

**INFORME DE LABORES DEL DIRECTORIO Y GERENCIA A LA JUNTA
GENERAL DE ACCIONISTAS CORRESPONDIENTES AL EJERCICIO DEL AÑO
2016.**

Cuenca, 17 Marzo 2017 .

Señores Accionistas de

GEMYASOC C. A.

Apreciados Accionistas:

Dando cumplimiento a lo dispuesto por la ley y las Entidades de Control, ponemos a su consideración el informe correspondiente al ejercicio económico, comprendido entre el 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2016.

CUMPLIMIENTO DE LAS PROYECCIONES PLANTEADAS PARA EL 2016.

GESTIONAR LA VENTA DEL TERRENO ZHUCAY.

Por la dimensión del terreno, las nuevas leyes que entraron en vigencia no se logra vender a una tercera persona, y el colindante no está interesado en adquirir el mismo, para el próximo año se estima realizar las gestiones necesarias para conseguir la venta de la misma.



BUSCAR NUEVOS PROVEEDORES QUE NOS BRINDEN LA MATERIA PRIMA A PRECIOS BAJOS.

Para el cumplimiento de este objetivo el Ing. Miguel Paredes viajó a China para cotizar personalmente los precios de la materia prima en el mes de febrero 2016, en la que se tuvo éxito respecto al costo que se estaba buscando para la misma, el inconveniente para establecer esta relación comercial fue que para el primer pedido debe ser al contado y la empresa no cuenta con el dinero para cubrir este monto. Entre la búsqueda de proveedores se encuentra Industria Mexicana de Aluminio S.A con la que por los costos y las facilidades de pago y por la calidad comprobada a través de las muestras enviadas, se hace el primer pedido desde octubre y el despacho se realiza en diciembre del 2016 teniendo éxito en esta importación tanto por el costo como la gestión de la misma teniendo así la primera importación en diciembre del mismo año con el que actualmente se producen artículos con la misma calidad a un menor costo.

INCREMENTAR LAS VENTAS MENSUALES

Con la finalidad de cumplir este objetivo se crean promociones con los juegos de caldero recortado, caldero temporada y caldero Bordeado con mínimos de 16 juegos del 14/20 y 8 juegos del 14/24 con un descuento del 4% dependiendo del cliente, y para el mes de septiembre se lanzó al mercado un juego de caldero económico 14/20 teniendo éxito con el mismo siendo este un producto estrella para empresa y de esta forma se logró competir y destronar a la competencia.

INCREMENTAR LA CANTIDAD DE KILOS DE ALUMINIO PRODUCIDAS EN EL 2015

Para el 2016, se planteó la meta de mantener la producción por toneladas en la que se el máximo consiguió fue 5 toneladas en comparación de años anteriores que se trabajaba bajo pedidos y el máximo fue 3 toneladas de producción.



VISITAR A LOS CLIENTES 2 VECES AL AÑO, CON EL FIN DE MANTENER UNA RELACIÓN ESTRECHA DE VENTAS.

Este objetivo no se cumplió en el porcentaje debido al tiempo y por motivos de lanzamiento del nuevo artículo por lo que se requería mayor concentración en la planta, sin embargo, el Ing. Miguel Paredes hizo la visita a los clientes del vendedor Santiago Abad que requerían una conversación por incumplimiento en pagos y de esa manera lograr un compromiso por parte del cliente para el pago de sus facturas atrasadas con más de 120 días.

CALCULAR PUNTOS DE EQUILIBRIO CON EL FIN DE DETERMINAR LOS ARTÍCULOS QUE SON RENTABLES Y CREAR PROMOCIONES QUE AYUDEN A MEJORAR LOS QUE NO LO SON.

Dentro de este objetivo se logró determinar artículos que para sus procesos de elaboración son más costos y para su nivel de ventas no es representativos, entre ellos están la cantina, mini cantina y la canguilera, por lo que se piensa sacarles del mercado para el próximo año.

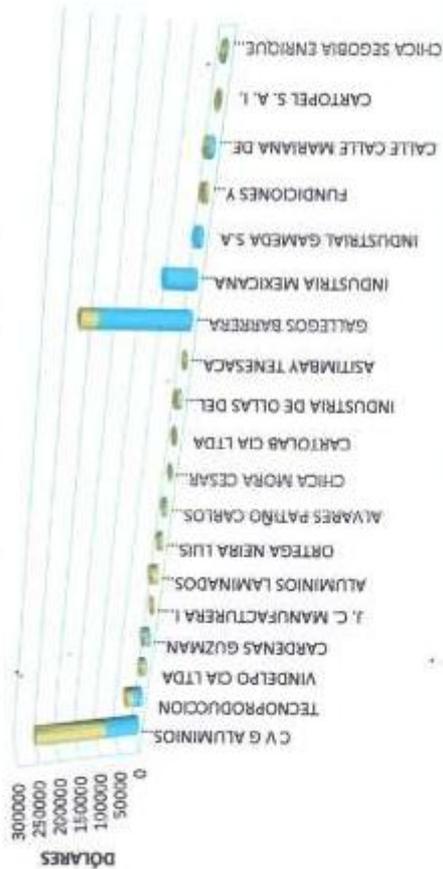
ANÁLISIS 2016

- COMPRAS

El objetivo del 2016 fue disminuir costos y gastos, para lo que son compras representativas nacionales están \$199858 con Edwin Gallegos compra de Materia Prima, \$21359 con Tecnoproducción compra de Materia Prima, \$11972 con Mariana Calle compra de cajas, \$9206.82 con Omar Cárdenas compra de asas.



RESUMEN COMPRAS 2016



C V G	ALUMINIOS TECNOPRODUCCION ALES S.A.	VINDELPO CIA LTDA	CARDENAS GUZMAN CIMAR VINICIO	J. C. MANUFACTURERA LAMINADOS PERU	ALVARES PATRÑO CARLOS HUMBERTO	CHICA MORA CESAR FERNANDO	INDUSTRIA DE OLLAS DEL ECUADOR	INDUSTRIA MEXICANA	ASTIMBAY TENESACA	INDUSTRIA GAMEDA S.A.	FUNDICIONES Y...	CALLE CALLE MARIANA DE...	CARTOPEL S.A. I.	CHICA SEGOBIA ENRIQUE...												
2015	172578	17652,4	9058,97	6398,43	3297,64	16421,6	5367,78	3919,94	370,62	2513,95	7747,86	1980	630	34238,8	199858	67266,1	1189,9	8152,99	1457,25	672,91	485,05	11972,5	214,9	2876,62		
2016	83935,9	21359,2	2681,28	9206,83	1317,06	1895,96																				



MATERIA PRIMA E INSUMOS

En el 2016 se importaron 40674.5 kilos de disco que en relación a la cantidad adquirida en el 2015 que fueron de 39306.50 kilos representa un incremento del 3.48%, y el costo promedio del disco fue de \$3.27 con una variación del \$1.95 respecto al año anterior.

En el 2016 se importó 1875 kilos de aluminio del Perú que en relación a la cantidad adquirida en el 2015 que fue de 530 kilos representa una incremento del 253.77% y el costo de \$5.69 por kilo con una variación del 0.53 ctv. Por kilo.



Ilustración 1. COMPRA DE ALUMINIO y EN KILOS POR AÑO

- PRODUCCIÓN

La producción del 2016 está distribuida de la siguiente manera:



Se determina una disminución en la producción de los artículos en sus diferentes líneas:

LINEA	2015	2016
Línea Extra	6.61% ↑	14.96% ↓
Línea Especial	6.37% ↑	4.96% ↓
Línea Inducción	58.08% ↑	91.91% ↓

Para el 2015 se tuvo un incremento en estas líneas en el porcentaje según lo indican las flechas verdes, sin embargo, para el 2016 se tuvo una disminución en los porcentajes que lo indican las flechas rojas siendo más representativa el porcentaje de disminución a excepción de la línea especial.

Se determina un incremento en la producción de los artículos en sus diferentes líneas:

LINEA	2015	2016
Línea Universal	0.50%	15.77%
Línea Industrial	5.31%	24.46

Para estas líneas se ha tenido un éxito en las ventas teniendo un incremento significativo para el 2016 según lo indican las flechas verdes.

- VENTAS

Las ventas del año 2015 fueron de 745.626,37 \$USD.

En el 2016 fueron de 733798.22\$USD, las mismas que tuvieron una disminución del 1.58 % en relación del año anterior.



Detallamos a continuación la participación en las ventas, de cada una de las líneas durante el 2016

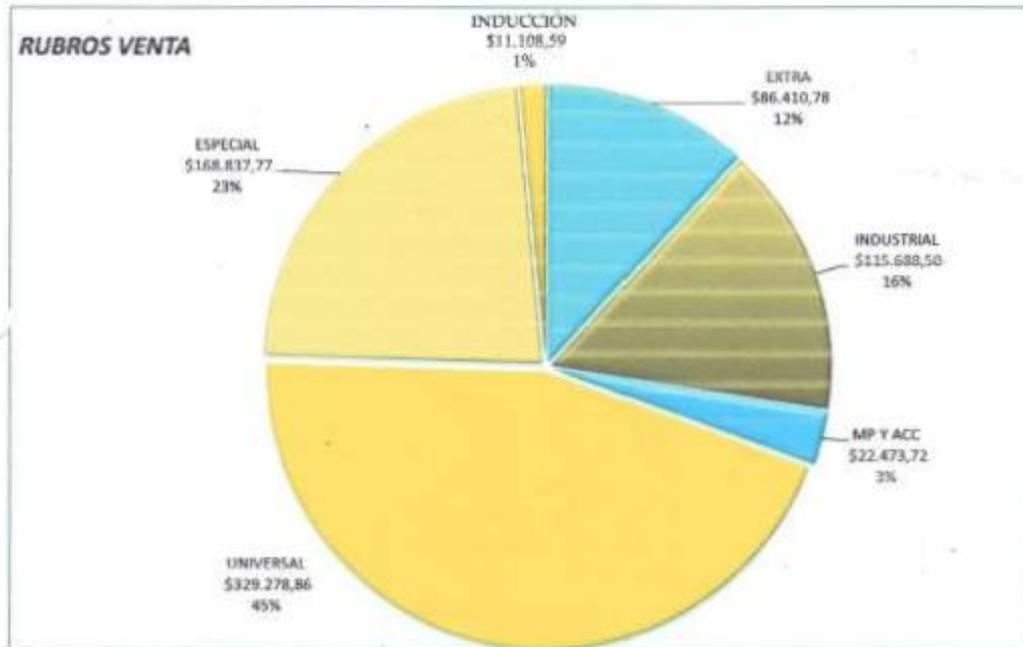


Ilustración 3. PARTICIPACIÓN DE LAS LÍNEAS EN LAS VENTAS



- GESTIÓN DE VENTAS

La gestión de ventas estuvo a cargo de nuestros Vendedores, los mismos que algunos incrementaron sus ventas incluyendo nuevos clientes a su cartera y otros disminuyeron las ventas teniendo como repercusión la disminución de las ventas globales con relación al año anterior.



Varios

PARTICIPACIÓN EN LA EXPOSICIÓN ENERO 2016 EN AZOGUES.

Como parte de la gestión de ventas por abrir nuevos mercados se participa de una exposición para fabricantes teniendo un éxito total y como consecuencia se estableció un vínculo comercial con la corporación "LA FAVORITA".



APERTURA DE VENTAS CORPORACIÓN "LA FAVORITA".

Como parte del vínculo comercial con esta empresa se le dota de la información necesaria y acatándonos a las reglas establecidas por los mismos, para el cual se crea códigos de barra específicamente para la corporación ya que las entregas son especiales y bajo parámetros por ellos marcados.

EXPOSICIÓN FERIA NOVIEMBRE 2016

Con el objetivo de dar a conocer el producto y por ende incrementar ventas, se participó en la expo feria por las fiestas de Cuenca con la colaboración de los vendedores acompañados de la presencia del Ing. Miguel Paredes en horarios rotativos, independientemente del monto de ventas obtenidas en los días de feria se estableció vínculos comerciales con nuevos clientes.

INVERSIÓN EN INCENTIVOS PARA NAVIDAD Y AÑO NUEVO.

En diciembre como parte de la fecha y el nuevo año se hizo la inversión en calendarios y esferos como parte de los incentivos para los fieles clientes de GEMA, por lo que se les hizo llegar oportunamente a través de los vendedores.

RECUPERACIÓN DE CARTERA

Como parte de la recuperación de cartera se gestionó por la vía legal el cobro de las facturas ya que por el monto de la deuda y los documentos presentados fueron los habilitantes para que se lleve a cabo la gestión mencionada, trabajando conjuntamente con el abogado de Azogues y el vendedor de la zona de Lago Agrio.



Tanto los vendedores como el personal administrativo se dedican diariamente a realizar llamadas para recordar a los clientes las fechas de pago y a su vez, también a los que están ya pasados y el caso que lo amerite tomar pedidos a través del mismo.

PROYECCIONES 2017

- ✓ Cambiar la imagen para el logo, por uno innovador y que cause mayor impacto en los clientes.
- ✓ Incrementar Publicidad que se dé a conocer la marca y el producto, a través de radio, banner publicitarios, y todo lo necesario en donde los clientes puedan observar y oír GEMA.
- ✓ Cotizar publicidad en radio y prensa en otras provincias
- ✓ Gestionar el tiempo de recuperación de cartera a 60 días.

AGRADECIMIENTOS

A todos quienes de forma directa o indirecta, y colaboraron para que la gestión del año 2016 se desarrolle con normalidad; de igual manera auguramos que las decisiones que tomen los señores accionistas beneficien siempre el crecimiento de GEMYASOC CA.

Los documentos y demás datos que respaldan el ejercicio están a disposición de los Señores Accionistas en las oficinas de la Empresa.

De los Señores Accionistas



LA GERENCIA



LA PRESIDENCIA

