

INFORME DE GERENCIA 2015

Damos a conocer que en esta fecha 26 de febrero dirigimos este informe con la finalidad de obtener la consideración y que sirva para la toma de decisiones a fin de mejorar la situación actual.

Ante todo cabe hacer un análisis del movimiento en nuestras cuentas que a la fecha reflejan una pérdida por el valor de \$23.656,08 debido a la considerable baja en los clientes y la falta de nuevos contratos.

En general la situación financiera del país ha hecho que sucumbamos debido a la permanente deficiencia de comprensión y confianza de los potenciales clientes, como observamos el año anterior estamos abiertos a las nuevas tecnologías pero no estamos dispuestos a invertir en procesos de especialización en ventas.

Los niveles de endeudamiento de nuestra parte no se han mantenido en niveles aceptables y con una tendencia consecuente con el bajo movimiento comercial, lo considerable es nuestra deuda con el IESS por Hipotecarios, Aportes que hemos sacrificado para mantener el movimiento y la relación con los actuales clientes.

ANALISIS DE CUENTAS

CUENTAS POR COBRAR	V/PARCIAL	V/TOTAL
UTPL	5040,00	10.080,00
Crédito Tributario		2.297,62
TOTAL CUENTAS SIGNIFICATIVAS		12.377,62
CUENTAS POR PAGAR		
IESS – Aportes, FReserva, Ptm.Q., PHipotecarios	12.130,42	
Empleados – Remuneraciones, Décimos, Vacaciones	13.731,23	
TOTAL CUENTAS POR PAGAR SIGNIFICATIVAS		25.861,65

Nota: Las ganancias acumuladas en el Ejercicio 2014 ascienden a un valor de 3.193,72 mismas que han servido para disminuir el total de la Pérdida de este ejercicio.

Las perspectivas para el año 2016 continúan bajo análisis para diseñar otra estrategia de negocios que funcione y que logre revertir la situación actual, el INBOUND MARKETING como producto aún no es entendido totalmente, existen agencias que realizan sus negocios en base a verdades parciales y al planteamiento de escenarios que dependen de su propia experiencia antes que de las cifras que arroja el mercado, ahí está la diferencia

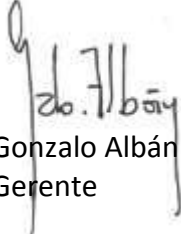
en el modo de hacer negocios, decir las verdades a través de contenidos direccionados a captar clientes resulta en incomprensión del mercado.

Nuestras ventas anuales decrecieron en 14% aproximadamente con un gran impacto en nuestros PASIVOS exigibles de forma especial con el tema Laboral.

Se realizó un evento que nos mermó nuestra capacidad de flujo y de acción, el costo de la inexperiencia y el deseo de llegar a nuestros clientes resultaron en un esfuerzo que probablemente en un futuro cercano empiece a dar sus frutos convirtiéndose en ventas efectivas.

El tema mencionado de los Eventos, siempre va a requerir de una mejor coordinación, aún no hay un equipo de apoyo suficiente por las limitaciones que se deducen de lo anterior.

En los temas financieros nos remitimos siempre a los registros.



Gonzalo Albán Villena
Gerente