diciembre de 2016, la misma que los últimos meses ha disminuido su rotación debido a un decremento considerable en ventas, sumado a que los proveedores han detenido el despacho de productos por la falta de pago oportuno por parte del Comisariato. Ocasionando pérdida de clientes por la falta de inventario.

La rotación de inventario fue de 0,69, tomando en consideración el promedio de ventas mensuales y promedio de inventario (100.341,17 USD)

d. Activo Fijo.

Los activos con el que cuenta CORPOVYP CIA. LTDA., es de 4.150,56 USD al 31 de diciembre.

e. Pasivos.

Cuentas y Documentos por pagar.- Refleja un saldo de **138.212,31 USD** que corresponde a los saldos pendiente de pago a los proveedores de mercadería

PROVEEDORES SAN MARTIN	72,249.89
OTRAS CUENTAS POR PAGAR	1,164.30
CHEQUES X PAGAR	36,083.77
CUENTA POR PAGAR GUERRON BLANCA	2,150.00
CUENTA POR PAGAR ALDAZ RODMAN	4,000.00
FINANCIAMIENTO CORTO PLAZO O. PAREDE	230.00
FINANCIAMIENTO LARGO PLAZO O. PAREDE	2,333.35
FINANCIAMIENTO CORTO PLAZO K. LOPEZ	20,000.00

Obligaciones con instituciones financieras.- Existe un valor por pagar de 25.679, USD que corresponde a un préstamo efectuado en la CACPE Pastaza en el año 2015. Además existe un valor de 63.000,00 USD en la cuenta de pasivos que

corresponde al aporte de los accionistas para proveer de capital de trabajo a la empresa.

f. Patrimonio.

La compañía está constituida por 420 acciones a un valor nominal de 1 dólar por acción distribuido entre cuatro accionistas.

g. Utilidad del Ejercicio.

En el año 2016 la empresa incurrió en pérdidas por la cantidad de \$ 11,024.20. De los cuales 6.121,07 USD corresponde a las actividades del Comisariato "San Martín"; y 4.903,13 a pérdidas que se produjo por la actividad de la Distribuidora durante los meses de abril, mayo y junio.

h. Resumen de Rentabilidad y principales razones financieras.

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD Y ACTIVIDAD
CORPOVYP CÍA LTDA

	AÑO 2016 SAN MARTIN	
	Valores	%
INGRESOS 836,024.61		
Rentabilidad Bruta	151,784.85	22.18%
Margen de Contribución		18.16%
Rentabilidad Comercial	-6,121.07	-0.73%
TOTAL	157,905.92	18.89%
Gastos Administrativos	96,847.55	11.58%
Gastos de Venta	46,892.30	5.61%
Gastos Financieros	4,110.50	0.49%
Otros Gastos	7,509.57	0.90%
Total Gastos Operacionales	154,250.57	18.45%
Gastos No Deducibles	3,655.35	0.44%
Gastos operacionales + no Deducibles	157,905.92	18.89%

INGRESOS 7,753.57	AÑO 2016 DISTRIBUIDORA	
	Valores	%
Rentabilidad Bruta	662.21	9.34%
Margen de Contribución		8.54%
Rentabilidad Comercial	-4,903.13	63.24%
TOTAL	5,565.34	71.78%
Gastos Administrativos	1,577.28	20.34%
Gastos de Venta	3,846.49	49.61%
Gastos Financieros	0.00	0.00%
Otros Gastos	0.00	0.00%
Total Gastos Operacionales	5,423.77	69.95%
Gastos No Deducibles	141.57	1.83%
Gastos operacionales + no Deducibles	5,565.34	71.78%

RECOMENDACIONES DE GERENCIA.

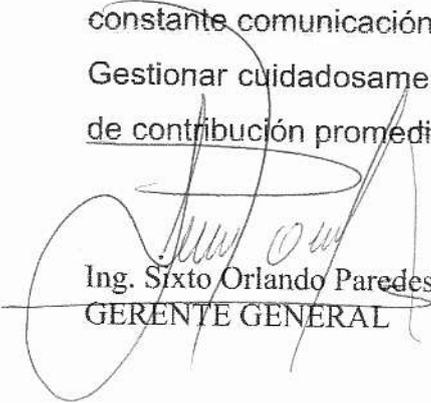
En medio de un escenario económico adverso, es importante que la empresa logre su nivel adecuado en ventas, a fin de generar valor para sus accionistas.

Para ello es importante que día a día se busque estrategias competitivas que nos permita lograr un mayor porcentaje del mercado.

Manejar un adecuado Marketing Mix, conocido como las 4P (producto, precio, plaza y promoción).

Mantener y fortalecer la imagen y prestigio de ser un supermercado con precios competitivo; diversificar la línea de productos, puesto que nuestros clientes tengan un buen nivel de satisfacción; incrementar el número de clientes nuevos y potenciales con un servicio y atención personalizada; y por última manejar una constante comunicación a través de redes sociales y radio.

Gestionar cuidadosamente precios y costos que permitan mejorar nuestro margen de contribución promedio del 18%.


Ing. Sixto Orlando Paredes.
GERENTE GENERAL