

## MEMORIA ANUAL

Estimados señoras y señores:

Me es grato presentar a ustedes a continuación el **Informe Anual de Gerente**, cubriendo el Ejercicio Económico comprendido entre el 1o. de Enero y el 31 de Diciembre del 2012.

En el cuadro siguiente reflejo las cifras económicas más significativas del presente Ejercicio, comparadas con las del año 2011.

AÑO	2012	2011	USD	Δ %
VENTAS	4,794,566.72	4,666,596	127,997.60	2.74
COSTO DE VENTAS	2,801,677.61	2,828,583.16	-26,905.16	-0.95
GASTOS	1,744,045.66	1,587,428.26	156,617.40	9.87%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	253,880.34	251,682.51	2,197.83	0.87

A continuación presento los principales índices a considerar evaluando el ejercicio 2012:

SOLVENCIA	2.17
LIQUIDEZ	0.98

También les presento los periodos medios de cobro y la rotación de inventarios para la sección SFQ, Textil, PHARMA y HPC:

ROTACIÓN CARTERA		
SECCION	DÍAS	MESES
QUITO SFQ	36.13	1.20
QUITO TXT	91.21	3.04
QUITO PHARMA	34.84	1.16
QUITO HPC	23.21	0.77
GUAYAQUIL SFQ	45.13	1.50
GUAYAQUIL HPC	27.28	0.91
<b>TOTAL AROMCOLOR</b>	<b>53.16</b>	<b>1.77</b>

ROTACIÓN INVENTARIOS		
SECCIÓN	DÍAS	MESES
SFQ	126.56	4.22
TXT	187.94	6.26
PHARMA	33.12	1.10
HPC	142.54	4.75
<b>TOTAL AROMCOLOR</b>	<b>128.53</b>	<b>4.28</b>

## COMENTARIOS

### Ventas

Las ventas en el 2012 registraron un crecimiento del 2.74%, lo que evidencia un esfuerzo de la compañía por seguir creciendo y buscando nuevos negocios.

### Costo de ventas

El costo de ventas decreció en un -0.95% ya que el objetivo para el ejercicio fue mejorar la rentabilidad de las líneas de negocio que maneja AROMCOLOR, por lo que es evidente que también mejoró la utilidad bruta y el margen bruto.

### Gastos

Los gastos se incrementaron en un 9.87% en relación al año 2011. El incremento en gastos con relación al ejercicio anterior es considerable debido a que la Gerencia y la parte comercial de Aromcolor participaron en varias ferias internacionales de nuestras representadas en Colombia, Brasil, Alemania, etc.

También tenemos un impacto importante debido a la adopción de NIIFS y la presentación del primer balance con los ajustes de estas normas, los cuales impactan

directamente en el gasto debido a la depreciación de los activos que por la esencia misma de la norma tuvieron que ser revaluados en la compañía.

### **Utilidad**

La utilidad crece en un 0.87% debido especialmente a la mejora del margen bruto, al aumento de las ventas y al control de los costos. Es evidente que este crecimiento pudo haber sido más alto, pero el impacto de las NIFFS en los gastos debido a la depreciación de los activos revaluados suavizó este incremento.

### **Índices**

El índice de solvencia nos indica que nuestros activos cubren 2.17 veces nuestros pasivos lo cual nos indica la sólida posición en solvencia de la empresa.

El índice de liquidez nos indica que el 98% de nuestro pasivo a corto plazo puede ser cubierto sin dificultad lo cual también indica un aceptable estado de liquidez de la compañía.

### **Cartera**

En general la recuperación de cartera se ha mantenido. Esto debido también a que a pesar de realizar esfuerzos por mejorar este índice, el incremento en ventas siempre lleva a más riesgo de recuperación de cuentas por cobrar.

### **Inventarios**

A continuación pasaremos a analizar la rotación de inventarios por sección:

#### SFQ

La rotación de inventarios para SFQ se ubica en 4.22 meses, mejorando sustancialmente frente a la rotación del 2011 que se ubicó en 5.42 meses. Esto es el reflejo de un arduo trabajo de la sección en controlar inventarios.

#### TEXTIL

La rotación de inventarios en esta sección ha desmejorado pasando de 5.10 a 6.26 meses. Esta situación se da debido a que la sección está trayendo productos de la China y la cantidad mínima de importación es de un contenedor, obligándonos a mantener stocks más altos. Dicho punto será analizado minuciosamente para tratar de mejorarlo en el ejercicio 2013.

#### PHARMA

La rotación de inventarios para Pharma se ubica en 1.10 meses.

## HPC

La rotación de esta nueva línea durante este primer año de su lanzamiento es de 4.28 meses, lo cual deberá ser trabajado en el nuevo ejercicio para mejorarlo.

## **OBJETIVOS PARA EL 2013**

1. Identificar negocios poco rentables para exigir nuevas condiciones con los clientes o salir de los mismos.
2. Seguir mejorando la gestión de cobros para procurar mayor liquidez.
3. Darle mayor empuje a la línea Clariant "HOME AND PERSONAL CARE"; la cual durante el 2012 ya nos arrojó buenos resultados y buscaremos consolidarlos durante el 2013.
4. Analizar a profundidad la rotación de inventarios por sección para buscar dar de baja a los "slow movers" y mejorar nuestros índices de rotación especialmente en la línea Textil.
5. Buscar nuevos proveedores en la línea Textil para buscar ser más competitivos en este negocio.

## INVERSIONES

Durante el 2013 seguiremos con la implementación del Sistema de Gestión en Salud y Seguridad Ocupacional, lo cual demandará recursos para la capacitación de Brigadas de Emergencia a nivel nacional.

Seguir con las mejoras que nos exija la Secretaría de Medio ambiente para nuestras bodegas en Carcelén.

Cambiar dos autos de la fuerza de ventas, uno en Guayaquil SFQ y otro en Quito para la línea textil.

Buscar opciones de oficinas o terreno para el traslado de Aromcolor al sector de Cumbayá o Tumbaco.

## VIAJES

Para el 2013 las dos secciones tienen planificado realizar viajes al exterior de capacitación y para participar en distintas ferias a nivel internacional con el fin de renovar contactos con nuestros proveedores, tales como:

- Stephan Muller y Alejandro Muller viajarán en abril a México para la reunión de representantes de Sensient Colors.
- Patrick Muller viajará a Alemania en junio por la representada Bruckner.
- Patrick Muller y Enrique Camacho viajarán a China en abril a una feria de químicos y colorantes textiles.

## SFQ

Esta sección buscará seguir incrementando sus proveedores con el fin de encontrar mejores precios, manteniendo la calidad y buscando ser más competitivos en el mercado nacional.

## TEXTIL

Al igual que en la línea SFQ, el énfasis especial durante este año será de diversificar a los proveedores buscando en el Asia mejores precios y pudiendo ser más competitivos.

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

De ustedes muy atentamente,



Alejandro Müller Tortajada  
**Gerente General**