



AMERICAN SHOWS S.A.

Riobamba, Abril 17/2009

Señores

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

AMERICAN SHOWS S.A.

Ciudad.-

La presente tiene por objeto elevar a su consideración el Informe de Administración de la Empresa AMERICAN SHOWS S.A. y que corresponde al ejercicio económico 2008

INFORME DE ADMINISTRACION PERIODO 2008

1. De los objetivos de la Empresa

Las actividades de la empresa durante este período se orientan hacia el logro de objetivos para los que fue creada.

Se ha desarrollado las siguientes actividades:

Reconocimiento del área de influencia donde se iniciarán las actividades de la empresa e investigación de mercado con el propósito de garantizar la masiva concurrencia a nuestros espectáculos:

- ✓ Realizar investigación de mercados en la región Costa ya que según sondeos y pruebas de mercado es la región que mayor oportunidades de operación presentaría a la empresa de eventos.

2. Del cumplimiento de las disposiciones de la Junta General y el Directorio:

Se ha cumplido a cabalidad con las disposiciones de la Junta General enmarcadas dentro de las disposiciones estatutarias y legales.

3. De los Recursos Humanos

*Dirección: Primera Constituyente 29-47 y Carabobo Edif. Calle-Páez Piso 4to Of. 404
Telef. 032 942 287 Email: fundecom12@yahoo.com
RIOBAMBA*



AMERICAN SHOWS S.A.

- ✓ Análisis de la modalidad de contratación.
- ✓ Elaborar la plantilla de personal.
- ✓ Calcular el presupuesto de recursos humanos
- ✓ Identificación de talentos locales, nacionales e internacionales que tienen posibilidad de ser promocionados.

4. De la Situación Financiera

Referente a la situación financiera no hubo actividad que genere utilidades ya que por tratarse de una empresa de promoción artística requiere de un estudio minucioso para invertir grandes sumas de dinero en el evento razón por la que se ha sometido a pruebas de mercado.

5. Recomendaciones respecto a políticas y estrategias a implementarse:

- ✓ En la primera fase de operación se recomienda en la Zona Central del país difundir la cultura de los pueblos a través de la producción y venta de la música nacional y como una estrategia de introducción de la empresa en el mercado.
- ✓ Investigar fechas de celebración de festividades de las diferentes localidades y programar espectáculos en base a una investigación de mercado.
- ✓ Organización de eventos culturales con el auspicio de Instituciones que guardan estrecha relación con la actividad.
- ✓ Hacer acercamientos con Institutos de música y danza de la ciudad de Riobamba, Guayaquil, Quito y Cuenca y en la segunda fase de operación a través de agregados culturales hacer acercamiento a otros países de la región.
- ✓ En base a lo anterior identificar a los posibles artistas, cotizar sus precios y calcular costos para evaluar su viabilidad técnica y económica.

Atentamente,

Ing. MBA Nilma Silva R.
GERENTE

