

INFORME DE GESTIÓN
ROMÁN MOSQUERA ASOCIADOS CIA. LTDA
AÑO FISCAL 2012

Antecedentes

1. Tras la apertura oficial al público el 05 de Mayo de 2008, una vez concluidos todos los trámites de constitución, afiliación y obtenido todos los permisos requeridos por las entidades que regulan la actividad turística y comercial en general, se dio inicio a las operaciones de la empresa, las mismas que vienen siendo ejecutadas de acuerdo a un organigrama funcional.
2. El entorno empresarial ha mejorado en comparación con años anteriores. La empresa ha incrementando ventas e ingresos durante el periodo 2012.
3. La marca comercial empieza a posicionarse en el mercado.
4. El cambio en el organigrama funcional fue positivo para el ambiente de trabajo.
5. La relación comercial con el principal cliente americano de la empresa, Overland Program (Massachusetts - EEUU), continúa consolidándose.
6. El lazo comercial con las empresas turísticas proveedoras de servicios para los programas de receptivo de ZTE, es más fuerte como resultado del éxito en la operación del programa de verano Overland en 2011. Estas empresas constituyen los proveedores confiables de ZTE.
7. Se han establecido nuevos convenios comerciales así como alianzas para formar un grupo de proveedores confiables de distintos servicios turísticos que permitan mantener el mismo estándar de calidad y satisfacer necesidades en un campo más abierto.

Balance Año 2012

1. La empresa viene cumpliendo con sus obligaciones mensuales tributarias y de seguridad social de manera oportuna y puntual como todos los años desde que inició su existencia.
2. La empresa para este periodo fiscal no experimentó pérdidas. Se realizó además un aumento de capital para equilibrar la situación financiera, y se aprobó por parte de los socios el segundo aumento de capital, trámite que se inició inmediatamente después del primer aumento.
3. La empresa ha incrementando ventas e ingresos durante el periodo 2012, en comparación con el periodo 2011. No se ha registrado pérdidas; sin embargo, es necesario incrementar ventas sobre todo en los meses de temporada baja por la naturaleza estacional de su actividad económica: turismo. Se plantea crear o diversificar la cartera de productos de acuerdo a la temporada. Se consolidó la alianza comercial con Suchipakari Lodge, localizado en Mishahuallí - Napo, para comercializarlo a través de comisión, pudiendo además subcomisionar a otras agencias y referidos comerciales. Por otro lado, se estableció además alianza con Dive Center Ecuador, escuela de buceo autorizada por PADI. Este al igual que Suchipakari, constituyen productos exclusivos de la empresa.

6. Se contrató a una persona para coadyuvar en el mes de Julio, quien se ha venido desempeñando de manera eficiente dentro de la empresa, ha la capacidad en sus funciones, y de manera continua participa en las capacitaciones de los proveedores de la empresa (agencias mayoristas).
7. Los productos de turismo emisor, entendiéndose como ecuatorianos que viajan al exterior, ha sido una fuente que ha generado ingresos para la empresa. Por esta razón, la fuerza de ventas continuará concentrándose en este campo hasta consolidarse en la comercialización de productos de turismo receptor de la empresa Turismo Científico. La empresa ha consolidado relación comercial fuerte y confiable con algunas agencias mayoristas de viaje como sus principales proveedores de diferentes destinos. De esta manera, se podrá continuar sosteniendo costos fijos.
8. En septiembre de 2012 Overland Program confirmó que por tercer año consecutivo hará uso de los servicios de ZTE para asistir al grupo de verano 2012. La empresa deberá continuar trabajando como lo hizo para los dos primeros grupos (verano 2011 y verano 2012) de manera que fidelice al cliente.
9. El producto "Turismo Científico ZTE" que fue desarrollado durante los años 2009 a 2011 empieza a dar frutos. Considerando que en su planificación se contempló que los resultados se verían a largo plazo dada la complejidad de su elaboración (viajes dentro y fuera de Ecuador para establecer proveedores y ampliar el mercado emisor de clientes), así como de su comercialización (viajes a EEUU para visitas y promoción), la empresa estableció su primer cliente: Green Bay College (University of Wisconsin), universidad que ha incluido en el sílabo de la materia Arquitectura y Urbanismo, el programa ZTE "Análisis de la Arquitectura de Comunidades Indígenas de la Amazonia". De esta manera, este programa será la llave que abra las puertas para el producto ZTE "Turismo Científico". Esta es el primer y más difícil paso que la empresa debe dar para atender al mercado objetivo.
10. La empresa participa de manera activa en capacitaciones, talleres y cursos de trabajo y presentación de productos de las agencias mayoristas con las que trabaja. Por el momento, trabaja principalmente con Maxitravel, Operando y Rentours.
11. En el período 2012 la empresa no ha tropezado con ningún problema de carácter administrativo, laboral ni legal.

Objetivos 2013

1. Continuar incrementando la actividad comercial de la empresa. Se aumentará la fuerza de ventas de acuerdo a la temporada y al producto, con énfasis en los productos exclusivos. El porcentaje de ventas deberá crecer en un mínimo del 10% respecto al año anterior cronológicamente con el nivel de ingresos resultado del monto de ventas.
2. Continuar con la optimización de recursos y minimización de costos para continuar operando mientras se concretan los negocios previstos a mediano y largo plazo (mercado receptor).
3. Fidelizar en mayor porcentaje al cliente Overland y demás clientes con los que cuenta la empresa.
4. Renovar la imagen corporativa de la empresa. La marca debe ser más visual, es imprescindible el cambio de rotulación de las instalaciones así como la presentación de servicios en el mercado.

5. Iniciar la Etapa IV en el proyecto de sus principales productos de turismo receptivo.
 - 5.1 Fortalecer la relación comercial con el representante de Green Bay College, por constituir una llave de acceso para el mercado universitario americano para Turismo Científico a través de referencias y recomendación directa de los servicios de ZTE. Esta persona ha demostrado total entusiasmo para contribuir en la difusión de los programas ZTE, entregando de manera directa publicidad de la empresa en su medio en FEIJU (Wisconsin y California).
 - 5.2 Continuar realizando el seguimiento de contactos comerciales establecidos en FEIJU a través del envío periódico de información. Buscar un contacto en dicho país para que se encargue de la gestión comercial de los productos. Este contacto es la clave para obtener los resultados propuestos, por encontrarse en el mercado emisor.
6. Terminar la renovación de la página web de la empresa. Se ha venido renovando poco a poco en función de los cambios internos en la operación e intermediación de productos de la empresa, y de las nuevas alianzas.
7. Cerrar la cartera de productos para especializarse el pocos, concentrando la fuerza de ventas en los que mejor resultados en ingresos signifiquen. Dada la alta competencia del sector, es clave la especialización en pocos productos. Se ha planificado manejar tres productos en turismo emisor, dos en nacional y uno solo en receptivo.
8. Consolidar el programa de referidos comerciales. El plan piloto del 2012 fue un éxito, por lo que deberá aplicarse con fuerza este programa que ha permitido incrementar ventas para la empresa. Se ha planificado para el 2013, el extender este programa a empresas también.

Se sugiere a la Junta de Socios concretar el segundo aumento de capital de la Compañía previsto con la correspondiente reforma de estatutos. Las reuniones desde esta fecha en adelante, deberán continuar siendo efectuadas una al final de cada mes para la evaluación y toma de decisiones, como se han venido dando así como la colaboración permanente de los socios.

Atentamente,

Verónica Rosalva Mosquera

GERENTE

ROMÁN MOSQUERA ASO. CIA. LTDA. - ZONA TRAVEL ECUADOR