

Quito, 20 de abril del 2020

Señores Socios de  
**MULSTAR CIA. LTDA.**  
Ciudad

## INFORME DE ADMINISTRADOR

Estimados señores:

Por medio del presente deseo poner a consideración de ustedes, el informe de administrador, correspondiente al ejercicio 2019 de la Cía. **MULSTAR CIA. LTDA.**

En este año la compañía al consolidar su cartera de clientes aparte de Aromcolor provocó que las ventas asciendan a 638 mil USD; sin embargo, para tener un panorama más claro se tiene que analizar todas las cifras económicas más significativas del presente Ejercicio, comparadas con las del año 2018, mismas que se presentan en el siguiente cuadro.

MULSTAR					
Año	Cantidad	Costo	Venta Neta	Margen Bruto	Rentabilidad
2019	167,751.98	731,455.93	1,095,289.87	363,833.94	33.2%
2018	144,119.55	529,117.17	860,152.57	331,035.40	38.5%
VARIACIÓN	16.40%	38.24%	27.34%	9.91%	-13.69%

De igual manera les presento la rotación de inventarios y los periodos medios de cobro tomando en cuenta que los valores de inventario son al corte 31 de diciembre de los dos años comparativos.

ROTACIÓN DE INVENTARIO ENE -DIC 2018		ROTACIÓN DE INVENTARIO ENE -DIC 2019	
	Rotación		Rotación
MULSTAR	3.90	MULSTAR	2.30

ROTACIÓN DE CARTERA ENE - DIC 2018		ROTACIÓN DE CARTERA ENE - DIC 2019	
	Rotación		Rotación
MULSTAR	2.22	MULSTAR	1.64

Este año 2019, la empresa ha tenido mayor movimiento, por lo que los costos y gastos más significativos son aquellos por ventas, transporte y adicionalmente los administrativos como los arriendos.

## **COMENTARIOS**

### **Ventas**

Las ventas netas en el 2019 registraron un crecimiento del 27.34%; lo cual engloba un crecimiento en la cartera de clientes, aparte de Aromcolor. Además, este año las estrategias de ventas estuvieron enfocadas en el crecimiento de la línea textil, a pesar de la recesión en la industria.

### **Costo de ventas**

El costo de ventas crece en un 38.24%, lo que refleja un incremento mayor que el crecimiento obtenido en ventas en un 27.34% y una rentabilidad menor obtenida en comparación al 2018; sin embargo, esto se da debido a que la mayor parte de la materia prima que la empresa adquiere encareció y no se puede trasladar ese encarecimiento al consumidor final, ya que, Mulstar dejaría de ser competitivo y se quedaría fuera del mercado.

### **Gastos Generales**

Para el 2019 se evidencia una disminución en gastos generales del 13.82%. No obstante, se denota el esfuerzo positivo al subir en menor proporción que las ventas.

### **Utilidad**

Este año la utilidad refleja un crecimiento en un 23.62% en comparación con el ejercicio pasado. Esto se da principalmente por el crecimiento que tuvieron las ventas en un 27.34%. A pesar de tener un incremento en costos y gastos se puede evidenciar las buenas prácticas que se llevaron a cabo en el incremento de la utilidad al finalizar este período, mediante la consolidación de la cartera de clientes posicionando a la empresa en el mercado.

### **Cartera**

En general, la recuperación de cartera ha disminuido frente al año pasado en 0.58 puntos, lo que incide positivamente en la empresa, ya que ha decrecido favorablemente el tiempo que le toma a la misma en hacer efectiva su cartera vencida; sin embargo, hay que seguir pendientes de no empeorar la rotación de este índice, para lo cual se monitoreará cobros de manera mensual.

## **Inventario**

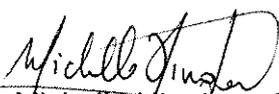
El índice de rotación de inventario tiene un tiempo de realización alto a comparación del ejercicio 2018, esto se da porque al incrementarse las ventas, la empresa debe adquirir inventario según las necesidades del mercado con el fin de poder satisfacer la demanda de nuestros clientes.

## **OBJETIVOS PARA EL 2020**

- 1) Seguir mejorando la gestión de cobros para procurar mayor liquidez.
- 2) Mejorar estrategias de venta para posicionar a la empresa en el mercado obteniendo la diversificación de cartera de clientes.
- 3) Buscar estrategias para contrarrestar la recesión de la industria textil.
- 4) Buscar mantener la línea de negocio actual y controlar gastos, para que la crisis y nuevas medidas económicas del país genere el menor impacto posible.
- 5) Comercializar nuestros productos con marcas propias
- 6) Debido a la pandemia que ha profundizado la crisis económica en el país, se prevé mantener el porcentaje de ventas similares al año pasado, o en su defecto, se tomarán medidas para que estas no decrezcan de manera significativa.
- 7) Asistir a ferias en el exterior para buscar nuevas líneas de productos y poder atender a otras industrias a más de la Textil.

Finalmente, aprovecho la oportunidad para agradecer a ustedes, señores Accionistas, por la confianza depositada en mi persona.

De ustedes muy atentamente,



Michelle Hinojosa Castro  
**Representante Legal**