



OPERADORA MAQUITA CUSHUNCHIC
INFORME DE LA GERENCIA
AÑO 2017



OPERADORA MAQUITA CUSHUNCHIC CIA. LTDA
INFORME DE LA GERENCIA - AÑO 2017
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, cumplo poner en su conocimiento el Informe correspondiente al año 2017 de las actividades administrativas financieras realizadas por la compañía Operadora Maquita Chushunchic Cía. Ltda.

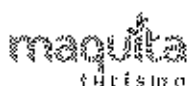
1. ANALISIS DEL ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

1.1. Activos

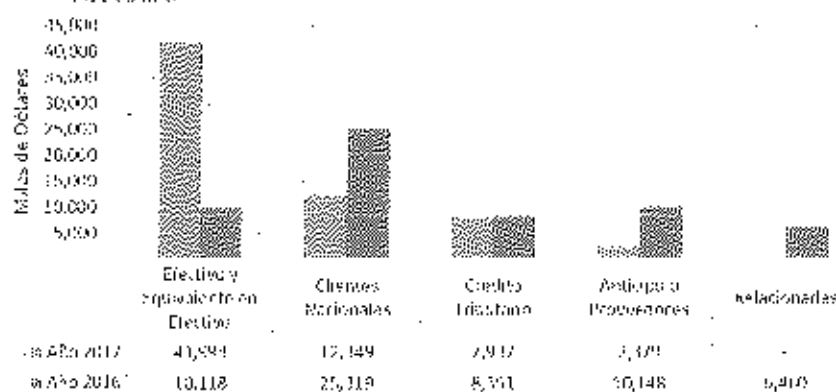
A continuación presentaremos en un resumen todas las partidas que comprenden los Activos Corrientes y los no Corrientes:

1.1.1. Activos Corrientes

Grupo de Estado Corrientes	Año 2017	Año 2016
Efectivo y Equivalente en Efectivo	41,993	10,118
Cilentes Nacionales	12,349	25,319
Crédito Tributario	7,937	8,351
Anticipo a Proveedores	2,379	10,148
Relacionadas	-	6,480
Anticipos Varios	-	-
Total Activos Corrientes	64,658	60,105



Análisis de Activos Corrientes 2017-2016



UNICO
 APOYADA MASTER
 ASOCIACIÓN DE ASESORES
 TEL: 02 260245736

02 260245736
 02 260245736



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
- Redesmaki Cía. Ltda. 2.000.00

Estado de Balance General	Año 2017	Año 2016
Propiedad Planta y Equipo	23,780	25,211
Inversiones a Largo Plazo	6,000	8,500
Total Activos No Corrientes	29,780	33,711

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 2017, 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.

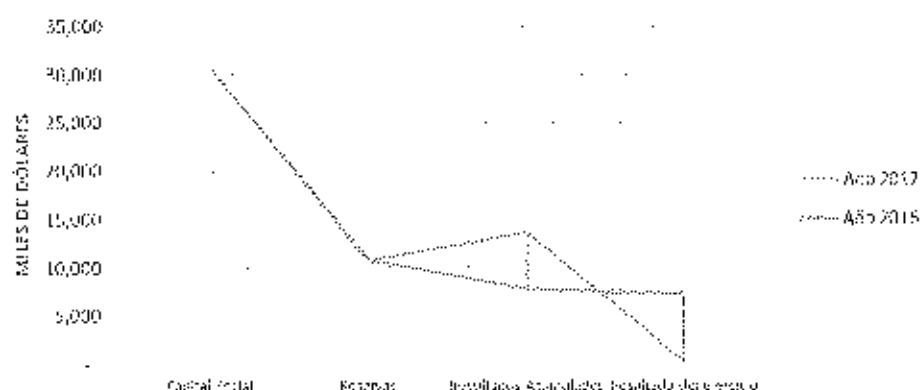
Estado de Balance General	Año 2017	Año 2016
Proveedores Nacionales	1,575	892
Beneficios a empleados por pagar	5,890	6,250
Anticipo de Clientes	17,675	15,565
Cuentas por pagar a relacionadas	14,224	12,500
Impuestos al Fisco por pagar	12	2,365
Préstamos Bancarios	-	205
Total Pasivos	39,376	37,777



1.3. Patrimonio

Cuenta de Cuenta Contable	Año 2017	Año 2016
Capital Social	30,400	30,400
Reservas	10,776	10,776
Resultados Acumulados	13,656	7,876
Resultado del ejercicio	230	7,276
Total Patrimonio	55,062	59,328

Variación del Patrimonio 2017-2016



2. ANALISIS DEL ESTADO DE RESULTADOS

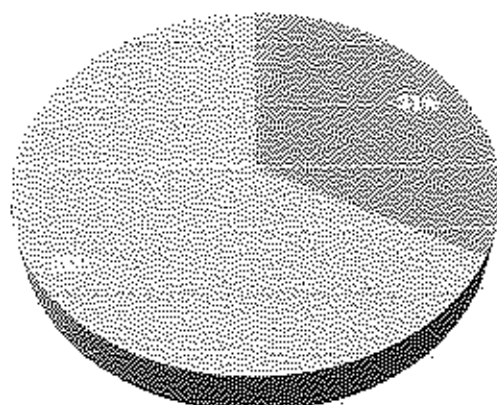
2.1. Ingresos

Durante el ejercicio económico del año 2017 la compañía ha generado Ingresos que corresponden a la actividad turística: paquetes turísticos nacionales y venta de tickets aéreos nacionales e internacionales.

Cuenta de Cuenta Contable	Año 2017	Año 2016
Ingresos Operacionales	256,699	391,330
Otros Ingresos	57	1,361
Total Ingresos	256,756	392,691

Distribución del Ingreso		
Cuenta de Ingreso	Año 2017	Año 2016
Fee Venta Pasajes Aéreos	5,113	9,056
Venta Pasajes Aéreos	79,191	157,973
Venta Servicios Tours	166,975	214,347
Venta Servicios Y Proyectos	5,420	10,999
Otros Ingresos	-	365
Total Ingresos	256,699	392,741

Distribución del Ingreso 2017



- Fee Venta Pasajes Aéreos
- Venta Pasajes Aéreos
- Venta Servicios Tours
- Venta Servicios Y Proyectos
- Otros Ingresos

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 2017 y 2016

2.2.1. Costo de ventas del Periodo

Distribución del Costo		
Cuenta de Ingreso	Año 2017	Año 2016
Costo De Venta Tickets Aéreos	79,307	158,223
Costo De Venta Servicios Turísticos	98,945	144,522
Total Costos de Ventas	178,252	302,744



2.2.2. Gastos generados en el Periodo

Gastos Generados del Periodo		
	Año 2016	Año 2017
Gasto Beneficios a Trabajadores	49,955	57,014
Honorarios y Consultorías	959	-
Mantenimiento de activos	1,250	3,707
Publicidad y propaganda	809	843
Suministros y materiales de Oficina	64	463
Transporte	1,295	1,788
Servicios Básicos	2,126	1,542
Impuestos y contribuciones	7,378	10,442
Seguros y reaseguros	762	556
Otros Gastos operativos	161	878
Gastos Bancarios	582	493
Depreciación de Activos	3,451	5,176
Deterioro en Inversiones	6,183	-
Arrendamiento de locales	3,300	-
Total Gastos	78,276	82,802

3. RENTABILIDAD DE LA EMPRESA

Rendimiento Empresarial		
Indicador de Rentabilidad	Año 2016	Año 2017
Utilidad del Ejercicio	230	7095

4. ANALISIS FINANCIEROS

4.1. Capital De Trabajo

El capital de trabajo en este periodo es de USD \$ 25.283 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 =	64,578	- 39,295
Capital De Trabajo =	\$ 25.283	

4.2. Índice De Liquidez

La liquidez de la compañía en el año 2017 es de 2.29 lo que significa que por cada USD \$ 1.00 que debe la compañía tiene USD \$ 2.00 para pagar.

Índice de Liquidez			
Liquidez =	Activo Corriente	641.150	\$ 2.00
	Pasivo Corriente	280.000	

5. SITUACION LEGAL, LABORAL Y ADMINISTRATIVA

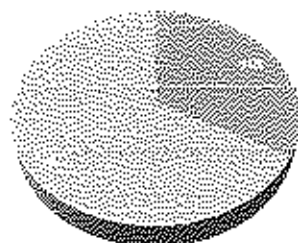
Nuestras obligaciones con el SRI, IESS, Ministerio de Trabajo y otros organismos de control, se han cumplido oportunamente, al cierre del ejercicio.

6. ANALISIS E INFORME COMERCIAL

6.1.1. Ventas por productos y servicios

En el siguiente cuadro se puede apreciar, las ventas por productos y servicios turísticos, el 65% de los ingresos corresponden a la venta de servicios tours, actividad propia de la empresa y el restante 35% corresponde a otros ingresos, entre estos: boletos aéreos, fee de emisión, venta de servicios etc.

Distribución del Ingreso 2017



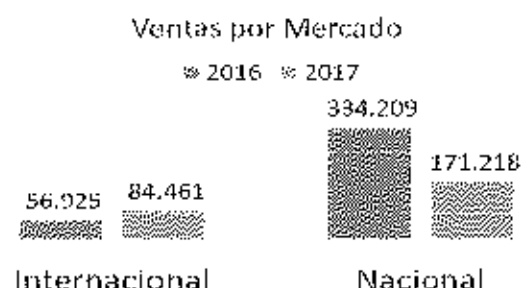
Servicios Tours 65%

Otros Ingresos 35%



6.1.2. Principales mercados

En el año 2017, se incrementó las ventas en turismo receptivo, esto con la finalidad de mejorar los márgenes para empresa, pues este segmento de mercado es el más rentable, se trata entonces de hacer negocios más eficientes, sin descuidar el mercado nacional que contribuye mucho a la sostenibilidad de los emprendimientos comunitarios de la red maquita.



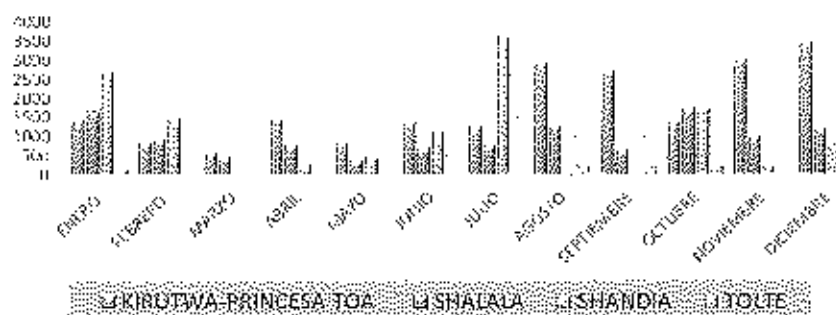
6.1.3. Segmento receptivo: Países emisores

Esta año se evidenció, el resultado del trabajo ejecutado en años anteriores en temas de mercado y promoción en mercados emisores, trayendo consigo nuevos clientes de nuevos países e incrementado las ventas en clientes ya existentes, es así que este año aparecen en la palestra países como Argentina, Austria, Holanda, Estados Unidos, se incrementan las ventas en Canadá y Colombia, por el contrario, decaen las ventas en las cuentas de Italia y Suecia.



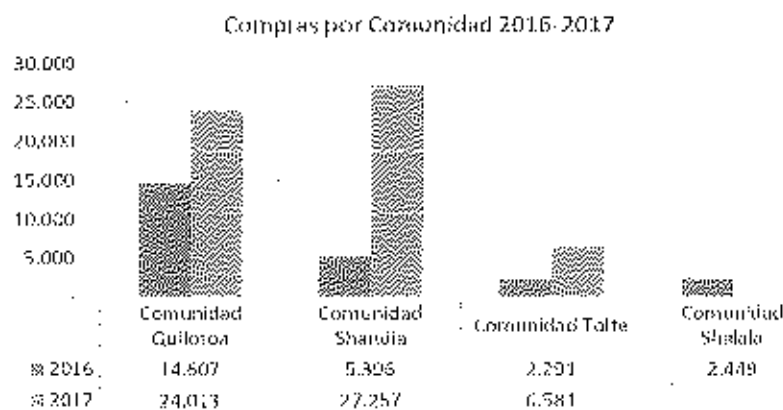
6.1.4. Ventas centros turísticos

En el año 2017, 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 46410,69, si hacemos una relación con las ventas totales realizadas por tours, tenemos que el 23% corresponden a dichos centros.



6.1.5. Ventas de centros Turísticos comunitarios

En cuanto a la contribución a la sostenibilidad de los emprendimientos comunitarios, en el año 2017 se incrementó las ventas de los centros comunitarios en un 48%, pasando de un monto de USD 24740,00 a USD 5785,00.



6.1.6. Promoción y comercialización

El año 2017, se participó en eventos de promoción, a nivel nacional e internacional, teniendo resultados positivos, se participó en la FIT 2017, evento realizado en Buenos Aires, se participó en eventos relacionados en Bogotá Colombia, donde se obtuvo importantes contactos comerciales, nivel



nacional de participó en la Macrorueda de negocios organizada por PROECUADOR, los workshops organizados por el gremio: Feriatur, vendamos Ecuador 2017, Viaja primero Ecuador MINTUR, etc.

Así mismo se organizaron muchos Fam trips, con la finalidad de dar a conocer los distintos productos y servicios que la empresa oferta, esto dirigido especialmente a empresas tour operadores ubicados en la ciudad de Quito y otras ciudades importantes del país.

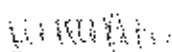
Además, como parte de la estrategia de posicionamiento de la empresa a nivel nacional e internacional se mantuvo la campaña social media, en las distintas redes sociales creadas para cada uno de los emprendimientos y de la empresa, esto contribuyó de manera significativa al incremento de las ventas, especialmente en los centros Turísticos.

7. 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 2018 superar las expectativas de acuerdo al nuevo presupuesto formulado.

Quito DM, 08 de abril del 2018

Atentamente,


GERENCIA,

