



OPERADORA MAQUITA CUSHUNCHIC
INFORME DE LA GERENCIA
AÑO 2016

OPERADORA MAQUITA CUSHUNCHIC CIA. LTDA
INFORME DE LA GERENCIA - AÑO 2016
A LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS

Señores Socios:

De conformidad con lo dispuesto en las cláusulas pertinentes de los Estatutos Sociales de la Compañía, disposiciones emitidas en la ley de compañías y en mi calidad de Gerente y Representante Legal de la compañía, cumples poner en su conocimiento el informe correspondiente al año 2016 de las actividades administrativas financieras realizadas por la compañía Operadora Maquita Chushunchic Cía. Ltda.

1. ANALISIS DEL ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

1.1. Activos

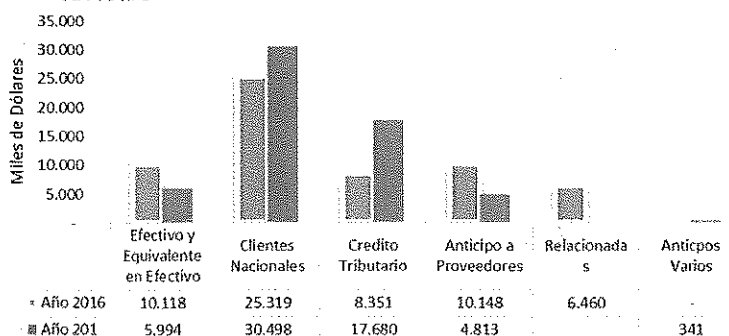
A continuación, presentaremos en un resumen todas las partidas que comprenden los Activos Corrientes y los no Corrientes:

1.1.1. *Activos Corrientes*

Grupo de Cuenta Contable	Año 2016	Año 2015
Efectivo y Equivalente en Efectivo	10.118	5.994
Cientes Nacionales	25.583	30.498
Crédito Tributario	8.351	17.680
Anticipo a Proveedores	10.148	4.813
Relacionadas	6.460	
Anticipos Varios		341
Total Activos Corrientes	60.395	59.326



Analisis de Activos Corrientes 2016-2015



1.1.2. Activo No Corriente

En la Propiedad Planta y Equipo, debemos mencionar que se realizó el levantamiento y se revaluó de los bienes muebles y equipos de computación de la empresa.

Las Inversiones en Empresas Asociadas, se detallan a continuación:

• Agroindustrias Cía. Ltda.	4.000.00
• Makitaagro Cía. Ltda.	2.500.00
• Redesmaki Cía. Ltda.	2.000.00

Grupo de Cuenta Contable	Año 2016	Año 2015
Propiedad Planta y Equipo	25.211	26.288
Inversiones en Asociadas	8.500	8.500
Total Activos No Corrientes	33.711	34.788

Analisis de Activos No Corrientes 2016-2015

■ Año 2015 ■ Año 2016



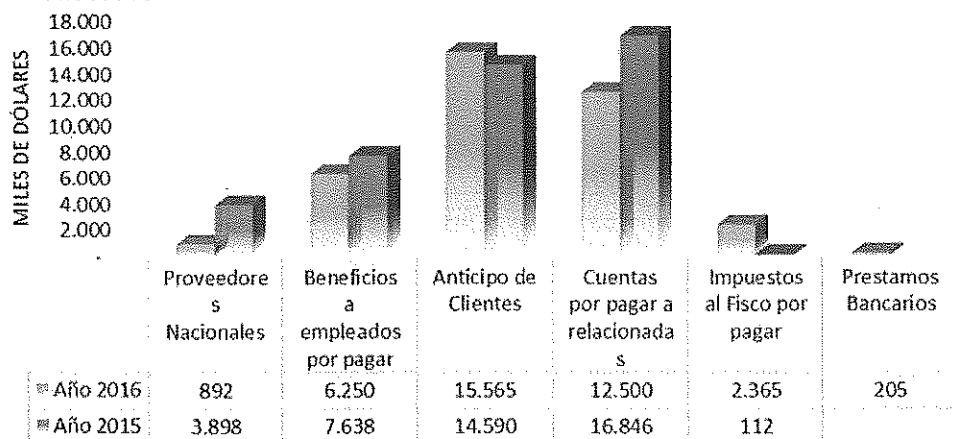
1.2. Pasivos

En el resumen de Pasivos que se presenta, entre las variaciones más importantes podemos mencionar la disminución en la cuenta Proveedores y el crecimiento de los impuestos al Fisco.

El rubro referente a cuentas por pagar empleados, responde a sueldos que quedaron pendientes de diciembre del 2016, los mismos que fueron cancelados en enero del presente año, adicional al mismo se mantienen las provisiones por beneficios laborales exigidos por ley (Décimo Tercero, Décimo Cuarto, Vacaciones) y el valor por concepto de Aportes al Seguro Social.

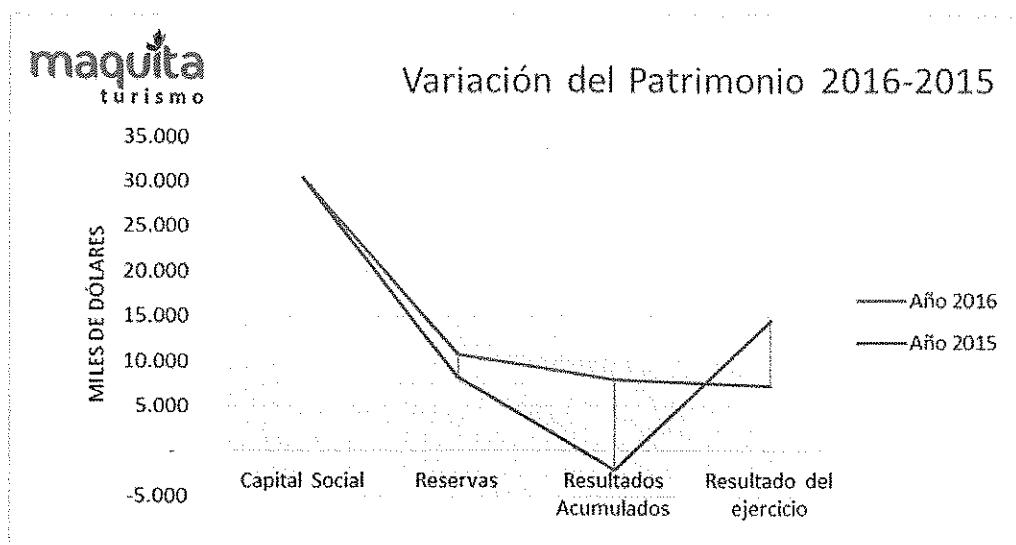
Grupo de Cuenta Contable	Año 2016	Año 2015
Proveedores Nacionales	892	3.898
Beneficios a empleados por pagar	6.250	7.638
Anticipo de Clientes	15.565	14.590
Cuentas por pagar a relacionadas	12.500	16.846
Impuestos al Fisco por pagar	2.365	112
Préstamos Bancarios	205	
Total Pasivos	37.778	43.083

ANALISIS DEL PASIVO 2016-2015



1.3. Patrimonio

Grupo de Cuenta Contable	Año 2016	Año 2015
Capital Social	30.400	30.400
Reservas	10.776	8.174
Resultados Acumulados	7.876 -	2.088
Resultado del ejercicio	7.276	14.545
Total Patrimonio	56.328	51.031



2. ANALISIS DEL ESTADO DE RESULTADOS

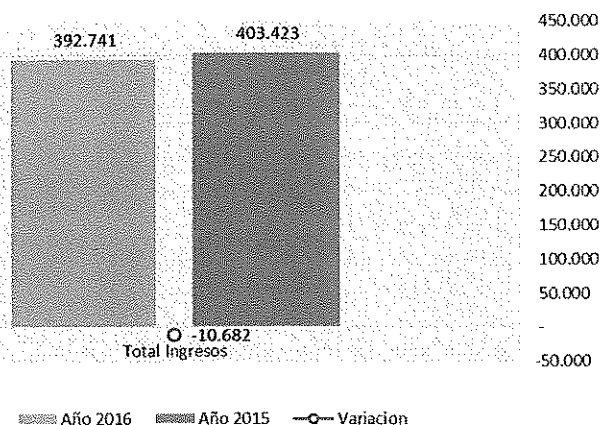
2.1. Ingresos

Durante el ejercicio económico del año 2016 la compañía ha generado ingresos que corresponden a la actividad turística: paquetes turísticos nacionales y venta de tickets aéreos nacionales e internacionales.

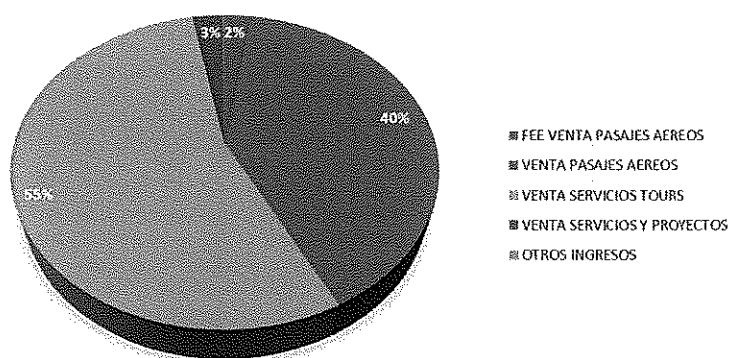
Grupo de Cuenta Contable	Año 2016	Año 2015
Ingresos Operacionales	391,330	400,312
Otros Ingresos	1,361	3,112
Total Ingresos	392,741	403,423

Distribución del Ingreso	
Cuenta de Ingreso	Valor
Fee Venta Pasajes Aéreos	9,056
Venta Pasajes Aéreos	157,973
Venta Servicios Tours	214,347
Venta Servicios Y Proyectos	10,999
Otros Ingresos	365
Total Ingresos	392,741

Variación del Ingreso 2016 -2015



Distribución del Ingreso 2016



2.2. Gastos Y Costos Operacionales

A continuación, presentaremos un detalle de los Costos y Gastos generados por la operación de la Empresa, además podremos visualizar un desglose y comparativos de dichas partidas del 2016 y 2015.

2.2.1. Costo de ventas del Periodo

3.

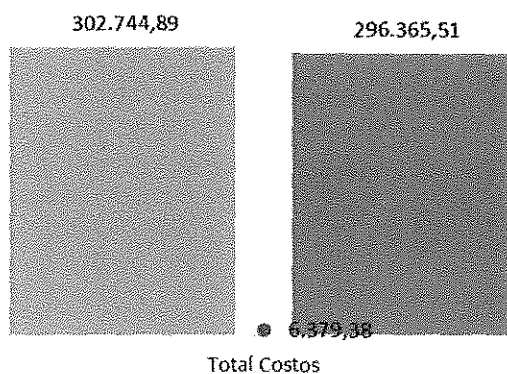
Costos de Ventas		
Grupo de Cuenta Contable	Año 2016	Año 2015
Costos de Ventas	302.741	296.366
Total Costo de Ventas	302.744	296.366

Distribución del Costo	
Cuenta de Ingreso	Valor
Costo De Venta Tickets Aéreos	158.223
Costo De Venta Servicios Turísticos	144.522
Total costo de Ventas	302.744



Variación del Costo 2016 - 2015

■ Año 2016 ■ Año 2015 — Variación

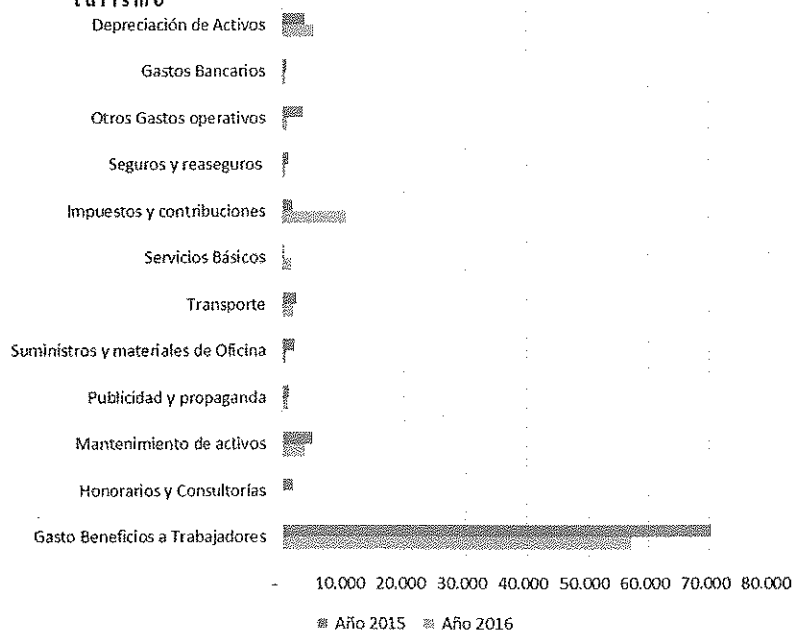


3.1.1. Gastos generados en el Periodo

Gastos Generados del Periodo		
Grupo de Cuenta Contable	Año 2016	Año 2015
Gasto Beneficios a Trabajadores	57.014	70.249
Honorarios y Consultorías	-	1.690
Mantenimiento de activos	3.707	4.896
Publicidad y propaganda	843	995
Suministros y materiales de Oficina	463	1.860
Transporte	1.788	2.327
Servicios Básicos	1.542	172
Impuestos y contribuciones	10.442	1.574
Seguros y reaseguros	556	1.063
Otros Gastos operativos	878	3.359
Gastos Bancarios	493	668
Gastos por Cuentas Incobrables	-	-
Depreciación de Activos	5.176	3.659
Total Gastos	82.901	92.513

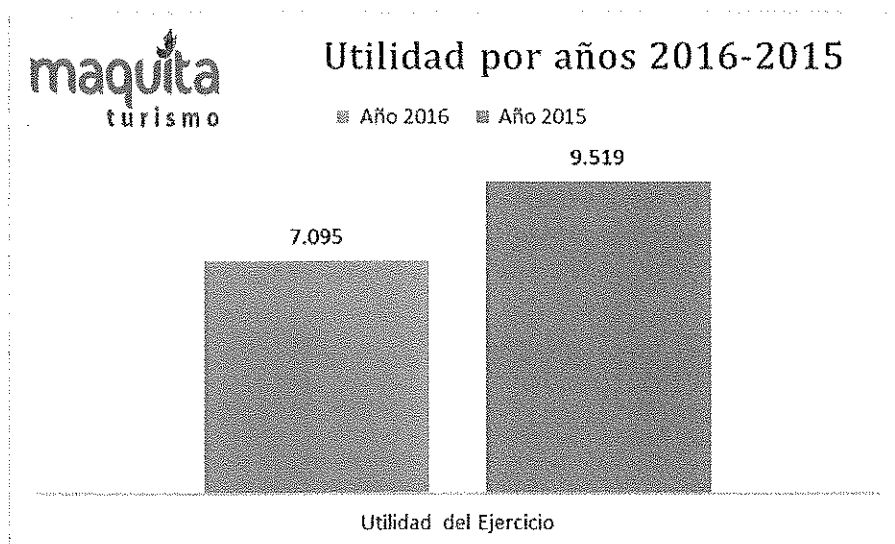


Variación de Gastos 2016 -2015



4. RENTABILIDAD DE LA EMPRESA

Rendimiento Empresarial		
Grupo de Cuenta Contable	Año 2016	Año 2015
Utilidad del Ejercicio	7.095	9.519



5. ANALISIS FINANCIEROS

5.1. Capital De Trabajo

El capital de trabajo en este período es de USD \$ 35.117 Este valor positivo indica que la compañía presenta un capital de operación razonable para cubrir sus gastos corrientes.

Capital de Trabajo		
Capital De Trabajo =	Activo Corriente	- Pasivo Corriente
Capital De Trabajo =	60.395	- 25.278
Capital De Trabajo =	\$ 35.117	

5.2. Índice De Liquidez

La liquidez de la compañía en el año 2016 es de 2.29 lo que significa que por cada USD \$ 1.00 que debe la compañía tiene USD \$ 2.29 para pagar.

Índice de Liquidez			
Liquidez =	Activo Corriente	60.395	\$ 2.39
	Pasivo Corriente	25.278	

6. SITUACION LEGAL, LABORAL Y ADMINISTRATIVA

Nuestras obligaciones con el SRI, IESS, Ministerio de Trabajo y otros organismos de control, se han cumplido oportunamente, al cierre del ejercicio.

7. SITUACION LEGAL, LABORAL Y ADMINISTRATIVA

Nuestras obligaciones con el SRI, IESS, Ministerio de Trabajo y otros organismos de control, se han cumplido oportunamente, al cierre del ejercicio.

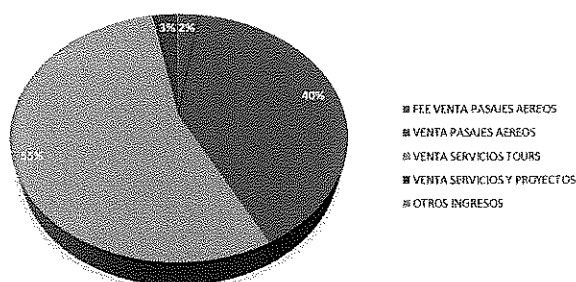
8. ANALISIS E INFORME COMERCIAL

8.1.1. Ventas por productos y servicios

En el siguiente cuadro se puede apreciar, las ventas por productos y servicios turísticos, el 40% de los ingresos corresponden a la venta de boletos aéreos, cuyo margen de contribución es del 1%. El 55% corresponde a la venta de servicios tours, a través de canales directos e indirectos de los mercados nacional e internacional, el 3% corresponde a la venta de servicios y proyectos y el restante 2% a otros servicios. Se puede apreciar entonces que se ha incrementado la venta de servicios tours que es la principal actividad comercial de la operadora.

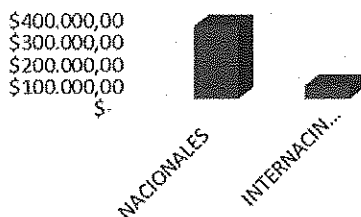
maquita
turismo

Distribución del Ingreso 2016



Así mismo, se ha hecho una importante presencia en el mercado nacional, esto con la finalidad de incrementar las ventas de servicios finales de los centros de turismo comunitario, en este caso la mayor parte de clientes son operadores turísticos presentes en Ecuador.

MERCADOS

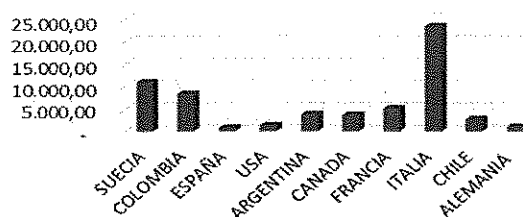


8.1.2. Turismo Receptivo

En el año 2016, se ha conservado las cuentas internacionales, de Italia (Viaggi di sogno, Perú Responsable), este año además se realizaron importantes ventas a los mercados de Suecia, Canadá y se estableció acuerdos comerciales con una empresa de origen Austriaco para generar ventas en el año 2017.

Así mismo se operó pasajeros directos provenientes de los siguientes países: Estados Unidos, Francia, Holanda, Colombia, Argentina, Chile, Alemania.

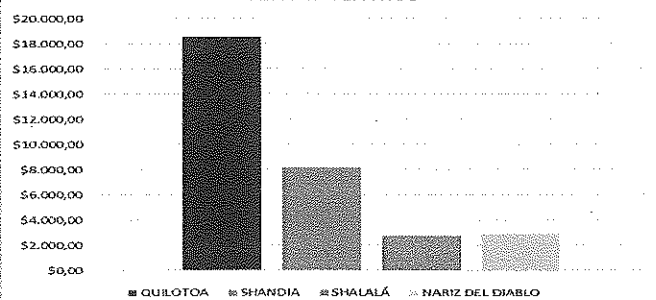
VENTAS AL EXTERIOR POR PAÍS DE ORIGEN



8.1.3. Ventas centros turísticos

En el año 2016, se impulsó mucho el tema promocional de los Centros Turísticos, a través de reuniones de negocios con operadores nacionales, las ventas realizadas a centros comunitarios ascienden a 32.348, si hacemos una relación con las ventas totales realizadas por tours, tenemos que el 15% corresponden a dichos centros.

VENTAS CENTROS



8.1.4. Incremento de productos turísticos

El incremento de productos turísticos para el año 2016 subió de una forma considerable, pues el mercado exigía más y mejores productos, especialmente las agencias locales, por esta razón, se programaron un total de 25 paquetes en relación a 19 que existían en el 2015, muchos de estos son una combinación de destinos, incluyendo los sitios donde se encuentran emplazados los centros comunitarios. Además, se mejoró los procesos de cotizaciones, reduciendo el tiempo de las mismas y por lo tanto mejoro la capacidad de dar respuesta a los clientes.

8.1.5. Promoción y comercialización

En el año 2016 se participó en eventos claves para la promoción y comercialización, tanto de mercados nacionales como internacionales, esto permitió afianzar acuerdos comerciales y apertura de mercados. A continuación, se presenta una tala de las ferias y eventos realizados en el año 2016.

Pais	Actividad	Resultado
Ecuador	Macrorueda de negocios PROECUADOR	Acuerdos comerciales con empresa de Europa y Sudamérica.
Ecuador	Feria Internacional de Turismo de Ecuador FITE	Ventas de productos y servicios comunitarios, especialmente de los ubicados en el circuito Quilotoa.
Ecuador	Feria de Turismo y Works shop Viaja primero Ecuador MINTUR	Venta de paquetes y servicios a empresas nacionales y clientes directos.
Colombia	Encuentro empresarial de Turismo Rural	Acuerdos comerciales con empresarios de Colombia, especialmente de turismo rural.

Así mismo se organizaron fam trips, con empresas nacionales a los centros de turismo comunitario, con la finalidad de dar a conocer directamente su calidad y operatividad, se realizó una fam trip al circuito Quilotoa-Chugchilán, Quilotoa - Nariz del diablo, Shadia lodge y circuito del cacao.

El reto es mantener y fidelizar los clientes y seguir explorando nuevos mercados.

9. CONSIDERACIONES FINALES

Al finalizar este informe expreso mi agradecimiento a los señores socios de la compañía por la confianza depositada en mi gestión administrativa de este periodo. Aspiramos para el año 2017 superar las expectativas de acuerdo al nuevo presupuesto formulado.

Quito DM, 15 de abril del 2017

Atentamente,



William Villanueva H.

GERENTE GENERAL