

INFORME DE GESTION

ARASARITRAVEL & OPERATIONS ECUADOR CÍA. LTDA.

PERIODO: Junio – Diciembre de 2014

FECHA: Abril de 2015

CONSTITUCION

Arasaritavel & Operations Ecuador Cía. Ltda., se constituyó legalmente mediante escritura pública en el Ecuador el 20 de mayo de 2014 y su inscripción en el Registro Mercantil se realizó el 24 de junio de 2014.

Está constituida por tres socios, todos ecuatorianos, quienes han unido sus esfuerzos y capitales para poner en marcha este emprendimiento. El conocimiento y la experiencia de los socios en el ámbito empresarial y de manera particular de uno de ellos en el sector turístico, brinda al grupo de socios los elementos fundamentales para un óptimo desempeño empresarial.

El 25 de junio de 2014 fueron nombrados; la Sra. Adriana Baldus y el Sr. Nelson Cárdenas como Presidente y Gerente General de la compañía respectivamente, por un periodo de 4 años y el 30 de junio de 2014, debidamente inscritos dichos nombramientos en el Registro Mercantil de Quito.

ESTRUCTURA ORGANICA

A continuación se muestra la estructura orgánica con la que se operó en el año 2014:



El aviso de entrada del Gerente General en IESS se realizará desde el 1º de enero de 2015.

En el caso del Contador Externo se logró la colaboración del Sr. Luis Redín, Contador CPA quien desarrolla los balances y las declaraciones de impuestos correspondientes, se acordó revisar su situación una vez que la compañía muestre resultados positivos en sus balances. De igual forma se contó con la colaboración de la Sra. Sara Peña en el tema de Investigación de Mercados.

Además se ha considerado la contratación de un especialista en diseño y desarrollo de páginas web e imagen corporativa, para que encargue de estos temas requeridos por la empresa. Aprovechando la coyuntura existente se ha procedido a contratar los servicios de Luciano Vento.

Se ha planteado la necesidad de contar con personal operativo para la gestión de mercadeo digital y comercial, se ha encontrado una opción con la empresa Liderazgo; pero esta opción debe ser analizada con mayor profundidad ya que implicaría un modelo de operación que debe ser establecida y acordada por los socios. También se ha analizado la opción de Pasantes o Practicantes en una etapa inicial.

REQUISITOS LEGALES

Se realizó el proceso de registro de signos distintivos en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual – IEPI, trámite que se encuentra en proceso y en espera del pronunciamiento oficial del IEPI.

Se realizó el trámite para la obtención de la Patente Municipal 2014; trámite que se debe realizar cada año hasta el mes de mayo.

Tomando en cuenta que hasta la elaboración del presente informe, se ha venido operando en varias oficinas de manera temporal y no se ha establecido la dirección final de la oficina matriz de la compañía; no se ha realizado el trámite para la obtención de la LUAE y tampoco el registro en Quito Turismo que derivan en el pago del Registro Turístico y la Contribución del Uno por Mil de los Activos Fijos, adicionalmente de este trámite se desprende el pago de la Tasa de Turismo que se determina una vez que se cuente con las aprobaciones técnicas de inspección de Quito Turismo. Sobre este aspecto es importante señalar que el local que se requiere debe contar con un área mínima de 30 metros cuadrados y ser independiente de otra actividad económica. Este aspecto debe solventarse de manera definitiva en el año 2015.

Los socios deberán aportar con los \$ 14.000 en bienes que se debe acreditar en la inspección del MINTUR / Quito Turismo, situación que se debe realizar en el año 2015.

PROCEDIMIENTOS INTERNOS

En cuanto a los procedimientos comerciales, operativos y contables, se desarrollaron e implementaron procedimientos y formularios operativos básicos: presentaciones y propuestas comerciales, formulario de aceptación de servicios, registro de pasajeros, procedimientos de registro contable, entre otros.

PLANIFICACION

Para el desarrollo del Plan de Negocios, se realizaron ciertas puntualizaciones iniciales y se decidió que el enfoque de la compañía es el de una operadora dual: turismo receptivo y emisor.

Para el **turismo receptivo** se definió una especialización en la gestión de la compañía para enfocar su estrategia de mercadeo y promoción; la cual corresponde enfocarse en REUNIONES, INCENTIVOS, CONVENCIONES Y EVENTOS – MICE por sus siglas en inglés: meeting, incentives, conventions & events).

Para ello se debe establecer y/o desarrollar los destinos y toda la estructura para sustentar la operación que conlleva.

También se desarrollaron paquetes turísticos basados en la propuesta de la campaña ALL YOU NEED IS ECUADOR; para ello se realizó una investigación de mercados para obtener información actualizada de tarifas, destinos, prestadores de servicios turísticos, entre otros, con esta información se pudo establecer el tarifario correspondiente y la programación de cada uno.

También se han mantenido reuniones entre los socios para definir el mercado y nicho objetivo, perfil de cliente y especialización, principalmente en aquellos mercados que por alguna razón presentan una coyuntura particular en la actualidad como son:

1. USA: considerando la Campaña ALL YOU NEED IS ECUADOR y enfocándonos en los mercados puntuales a los que esta campaña está dirigida.
2. CHINA: tomando en cuenta las alianzas realizadas por el Gobierno Nacional con mercados emergentes tales como China (coyuntura basada en la relación bilateral actual, eliminación de visado para turistas, es el 4to país en desembolso de dinero en servicios turísticos, top 15 en cantidad de pasajeros que viajan, además se espera crecimiento, el idioma y el conocimiento de la cultura puede ser una barrera de entrada para otros o al menos desestimulante).
3. Otros

Enfocarse en estos mercados representa una gran y nueva oportunidad de desarrollo turístico.

Para el **turismo emisor**, de manera inicial y tomando en cuenta que la compañía no está en capacidad de generar su propia oferta, se orientó a la búsqueda de alianzas estratégicas (partnership) con los operadores mayoristas, para lograr que Arasaritravel pueda ser socio en el lanzamiento de productos y de esta manera, obtener beneficios económicos más atractivos. Esto permitiría apalancarnos con empresas con mayor experiencia y poder económico que garantice dicha inversión y nos permita generar recursos económicos y know how para desarrollar nuestros propios productos de turismo emisor. Estos convenios en definitiva están orientados a aprovechar las economías de escala y oportunidad.

Actualmente se tiene un convenio con el mayorista SALMOR y relación comercial con 2 mayoristas más con quien se han iniciado las operaciones; esta alianza nos ha permitido acceder a una plataforma o motor de reservas para la gestión comercial.

Es necesario afinar, desarrollar y cuantificar todos los aspectos antes indicados para poder establecer un plan de negocios que oriente la gestión de la compañía, este tema debe ser atendido en el 2015 de manera prioritaria.

COMERCIALIZACION

En primera instancia se estableció como prioridad el enfoque hacia el turismo receptivo en la modalidad MICE, esto implicó que nuestro objetivo prioritario son los GRUPOS (colegios, empresas, asociaciones, etc.)

En este contexto se alcanzaron 2 ventas importantes: 1 grupo con destino Galápagos y 1 grupo con destino Hillary Resort & Spa.

Por otro lado, también se han realizado algunas ventas puntuales de turismo emisor a través de los mayoristas con lo que mantenemos relación comercial.

MERCADEO Y PROMOCION

El año 2014 fue dedicado a la construcción de nuestro sitio web y el desarrollo de nuestra presencia en redes sociales.

Se contrató los servicios de un especialista para el desarrollo de la página web; la cual, está operativa, pero debe ser administrada para que se mantenga actualizada, permita una adecuada interacción con el mercado, presentando correctamente nuestros productos y se logre el cierre de la venta a través de este canal.

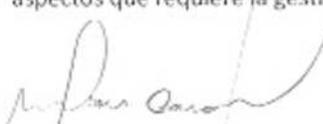
Además se abrió una página en Facebook la cual, está también operativa y debe vincularse al sitio de la compañía a través de un botón de llamado a la acción. Reitero que es necesario administrarla y mantenerla actualizada; además de que cuenten con objetivos claros enganchados con lo establecido en el Plan de Negocios.

FINANZAS, CONTABILIDAD Y TRIBUTACION

En este aspecto, se han establecido formatos para el registro de los movimientos de la cuenta corriente, se lleva el registro contable y se elaboran los balances correspondientes a través del Contador Externo. De igual forma la elaboración y declaración de los impuestos al SRI se los canaliza oportunamente y con el soporte del Contador Externo.

CONCLUSION

Luego de estos primeros meses de gestión, que han permitido conocer el mercado y clientes, ajustar criterios y en definitiva arrancar con la operación de la empresa, es indispensable la elaboración formal del plan de negocios de la compañía para determinar los objetivos, estrategias, mercado, productos, clientes, canales de distribución, presupuesto y demás aspectos que requiere la gestión de Arasaritravel y obtener los resultados esperados.



NELSON CARDENAS
GERENTE GENERAL
ARASARITRAVEL & OPERATIONS ECUADOR CÍA. LTDA.