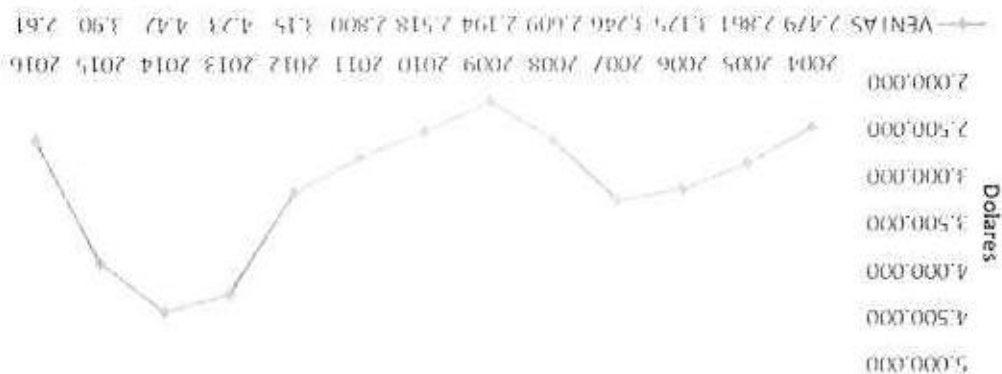


INFORME A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS POR EL AÑO 2016 CURTIEMBRE RENACIENTE S.A.

Cumpliendo con lo dispuesto en el estatuto de la empresa, pongo a consideración el informe de Gerencia por el año 2016.

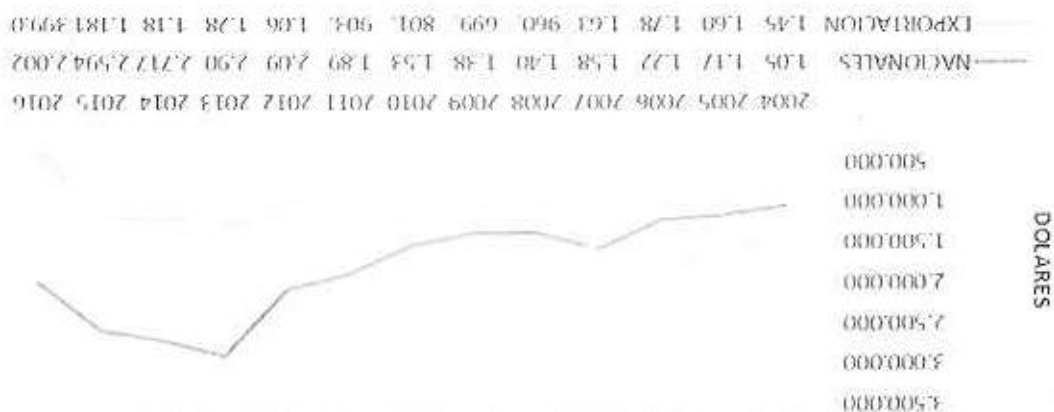
En el año 2016, La crisis económica en el país que afectó a Renaciente desde mayo de 2015 en que las medidas gubernamentales para equilibrar la balanza de pagos como cupos a la importación de Automóviles, salvaguardias, etc. comenzaron a afectar el mercado por precios altos, restricción de crédito y el clima de incertidumbre en la población, se prolongó todo el año 2016. La venta de Tapicenta automotriz cayó, la venta de cuero se vio también afectada por la misma razón en el mercado nacional y las ventas exportación cayeron al nivel más bajo de los últimos 25 años debido a la caída del mercado colombiano y peruano por la valuación del dólar con respecto a las monedas latinoamericanas. En el cuadro a continuación podemos ver como se afectaron las ventas en los años 2015 y 2016. Las ventas totales cayeron en 33%

VENTAS RENACIENTE 2004 - 2016



Las ventas se afectaron más en exportación, Colombia no compró nada y Perú y Guatemala muy poco. La caída con respecto a 2015 fue del 66% y 74% con respecto a 2007 que fue el mejor año antes de la crisis. La caída de la venta nacional fue de un 23% afectada por la caída en la demanda.

VENTAS NACIONALES VS. EXPORTACIONES

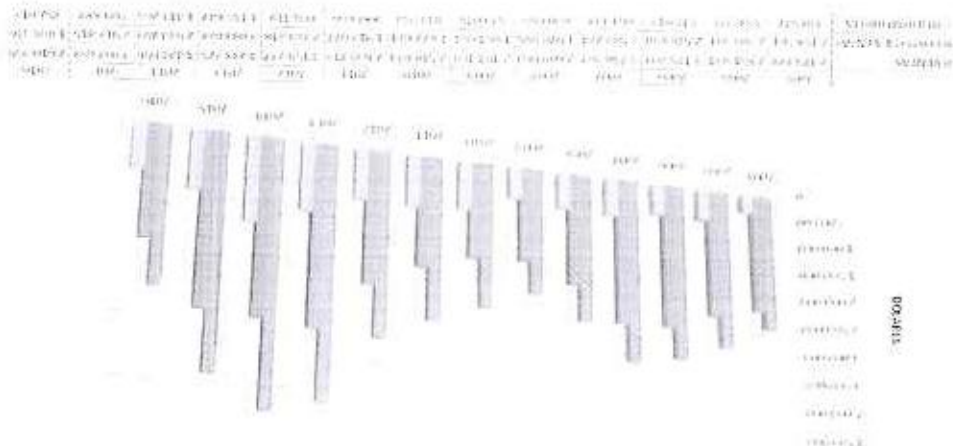


La venta global de la empresa cayó como mencioné antes en un 33%, el desglose de la caída es: Cuero Nacional cae 23%, Cuero Exportación incrementa 66%, Tapicería Automotriz cayó en 31%, Muebles de cuero se incrementa en 63%, Pisos y Paredes CAE en 10%.



Como podemos observar en los cuadros la tendencia de crecimiento en ventas después de la recuperación de la crisis que inició el año 2008 en la que sufrió una caída en sus exportaciones ha cambiado, una nueva crisis ha llegado afectando el crecimiento de la empresa, estamos tomando las medidas necesarias, buscando reducir gastos y dirigiendo la gestión a otras líneas como la exportación de paredes y pisos, muebles, tratando de lograr una alianza para vender tapicerías en Colombia, webblue y presionando al personal para mejorar su gestión de ventas. No nos dejaremos ganar por la crisis.

VENTAS, COSTO DE VENTAS Y UTILIDAD BRUTA



El costo de ventas se redujo del 75% al 71% lo que se debe a la mayor producción nacional de tapicería y muebles.

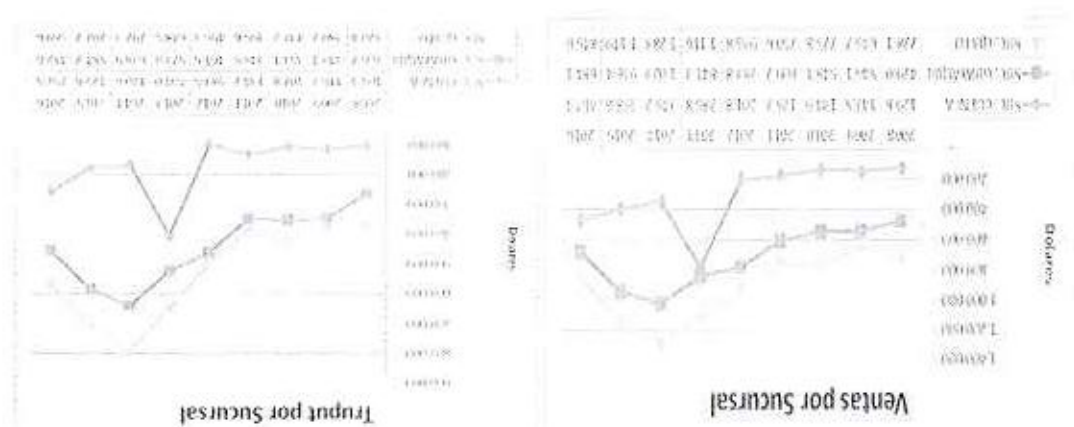
El cuadro muestra ya una baja en el gasto de ventas mientras el gasto administrativo se incrementa ligeramente.

En la producción y venta de cuero hemos logrado una estabilidad por el control adecuado de los procesos, lo que nos ha dado una tranquilidad y seguridad, eliminando casi por completo los reclamos. Hemos logrado pasar todas las pruebas requeridas por los fabricantes de vehículos, somos el único fabricante de cuero del país calificado para proveer a ensambladores.

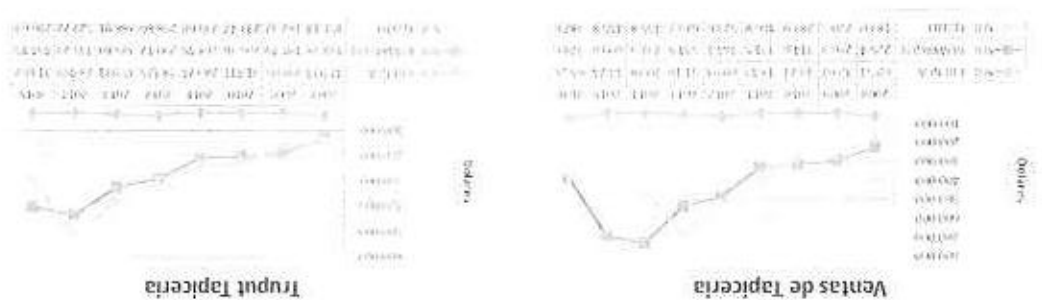


SUCURSALES

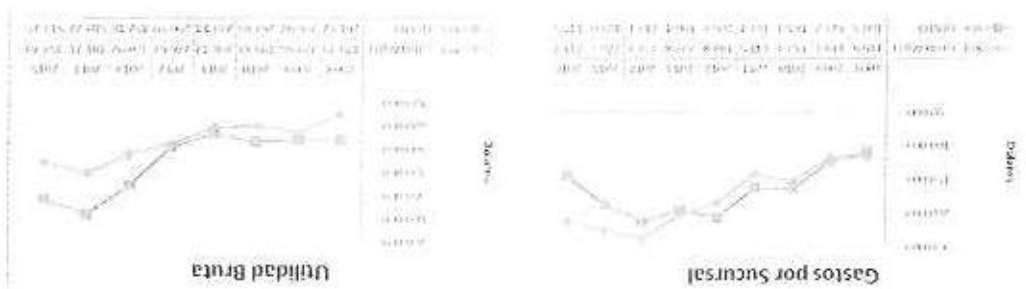
A continuación los datos del desempeño de las Sucursales. Debido a la situación del país, tanto Quito como Guayaquil cayeron en ventas y thrupt mientras que Cuenca incrementó sus ventas y en especial el thrupt. Quito tiene un decremento de 28% en ventas y 23% en thrupt, Guayaquil un decremento del 26% en ventas y 23% en thrupt, Cuenca tiene un incremento en ventas del 17% y 43% en thrupt. El mayor thrupt es generado por la sucursal Quito, seguido por Guayaquil y Cuenca.



La crisis afectó considerablemente al mercado automotriz y consecuentemente la venta de Tapicería Automotriz, hay un decremento en las sucursales de Quito y Guayaquil, Guayaquil tiene el mayor decremento en ventas de tapicería automotriz en un 45%, Thrupt 37%, Quito le sigue con 15% en ventas y 5% en Thrupt y Cuenca incrementa en 47% en ventas y 58% en thrupt.



En los gráficos a continuación, no constan los datos de Cuenca porque los gastos en la contabilidad están mezclados con la operación de la fábrica. Gracias a la medida tomada para bajar gastos, el impacto de la caída de ventas no impactó en la misma medida en la utilidad bruta.



Sufrimos una caída muy considerable del 33% en las ventas pero logramos bajar gastos de tal manera que mitigamos el impacto de la y tenemos una pérdida de \$159.064, que pudo haber sido muy superior

2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	1995	1994	1993	1992	1991	1990	1989	1988	1987	1986	1985	1984	1983	1982	1981	1980	1979	1978	1977	1976	1975	1974	1973	1972	1971	1970	1969	1968	1967	1966	1965	1964	1963	1962	1961	1960	1959	1958	1957	1956	1955	1954	1953	1952	1951	1950	1949	1948	1947	1946	1945	1944	1943	1942	1941	1940	1939	1938	1937	1936	1935	1934	1933	1932	1931	1930	1929	1928	1927	1926	1925	1924	1923	1922	1921	1920	1919	1918	1917	1916	1915	1914	1913	1912	1911	1910	1909	1908	1907	1906	1905	1904	1903	1902	1901	1900	1899	1898	1897	1896	1895	1894	1893	1892	1891	1890	1889	1888	1887	1886	1885	1884	1883	1882	1881	1880	1879	1878	1877	1876	1875	1874	1873	1872	1871	1870	1869	1868	1867	1866	1865	1864	1863	1862	1861	1860	1859	1858	1857	1856	1855	1854	1853	1852	1851	1850	1849	1848	1847	1846	1845	1844	1843	1842	1841	1840	1839	1838	1837	1836	1835	1834	1833	1832	1831	1830	1829	1828	1827	1826	1825	1824	1823	1822	1821	1820	1819	1818	1817	1816	1815	1814	1813	1812	1811	1810	1809	1808	1807	1806	1805	1804	1803	1802	1801	1800	1799	1798	1797	1796	1795	1794	1793	1792	1791	1790	1789	1788	1787	1786	1785	1784	1783	1782	1781	1780	1779	1778	1777	1776	1775	1774	1773	1772	1771	1770	1769	1768	1767	1766	1765	1764	1763	1762	1761	1760	1759	1758	1757	1756	1755	1754	1753	1752	1751	1750	1749	1748	1747	1746	1745	1744	1743	1742	1741	1740	1739	1738	1737	1736	1735	1734	1733	1732	1731	1730	1729	1728	1727	1726	1725	1724	1723	1722	1721	1720	1719	1718	1717	1716	1715	1714	1713	1712	1711	1710	1709	1708	1707	1706	1705	1704	1703	1702	1701	1700	1699	1698	1697	1696	1695	1694	1693	1692	1691	1690	1689	1688	1687	1686	1685	1684	1683	1682	1681	1680	1679	1678	1677	1676	1675	1674	1673	1672	1671	1670	1669	1668	1667	1666	1665	1664	1663	1662	1661	1660	1659	1658	1657	1656	1655	1654	1653	1652	1651	1650	1649	1648	1647	1646	1645	1644	1643	1642	1641	1640	1639	1638	1637	1636	1635	1634	1633	1632	1631	1630	1629	1628	1627	1626	1625	1624	1623	1622	1621	1620	1619	1618	1617	1616	1615	1614	1613	1612	1611	1610	1609	1608	1607	1606	1605	1604	1603	1602	1601	1600	1599	1598	1597	1596	1595	1594	1593	1592	1591	1590	1589	1588	1587	1586	1585	1584	1583	1582	1581	1580	1579	1578	1577	1576	1575	1574	1573	1572	1571	1570	1569	1568	1567	1566	1565	1564	1563	1562	1561
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

[illegible]

ESTRATEGIA PARA EL AÑO 2017 Y PROXIMOS AÑOS.

1. Continuar y fortalecer la venta de Cuero de Tapicería Automotriz y Mueble en el mercado nacional e internacional. Gestionar la venta de cuero para ensambladoras de Vehículos en el País.
2. Incrementar la Producción y venta de Tapicera Automotriz.
3. Fabricación de muebles de cuero, tapizados y forrados en cuero. Introducimos en el mundo del diseño para lograr establezcemos como una empresa que proporciona muebles y diseño.
4. Introducimos en el mercado de la construcción y diseño de interiores con nuestro producto de paredes y pisos de cuero.
5. Buscar clientes de exportación para la línea de Pisos y Paredes. Participar en Ferias en el exterior y buscar clientes que puedan distribuir nuestro producto.
6. Comercializar Individuales de Cuero en el mercado estadounidense a través de Amazon.

Atentamente,
Frank Tosi
Gerente General