INFORME ANUAL DE GERENTE GENERAL

Atacames, 25 de abril del 2019

Señores Socios
Figueroa Medina Cía. Ltda
Presente.-

En cumplimiento de los Estatutos y en virtud de la Resolución emitida en la Asamblea General Ordinaria Anual correspondiente al año 2015, mediante la cual fui elegido como Gerente de la sociedad, pongo a su conocimiento las principales actividades que se han realizado en el ejercicio fiscal 2018

1. Tendencia de turismo del 2019

Los negocios deben ganar competitividad al predecir el comportamiento no sólo de consumidores, sino también de cómo las demás firmas del sector innovan y hacen negocios. En este sentido, el análisis de tendencias ayuda a identificar la dirección a la que van el comportamiento de oferta y demanda, generando información que puede ser aprovechada para innovar y abrir nuevas oportunidades de negocios, beneficiando también al consumidor al entregarle mejores servicios y experiencias como usuario.

El incremento del Turismo a nivel mundial y nacional debe de ir acompañado de los cambios tecnólogos así generar a los clientes experiencias únicas, por lo tanto las empresas del sector turístico de implementar herramientas tecnologícas que nos permitan la interacción con los clientes.

1.1 Definición de los potenciales segmentos de mercado

Los segmentos de mercado objetivo principales para el 2019 se dividen en cuatro.
El primero es el mercado ***de familias modernas***, donde las familias uni-parentales cada vez son más comunes. Los negocios han desarrollado servicios direccionados a este tipo de familias, ofreciéndoles paquetes que se ajusten a las necesidades de padres que viajan solos junto a sus hijos.
El segundo segmento se refiere ***a Bleissure (Business+pleassure)***, en donde cerca de un 60% de los viajeros con motivo de negocio realizan actividades de ocio en el destino visitado. El tercero es el de **los turistas que viajan solos,** cuyo segmento de turistas mujeres sigue una tendencia creciente.
El último ***segmento es el de recién casado,*** quienes buscan destinos para realizar su ceremonia o luna de miel. En este sentido, Harmony Walton, fundadora de The Bridal Bar, identifica que el mercado ha evolucionado en los últimos 5 años hacia

destinos de aventura. Prevé también que los turistas recién casados se dirigirán a destinos de América del Sur durante el 2019.

1.2 Turismo en Ecuador

Durante el año 2018, el Ministerio de Turismo de Ecuador (MINTUR) llevó a cabo varias estrategias y proyectos direccionados a la innovación en turismo, los cuales fueron previamente identificados como tendencias a nivel global. Además de otros proyectos generados promovidos por el MINTUR, como la implementación de una promoción inteligente, generó un crecimiento de llegadas de turismo internacionales en varios mercados emisores, entre los cuales se destacan

2. Cumplimiento de los objetivos

Nuestro objetivo de incrementar las ventas en relación al periodo anterior se cumplió, a pesar de las amenazas externas que nos ocasionó un decremento en las ventas en los meses de abril a junio y la toma oportuna de medidas la ocupación incremento en los meses subsiguientes.

Al conocer que nuestro mercado principal proviene de las provincias de Pichincha, Imbabura, Tungurahua Cotopaxi se ha implementado promociones a través de pagina web, redes sociales y mailing (correo electrónicos), las cuales han tenido aceptación.

Se han realizado adecuaciones en los salones y demás instalaciones para mayor confort de nuestros clientes.

3. Cumplimiento de las disposiciones de la Junta General de Socios

En el transcurso del año, la Gerencia General procedió con el reparto y pago parcial de los dividendos del año 2015 en un 86%, respetando lo acordado en las Junta General Universal de Socios.

4. Situación Financiera de la Compañía

En el año terminado la empresa tuvo crecimiento en sus ventas, una de las principales razones es la reactivación del turismo en Atacames, las promociones con paquete todo incluido.

La empresa genero una utilidad a repartir a sus socios de 233.064,09 las cuales estan a disposición para utilizar como estimen convenientes. A continuación se presenta un resumen de los resultados comparativos entre el 31 de diciembre del 2018 y 2017

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018
(Expresados en dólares estadounidenses)

	2018	2017	Variación
Ingresos ordinarios	1 808 640.76	1 210 899.75	597 741.01
Intereses	1.43	0.00	1.43
Costos de ventas	116 950.39	131 994.16	-15 043.77
Utilidad bruta	1 691 691.80	1 078 905.59	
Gastos			
Administración y ventas	1 323 175.47	1055851.45	267 324.02
Resultados financieros neto	39 494.78	28113.45	11 381.33
Utilidad o pérdida antes de impuesto	**329 021.55**	**5 059.01**	
15% Participación trabajadores	49 353.23		
25% Impuesto a la renta	46 604.23	0.00	
Utilidad o pérdida neta	**233 064.09**	**5 059.01**	

Sin otro particular que comunicar me suscribo.

Atentamente,

Natali Figueroa
Gerente General
Hotel El Marqués