

Quito, 31 de marzo de 2016

Señores
JUNTA GENERAL DE SOCIOS
SUVIATOUR
Presente:

Con la finalidad de dar cumplimiento a los estatutos de la empresa y conforme a las normas legales vigentes, se ha preparado el presente informe de Gestión del año 2015 con un resumen de las actividades más relevantes del mismo periodo.

El año 2015 fue un año de transiciones importantes para la compañía y desafíos frente a los factores macro económicos que el país ha debido vivir. No obstante, la compañía en cumplimiento con las recomendaciones planteadas el año pasado por la Junta así como con el afán de hacer frente a un mercado difícil ha tenido resultados positivos. Todo esto debido al trabajo incesante de la administración así como de sus colaboradores quienes han sido pieza fundamental para alcanzar los objetivos.

Dentro de las gestiones más representativas se encuentran las siguientes:

1. Obtención de reconocimiento Marca Q.- Como parte de las iniciativas del Ministerio de Turismo, formamos parte del proyecto de creación del Sistema de Gestión Integrado de la compañía en el cual se realizaron levantamientos de los procesos operativos generales sobre tres pilares fundamentales; el ámbito laboral, el ámbito ambiental y el ámbito de calidad. En esta labor se involucró activamente todo el personal, se realizaron capacitaciones varias sobre el avance, se modificaron procesos rudimentarios y se formalizaron muchos otros que hacían falta. Conjuntamente con el técnico supervisor se realizaron formatos, flujogramas, formularios y otros documentos de gran ayuda en el día a día. Al finalizar el proceso nos fue grato obtener una calificación de 99% la misma que nos hizo merecedores del reconocimiento de marca Q de calidad turística. Este reconocimiento nos compromete en la mejora continua y nos abre las puertas a más y mejores oportunidades como operadores locales.
2. Obtención de perfil Tripadvisor.- Finalmente en 2015 se logró la activación del perfil de la compañía en la comunidad de viajes Tripadvisor en donde no solo se ha logrado un posicionamiento importante en poco tiempo (al momento la empresa se encuentra en el puesto 26 de 89 proveedores de tours en Quito por encima de empresas grandes y prestigiosas como Grayline, SoleQ travel, Creter Tours, Advantage Travel, etc.) sino que también se han conseguido negocios directos con turistas por las recomendaciones de otros varios pasajeros que han apreciado el trabajo de la compañía. A esta estrategia de difusión del prestigio de la empresa se busca potencializar a través de varios mecanismos de tal manera que nos permita seguir escalando posiciones en el ranking y obtener mayores negocios.

3. Página Web Operadora.- Se han complementado y actualizado constantemente los productos de la Operadora en donde se trabajó en diseño de programas propios nuevos y la actualización de condiciones de otros varios.
4. Programas Ama, Viaja, Vive.- Con el fin de promocionar los atractivos turísticos del Ecuador dentro del mercado local se realizó la campaña de programas Ama, Viaja, Vive con la que se realizaron varias salidas en el año incentivando a través de redes sociales a turistas internos a conocer lugares hermosos y no muy conocidos. El programa tuvo interés de algunos, sin embargo el tiempo y duración de la difusión fue muy corto así como el compromiso con el proyecto así que se determinó postergar esta campaña hasta contar con mecanismos de difusión más agresivos y un plan mejor estructurado.
5. Gestiones comerciales con cuentas del exterior.- Este año se obtuvieron excelentes resultados con cuentas comerciales del exterior donde destacamos la confirmación de más grupos por parte de Dansk Studie Center. Adicionalmente se obtuvieron ventas con dos cuentas adicionales, quienes han manifestado su satisfacción con nuestros productos y servicios y su compromiso para continuar trabajando.
6. Mantenimiento de Equipos Electrónicos.- Se realizó un mantenimiento de todos los equipos electrónicos, computadoras, impresoras, discos externos etc., aumentando su capacidad en ciertos casos y sustituyendo otros con el fin de que el personal pueda realizar su trabajo con mayor eficiencia y agrado. Además de prevenir futuros daños y programar la renovación de equipos.
7. Exámenes médicos al personal.- Cumpliendo con el compromiso para con nuestros colaboradores se realizó un chequeo médico preventivo de todo el personal. No solo de los exámenes solicitados de acuerdo al Reglamento de Seguridad Ocupacional sino también a las necesidades propias de nuestros colaboradores.
8. Pago puntual y oportuno de los créditos empresariales.- Durante el año se ha podido responder a los créditos recibidos por parte del banco del Pichincha lo que ha sido de gran importancia para la liquidez del próximo año.
9. Reinversión de resultados ejercicio anterior.- conforme a lo previsto en el año pasado se realizó la reinversión de las utilidades generadas para capitalizar la empresa e invertir dichos recursos en mejoras para la compañía.

En función de la gestión realizada durante el año 2015 se obtuvieron los siguientes resultados financieros:

Existe un decremento del 4% de los Activos en comparación con los resultados del 2014, mismos que se ven reflejados en la disminución del valor de anticipo a proveedores, lo que se consiguió a través de mejores plazos con proveedores lo que mejoró la liquidez (que se distingue en la cuenta bancos). Por otro lado, un decremento del 12% de los Pasivos debido principalmente al pago de la deuda bancaria, beneficiando los desembolsos a realizarse en el futuro y el gasto a generarse. La razón de liquidez está en 1.34 demostrando que la empresa goza de recursos disponibles y se encuentra en facultad de responder por sus obligaciones.

Efectivamente el año cierra exitosamente con un incremento del 71% en la utilidad comparada con la utilidad del ejercicio anterior a pesar de los gastos adicionales incurridos pero en virtud de las disminuciones presupuestarias. Las ventas disminuyeron un 10% pero los costos y gastos igualmente fueron disminuidos en la misma proporción, como en años pasados justamente por el proceso de transición de la compañía que se ha enfocado mucho en fortalecer la

operadora. Pero esencialmente la diferencia se ve reflejada en la importante disminución de los gastos administrativos de ventas mismos que se vieron reducidos en cerca del 34%. Se obtuvieron resultados positivos con un menor flujo de turistas demostrando que las utilidades marginales de los productos comercializados son mayores y por lo tanto más productivas.

Para el nuevo periodo se espera continuar mejorando, incrementar las utilidades a través de productos innovadores y diferenciados. El nuevo año se implementaran estrategias que apunten a optimizar el recurso humano y potencializar las herramientas de comercio digital que se han implementado. Se sugiere invertir en conseguir mayores cuentas del exterior visitando provincias y ferias. Además se sugiere contratar guías de planta para optimizar los pagos a dichos proveedores y también se requiere de personal para comercializar los productos de la operadora a través de los canales virtuales. Finalmente se recomienda a la Junta reinvertir las utilidades generadas, realizar las reservas legales y estatutarias según dicta la constitución de la compañía y establecer los nuevos objetivos empresariales de la mano de las nuevas tendencias del turismo.

Atentamente,



Ing. Gabriela Rojas E.
GERENTE GENERAL