

Quito, 17 de marzo del 2016

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 1 de enero y el 31 de diciembre del 2015.

En el cuadro siguiente reflejo las cifras económicas más significativas del presente Ejercicio, comparadas con las del año 2014:

AROMCOLOR				
Año	Venta Neta	Costo	Margen Bruto	Rentabilidad
2014	6,944,873.12	4,139,813.12	2,805,060.00	40.39%
2015	6,823,357.83	3,935,904.82	2,887,453.01	42.32%
Variación	-1.75%	-4.93%	2.94%	4.77%

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

ROTACIÓN DE INVENTARIO 2015 EN MESES	
SECCIÓN	Rotación
SFQ	3.86
TEXTIL	5.48
HPC	3.06
PHARMA	5.85
AROMCOLOR	4.28

ROTACIÓN DE CARTERA 2015 EN MESES	
SECCIÓN	Rotación
SFQ Quito	1.97
SFQ GYE	1.96
TEXTIL	3.17
HPC	1.74
PHARMA	1.37
AROMCOLOR	2.14

COMENTARIOS

Ventas

Las ventas en el 2015 registraron un decrecimiento del -1.75%; y a pesar del índice negativo, evidencia un esfuerzo de la compañía por mantener los niveles en ventas a pesar de la crisis económica que golpeó la economía ecuatoriana, especialmente en el segundo semestre del año 2015.

Las dos líneas de comercialización más afectadas, fueron Pharma, con una caída en ventas del -30.05%, debido principalmente al no cierre de licitaciones de nuestros clientes con el Estado, quien hoy por hoy es el principal cliente en la industria farmacéutica.

La otra línea que sufrió un revés significativo en ventas fue HPC, con una disminución en ventas del -23.84%, principalmente por contracción del mercado debido a la crisis en que están muchos sectores de la economía nacional.

A pesar de las cifras antes mencionadas, fueron las secciones de SFQ y Textil quienes con crecimientos de 15 y del 1.44% respectivamente, suavizaron el impacto negativo de las otras secciones y arrojan resultados mínimos de disminución de las ventas.

Costo de ventas

El costo de ventas disminuyó en un -5%, 3 puntos menos que el decrecimiento en ventas, lo cual refleja una buena gestión en el manejo de costos y ha dado los resultados esperados buscando mejorar márgenes para compensar la disminución en ventas.

Gastos

Los gastos se incrementaron en un 15% en relación al año 2014. Esto se dio principalmente por gastos en viajes que tuvieron que realizarse durante el año, con el fin de robustecer relaciones con nuestras actuales representadas y también con el afán de buscar nuevas líneas de negocio. Este incremento también responde a la subida del canon de arriendos y al incremento de salarios a nivel nacional.

Utilidad

La utilidad cae en un 39.59% debido a la disminución en ventas y al incremento en los gastos.

Cartera

En general la recuperación de cartera ha mejorado en medio mes, esto debido al robustecimiento de los negocios con Tesalia y su modalidad de pago, confirming bancario, que nos anticipa los pagos con un descuento de aproximadamente un 3%.

Inventarios

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

SFQ

La rotación de inventarios para SFQ se ubica en 3.86 meses, mejorando parcialmente frente a la rotación del 2014 que se ubicó en meses 3.94. Esto es el reflejo de un arduo trabajo de la sección en controlar inventarios.

TEXTIL

La rotación de inventarios en esta sección ha mejorado pasando de 7.31 a 3.17 meses. También en esta sección se ha hecho un especial esfuerzo en controlar los inventarios para mejorar la liquidez de la empresa.

PHARMA

La rotación de inventarios para Pharma se ubica en 5.85 frente a 1.80 meses del 2014. Este incremento se da porque para los últimos meses del año se previó stockearse de producto debido a la proyección de ventas para inicios del 2016.

HPC

La rotación de esta nueva línea fue de 3.06 frente a 3.41 meses del 2014, esta mejora se debe a que en el año fiscal cerrado se buscó controlar los inventarios de esta sección debido a la baja en ventas que ya se vino viendo durante todo el ejercicio económico.

OBJETIVOS PARA EL 2016

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, para esto se prevé la contratación de un vendedor Senior que genere más dinamismo en las secciones. También se prevé contratar un vendedor junior de apoyo para las dos secciones.
4. Analizar productos que sean de baja rotación o que estén ya fuera de su tiempo de vida útil para retirarlos del inventario.
5. Hacer un análisis de productos caducados para darlos de baja con entidades autorizadas por la secretaría de medio ambiente.
6. Buscar mantener las líneas de negocio actual y controlar gastos, para que la crisis económica genere el menor impacto posible, esto podría significar reducir personal operativo en primera instancia.

INVERSIONES

Buscando mejorar nuestra infraestructura tecnológica, buscaremos realizar una consultoría informática con miras a migrar nuestro sistema contable a una herramienta más robusta.

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.

VIAJES

Para el 2016 se tiene previsto realizar los siguientes viajes:

- 1) Feria Industrial en Colombia, la cual se llevará a cabo en septiembre, asistirán Stephan y Patrick Muller. Esta feria presenta diferentes ofertas para Aromcolor de ampliación del negocio.
- 2) Reunión de representantes de SGD en Miami en noviembre, a la cual asistirán Patrick Muller y el Ejecutivo comercial de la línea Pharma.

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

De ustedes muy atentamente,



Patrick Muller
Gerente General