

Quito, 17 de marzo del 2015

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 2014.

En el cuadro siguiente reflejo las cifras económicas más significativas del presente Ejercicio, comparadas con las del año 2013.

AÑO	2014	2013	Variación USD	Variación %
VENTAS	6'944.873,12	5'455.436,56	1'489.436,56	27,30%
COSTO DE VENTAS	4'139.743,53	3'253.889,32	885.854,21	27,22%
GASTOS	2'138.388,07	1'941.126,12	197.261,95	10.00%
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	652.114,40	256.364,32	395.750,08	154%

A continuación presento los principales índices a considerar evaluando el ejercicio 2014:

AÑO	2014
SOLVENCIA	1.53
LIQUIDEZ	0.66

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	2014	2013
SFQ	3.94	4.47
TXT	7.31	4.01
PHARMA	2.36	1.80
HPC	3.41	6.10
TOTAL AROMCOLOR	4.25	3.97

ROTACIÓN CARTERA EN MESES		
SECCION	2014	2013
QUITO SFQ	1.76	1.51
QUITO TXT	2.82	2.72
QUITO PHARMA	1.92	1.80
QUITO HPC	2.77	0.90
GUAYAQUIL SFQ	2.50	1.85
GUAYAQUIL TXT	-	-
GUAYAQUIL PHARMA	-	-
GUAYAQUIL HPC	2.85	2.28
TOTAL	2.47	2.00

COMENTARIOS

Ventas

Las ventas en el 2014 registraron un crecimiento del 27,30%, 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 HPC tanto en Quito como en Guayaquil es la que ha experimentado el mayor crecimiento en el último año con cifras de variación positiva del 257,69% y del 164,98% respectivamente.

Costo de ventas

El costo de ventas se incrementó en un 27,22% debido al crecimiento en ventas, pero podemos observar que es ligeramente inferior al incremento en ventas, lo que refiere una mejora en el margen bruto.

Gastos

Los gastos se incrementaron en un 10% en relación al año 2013. Esto se dio principalmente por incrementos importantes en el arriendo de las propiedades donde funcionamos y a las inversiones realizadas para robustecer el data center de Quito.

Utilidad

La utilidad crece en un 154% debido especialmente a la mejora del margen bruto, al aumento de las ventas y al control de los costos y gastos.

Índices

El índice de solvencia nos indica que nuestros activos cubren 1.53 veces nuestros pasivos lo cual evidencia la sólida posición en solvencia de la empresa.

El índice de liquidez nos indica que el 66% de nuestro pasivo a corto plazo puede ser cubierto con activos corrientes sin considerar el inventario. El esfuerzo de Aromcolor en la expansión del negocio afecta directamente a este índice.

Cartera

En general la recuperación de cartera ha desmejorado en casi medio mes, 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 y en el caso de clientes grandes los plazos para poder ingresar al negocio debieron ser más amplios.

Inventarios

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

SFQ

La rotación de inventarios para SFQ se ubica en 3.94 meses, mejorando parcialmente frente a la rotación del 2013 que se ubicó en 4.47 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 4.01 a 7.31 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 2015.

PHARMA

La rotación de inventarios para Pharma se ubica en 2.36 meses frente a 1.80 meses del 2013. Este incremento se da parcialmente por el crecimiento en ventas. Se buscará mejorar este índice para el año venidero.

HPC

La rotación de esta nueva línea fue de 3.41 meses frente a 6.10 del 2013, esta mejora se debe a que en el año fiscal cerrado esta línea logró dar el despunte que estábamos esperando y los negocios con clientes importantes: La Fabril, Industrias Ales, Zaimella, entre otros, están caminando.

OBJETIVOS PARA EL 2015

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 de Pharma y de HPC 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 2015 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. También se deberá invertir en la capacitación de los brigadistas de seguridad.

Siendo que en el 2014 hicimos inversiones importantes en el Data Center de Quito, para el 2015 haremos un trabajo similar en el cuarto de servidores de Guayaquil, con el fin de que el mismo también sea robusto y de esta forma protejamos la información de la compañía a nivel nacional.

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

Tenemos planificado hacer cambios en la estructura de distribución de planta baja en la casa matriz, con el fin de hacer más funcional los espacios de ventas, recepción, cobranzas y despacho.

Se prevé ampliar nuestra fuerza de ventas en la línea de SFQ Quito y se contratará un nuevo ejecutivo de ventas especializado para dicha sección.

VIAJES

Para el 2015 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:

- En el mes de Enero, Stephan Muller realizó un viaje a la India por feria de frascos farmacéuticos.
- Stephan Muller y Lady saltos viajarán en abril a una feria en México de colorantes alimenticios de Sensient.
- Stephan Muller y Ricardo Lucas viajarán en junio a la feria IFT (feria internacional alimenticia) en Chicago.
- Patrick Muller, Enrique Camacho y Alejandro Biermann viajarán a la ITMA (feria textil) en Milán-Italia en el mes de noviembre.

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