

**INFORME DE GERENCIA METROPOLITAN TOURING DE CUENCA
CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ECONOMICO
DEL AÑO 2.014**

1. ANTECEDENTES: Con referencia al periodo económico del año 2014 dentro del contexto general de turismo podríamos decir que el mercado de turismo en el Austro se caracterizó específicamente por movimientos vacacionales y comercial que se mantiene a través del mercado corporativo tradicional exclusivamente direccionado hacia el exterior en cambio el mercado corporativo nacional en su mejor parte esta canalizado a través del Internet y propiamente promovido y estimulado por las mismas líneas aéreas.

2. ANALISIS DEL EJERCICIO ECONOMICO: en mi calidad de Gerente de METROPOLITAN TOURING DE CUENCA, pongo en consideración el informe anual del ejercicio económico 2014 en el cual me permito hacer el siguiente análisis de forma cualitativa así como cuantitativa comparados con el año anterior. En el movimiento total acumulado de ventas del año se aprecia una alza del 6.96% con respecto al año anterior, donde marca la diferencia especialmente en la venta de boletos nacionales y servicios prestados.

En el rubro de boletos internacionales en valores hay un decremento del 8% pero un incremento en pasajeros de el doble, esto es debido al movimiento internacional en rutas más cercanas a nuestro país especialmente al sur del continente.

En la venta de boletos nacionales el incremento es de un 70% con respecto al año anterior y es debido primordialmente al incremento de las ventas corporativas adquiridas este año especialmente con empresas estatales, además el fuerte incremento en tarifas que se manejan por las políticas de las líneas aéreas.

Revisando en conjunto todos los rubros que se manejaron en el movimiento económico se puede apreciar un incremento notable en los movimientos de operadores nacionales así como una mejora considerable en los servicios de trámite turístico nacional como internacional.

Como logros realizados dentro de la gestión de ventas se incorpora a la empresa dentro del portal de ventas públicas obteniendo resultados positivos con grandes empresas públicas que en su mayoría tienen financiamientos definidos y de prioridad, empresas como SELEC, Ministerio de Relaciones Exteriores, EMOV, SENAGUA, Asociaciones Parroquiales etc. A su vez esto nos ha permitido promocionarnos puntualmente en paquetes vacacionales en las diferentes asociaciones y vinculados con esas empresas.

Las ventas generadas son únicamente producto de la propia agencia, esto nos ha permitido movernos de acuerdo a los parámetros y políticas de METROPOLITAN TOURING haciendo de esta empresa que la emisión de pasajes sean un servicio entre otros productos, ya que los niveles de rentabilidad son sumamente bajos, poniendo como reto par el año próximo la diversificación de productos y especialmente atacar a los más rentables.

3. CONCLUSIONES: Según los indicadores financieros la empresa mantuvo buena liquidez, con una cartera vencida que disminuyó con relación a la del año anterior dando resultados positivos.

Dentro del personal no se ha sufrido mayores cambios manteniendo lo mínimo indispensable .

Por último las expectativas y proyectos para el año que viene es darle impulso a los proyectos en ventas que más réditos no han dado de manera que se puedan mejorar y así garantizando la sustentabilidad de la empresa.

Para finalizar quiero expresar mis agradecimientos a quienes han hecho posible la labor emprendidas así como el nuevo proyecto de transformación que se viene llevando a cabo por parte de METROPOLITAN TOURING en Quito.



Ing. Jaime Rivadeneira Peña
GERENTE GENERAL
METROPOLITAN TOURING DE CUENCA