

Quito, 16 de marzo del 2014

Señor Presidente,
Señores Accionistas de
AROMCOLOR S.A.

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 2013.

En el cuadro siguiente reflejo las cifras económicas más significativas del presente Ejercicio, comparadas con las del año 2012.

AÑO	2013	2012	Variación USD	Variación %
VENTAS	5,452,650.32	4,788,293.01	664,357.31	13.87%
COSTO DE VENTAS	3,252,684.22	2,799,487.84	453,196.38	16.19%
GASTOS	1,941,126.12	1,744,045.66	197,080.46	11.30%
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	256,364.32	253880.34	2,483.98	0.98%

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

AÑO	2013
SOLVENCIA	1.66
LIQUIDEZ	0.58

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

ROTACIÓN INVENTARIOS EN MESES		
SECCIÓN	2013	2012
SFQ	4.01	4.22
TXT	7.27	6.26
PHARMA	4.04	1.10
HPC	8.10	4.75
TOTAL AROMCOLOR	5.73	4.28

ROTACIÓN CARTERA EN DÍAS			
SECCION		2013	2012
QUITO	SFQ	35.36	36.13
QUITO	TXT	74.23	91.21
QUITO	PHARMA	48.67	34.84
QUITO	HPC	24.10	23.21
GUAYAQUIL	SFQ	46.56	45.13
GUAYAQUIL	HPC	22.14	27.28
TOTAL AROMCOLOR		46.92	53.16

COMENTARIOS

Ventas

Las ventas en el 2013 registraron un crecimiento del 13.87%, lo que evidencia un esfuerzo de la compañía por seguir creciendo y buscando nuevos negocios. El crecimiento en ventas se puede evidenciar en todas las unidades de negocio de Aromcolor. Dentro de estas unidades de negocio la sección Pharma es la que ha experimentado el mayor crecimiento en el último año con un crecimiento del 20.06%.

Costo de ventas

El costo de ventas se incrementó en un 16.19%. Esto es debido al crecimiento en ventas, pero la línea que mayor incidencia ha tenido es la de HPC que tiene un margen de rentabilidad más baja debido a que estamos en un proceso de introducción de esta línea en el mercado.

Gastos

Los gastos se incrementaron en un 11.3% en relación al año 2012. El incremento en gastos con relación al ejercicio anterior es considerable debido a que este año remodelamos las oficinas de gerencia y laboratorio de SFQ en nuestra sucursal de Guayaquil. Otro impacto considerable es la depreciación de las adecuaciones realizadas en el 2012 en nuestras bodegas de Carcelén. Finalmente, el ajuste realizado a la provisión de jubilación patronal por la salida de una funcionaria de más de 10 años de antigüedad.

Utilidad

La utilidad crece casi 1% 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 los gastos arriba mencionados mermaron la misma.

Índices

El índice de solvencia nos indica que nuestros activos cubren 1.66 veces nuestros pasivos lo cual nos indica la sólida posición en solvencia de la empresa.

El índice de liquidez nos indica que el 58% de nuestro pasivo a corto plazo puede ser cubierto. El esfuerzo de Aromcolor en la expansión del negocio afecta directamente a este índice.

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 4.01 meses, mejorando parcialmente frente a la rotación del 2012 que se ubicó en 4.22 meses. Esto es el reflejo de un arduo trabajo de la sección en controlar inventarios.

TEXTIL 7.27

La rotación de inventarios en esta sección ha desmejorado pasando de 6.26 a 7.27 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. Adicionalmente, ha existido una escasez mundial de

colorantes textiles obligándonos aún más a mantener stocks altos. Se prevé que esta situación se mantenga o empeore en el 2014.

PHARMA

La rotación de inventarios para Pharma se ubica en 4.01 meses frente a 1.10 meses del 2012. Este incremento se da parcialmente por el crecimiento en ventas. Se buscará mejorar este índice para el año venidero.

HPC 4.22

La rotación de esta nueva línea fue de 8.10 meses frente a 4.22 del 2012, esta afectación negativa se debe a la importación de Hostapón para La Fabril, cliente que luego tuvo una baja en sus ventas y no pudo concretar la compra. Se está viendo la manera de vender este producto a otros clientes.

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 Pharma por los buenos resultados del año en cierre.
4. Aprovechar la coyuntura de la restricción de importaciones de bienes terminados que da oportunidad a nuestros clientes de producir localmente y a su vez consumir más de nuestros insumos de materia prima. Se buscará hacer contacto con grandes empresas para el abastecimiento de dichos materiales y buscar expandir aún más el negocio.
5. Analizar productos que sean de baja rotación o que estén ya fuera de su tiempo de vida útil para retirarlos del inventario.

INVERSIONES

Durante el 2014 seguiremos con la implementación del Sistema de Gestión en Salud y Seguridad Ocupacional, lo cual demandará recursos para formar auditores internos y ejecución en general del sistema.

Debido a la suspensión de soporte de Microsoft para Windows XP, nos veremos en la necesidad de renovar aproximadamente 30 computadoras a nivel nacional, además de atacar este punto, el cambio se realiza con miras a mejorar nuestro sistema de e-mails y prepararnos en mediano plazo a un nuevo sistema de gestión.

Seguiremos con las adecuaciones de nuestra sucursal de Guayaquil para optimizar los espacios físicos de oficina y de bodega.

VIAJES

Para el 2014 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 julio a una feria en New Orleans de materia prima alimenticia.

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

De ustedes muy atentamente.



Patrick Müller
Gerente General