



OPERADORA MAQUITA CUSHUNCHIC
INFORME DE LA GERENCIA
AÑO 2018



OPERADORA MAQUITA CUSHUNCHIC CIA. LTDA
INFORME DE LA GERENCIA - AÑO 2018
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, pongo en su conocimiento el informe correspondiente al año 2018 de las actividades administrativas financieras realizadas por la compañía Operadora Maquita Chushunchic Cia. Ltda.

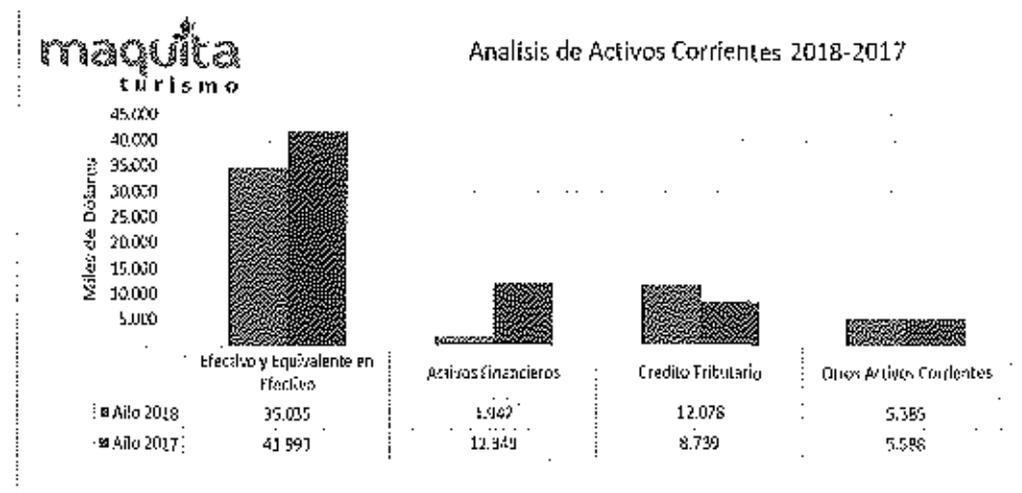
1. ANALISIS DEL ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

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 2018	Año 2017
Efectivo y Equivalente en Efectivo	35.035	41.993
Activos Financieros	1.942	12.349
Crédito Tributario	12.078	8.739
Otros Activos Corrientes	5.385	5.588
Total Activos Corrientes	54.439	64.658





1.1.2. Activo No Corriente

En la Propiedad Planta y Equipo, debemos mencionar que se mantiene el último avalúo de bienes realizado en el 2017.

Las Inversiones en Empresas Asociadas, se detallan a continuación:

- Agroindustrias Cia. Ltda. 4.000.00
- Redesmaki Cia. Ltda. 2.000.00

Grupo de Cuenta Contable	Año 2017	Año 2017
Propiedad Planta y Equipo	19,710	23,780
Inversiones a Largo Plazo	6,000	6,000
Total Activos No Corrientes	25,710	29,780

1.2. Pasivos

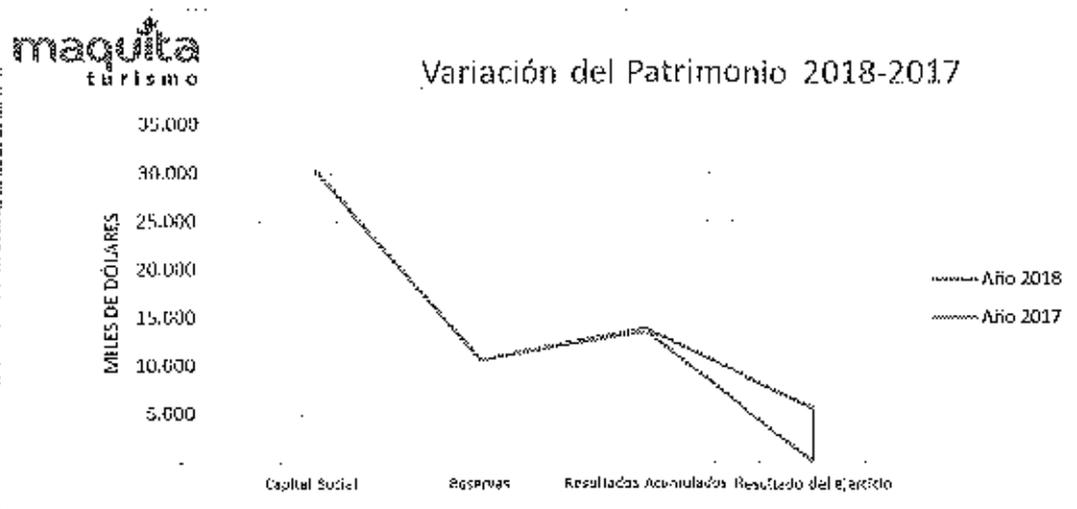
En el resumen de Pasivos que se presenta, entre las variaciones más importantes podemos mencionar la disminución en la cuenta Proveedores y el crecimiento de los impuestos al Fisco.

El rubro referente a cuentas por pagar empleados, responde a sueldos y finiquitos pendientes de pago a diciembre del 2018, 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 2018	Año 2017
Proveedores Nacionales	225	1.575
Beneficios a empleados por pagar	13.590	5.890
Anticipo de Clientes	5.659	17.675
Cuentas por pagar a relacionadas	50	14.224
Impuestos al Fisco por pagar	195	12
Total Pasivos	19.719	39.375

1.3. Patrimonio

Grupo de Cuenta Contable	Año 2018	Año 2017
Capital Social	30,400	30,400
Reservas	10,776	10,776
Resultados Acumulados	13,886	13,656
Resultado del ejercicio	5,744	230
Total Patrimonio	60,806	55,062



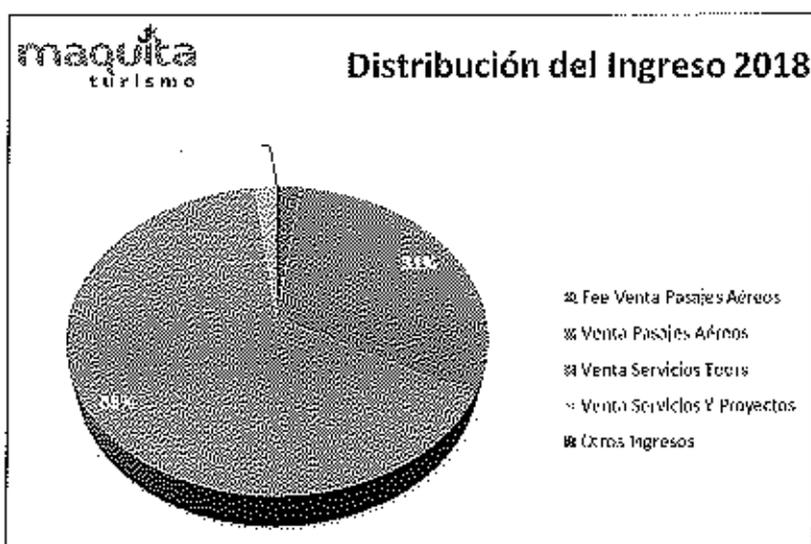
2. ANALISIS DEL ESTADO DE RESULTADOS

2.1. Ingresos

Durante el ejercicio económico del año 2018 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 2018	Año 2017
Ingresos Operacionales	305.207	256,699
Otros Ingresos	1.217	57
Total Ingresos	306.424	256.756

Distribución del Ingreso		
Cuenta de Ingreso	Año 2018	Año 2017
Fee Venta Pasajes Aéreos	6,410	5,113
Venta Pasajes Aéreos	38,717	79,191
Venta Servicios Tours	260,076	166,975
Venta Servicios Y Proyectos		5,420
Otros Ingresos	1,221	-
Total Ingresos	306,424	256,699



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 2018 y 2017

2.2.1. Costo de ventas del Periodo

Distribución del Costo		
Cuenta de Ingreso	Año 2018	Año 2017
Costo De Venta Tickets Aéreos	42,479	79,307
Costo De Venta Servicios Turísticos	156,631	98,945
Total costo de Ventas	199,110	302,744

2.2.2. Gastos generados en el Periodo

Gastos Generados del Periodo		
	Año 2018	Año 2017
Gasto Beneficios a Trabajadores	59.931	49.955
Honorarios y Consultorias	285	959
Mantenimiento de activos	1.858	1.250
Publicidad y propaganda	3.287	809
Suministros y materiales de Oficina	306	152
Transporte	844	1.295
Servicios Básicos	2.677	2.126
Impuestos y contribuciones	11.122	7.378
Seguros y reaseguros	671	762
Otros Gastos operativos	2.298	-
Gastos Bancarios	698	1.250
Depreciación de Activos	3.524	3.451
Deterioro en inversiones		6.200
Arrendamiento de locales	14.277	3.300
Total Gastos	101.779	78.687

3. RENTABILIDAD DE LA EMPRESA

Rendimiento Empresarial		
Grupo de Cuenta Contable	Año 2018	Año 2017
Utilidad del Ejercicio	6,744	230

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 =	54.439	19.719
Capital De Trabajo =	\$ 34,720	

4.2. Índice De Liquidez

La liquidez de la compañía en el año 2018 es de 2.76 lo que significa que por cada USD \$ 1.00 que debe la compañía tiene USD \$ 2.76 para pagar.

Índice de Liquidez		
Liquidez =	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	\$ 2.76
	54.439	
	19.719	

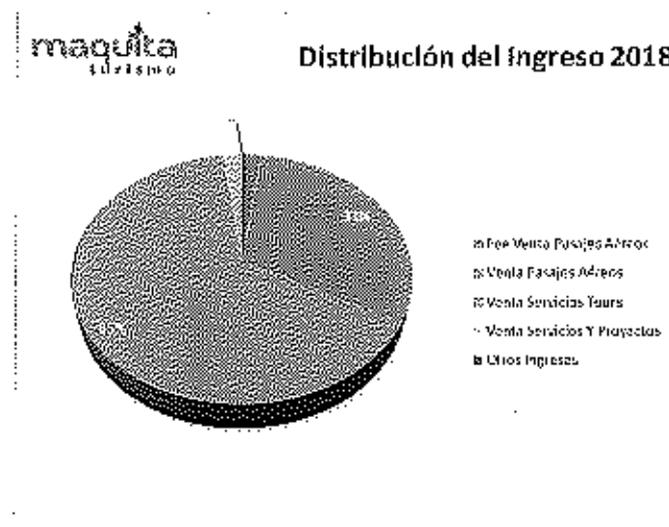
5. SITUACION LEGAL, LABORAL Y ADMINISTRATIVA

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

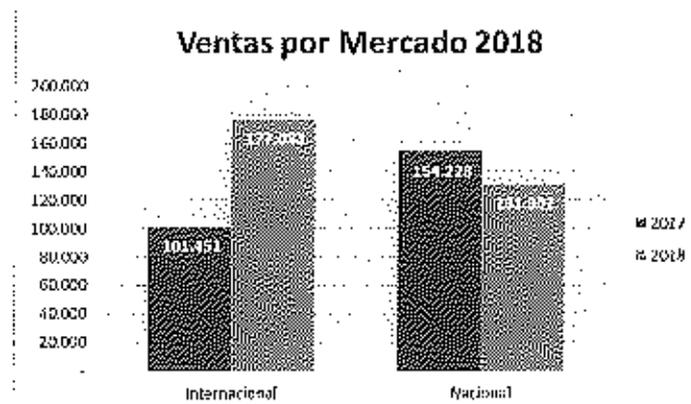
6.1.1. Ventas por productos y servicios

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.



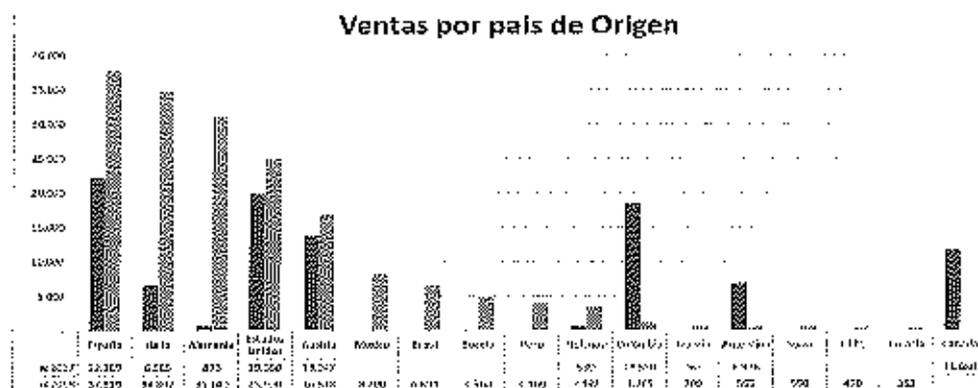
6.1.2. Principales mercados

En el año 2018, 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.



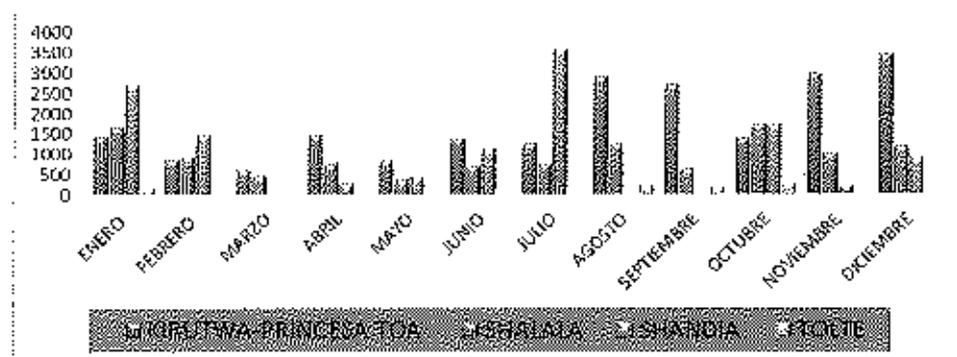
6.1.3. Segmento receptivo: Países emisores

Este 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.



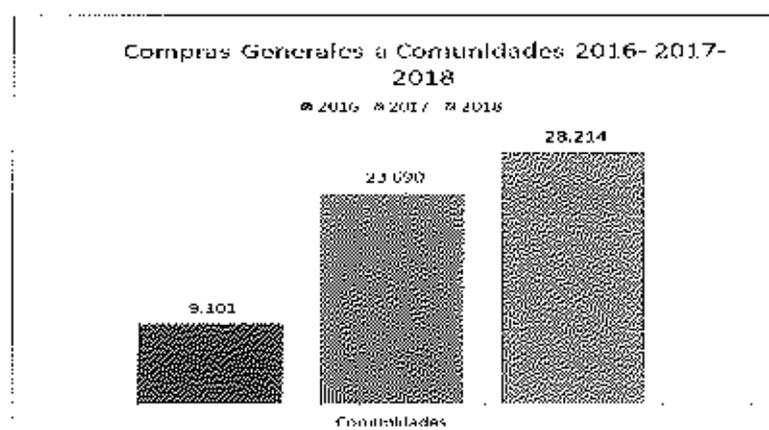
6.1.4. Ventas centros turisticos

En el año 2018, 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 67825,79 si hacemos una relación con las ventas totales realizadas por tours, tenemos que el 22% 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 15%, pasando de un monto de USD 57850,00 a USD 67825,90



6.1.6. Promoción y comercialización

El año 2018, Maquita Turismo, invirtió capital en la promoción y difusión de sus productos y servicios, tanto a nivel nacional como a nivel internacional, teniendo resultados positivos, participamos en la FITUR 2018, evento realizado en Madrid España, se realizó también una gira comercial por países europeos considerados emisores de turistas al Ecuador, tales como: Italia, Francia, Bélgica y Alemania. También participamos en la WTM (World Travel Market) 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 2018, Viaja primero Ecuador MINTUR, etc.

Para la difusión de los servicios turísticos de la red de turismo Maquita en Ecuador, se organizaron programas de visitas con clientes, esto se denomina, viajes de familiarización (Fam trips), dirigido especialmente a empresas tour operadores ubicados en la ciudad de Quito y otras ciudades importantes del país como Cuenca y Guayaquil.

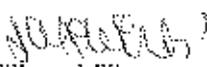
Además, como parte de la estrategia de posicionamiento de la empresa a nivel nacional e internacional se continuó la campaña social media, en las distintas redes sociales creadas para cada uno de los emprendimientos y de la empresa, esto contribuyó de manera significativa al incremento de las ventas,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

7. CONSIDERACIONES FINALES

Como contexto de todo lo ante señalado, la actual gerencia seguirá trabajando de la mano de todos los colaboradores, agradezco por un año más de confianza en mi gestión y auguro un 2019, de más éxitos y crecimiento empresarial.

Quito DM, 05 de abril del 2019

Atentamente,



William Villanueva
GERENTE GENERAL



maquita
TURISMO