14380

AGENCIA DE VIAJES SEITUR CIA. LTDA.
INFORME CORRESPONDIENTE AL
PERIODO 1°. DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2006

Señores Socios:

Como lo veníamos anunciando en los últimos años, la situación para las agencias de viajes se ha venido complicando paulatinamente ya que al momento todas las aerolíneas internacionales que operan en el Ecuador pagan un 1% de comisión directa por la distribución de sus productos a las agencias de viajes.

Durante este año, Seitur se logró negociar con ciertas aerolíneas el pago de un porcentaje adicional al 1% pero de acuerdo a un cumplimiento estricto de una participación de mercado que es negociada entre las dos partes y para lo cual la Empresa tuvo que adquirir equipos tecnológicos de medición, que nos permiten alcanzar las metas señaladas.

I. DESEMPEÑO FINANCIERO:

Ingresos:

En el año 2006, la actividad de la Empresa volvió a alcanzar la segunda posición con una venta total de US$ 14,1 millones , un crecimiento en volumen de ventas de US$ 2,3 millones, lo que representa un incremento del 19.60% con respecto al año anterior.

Egresos:

Los gastos de la Empresa representaron un 98% de los ingresos operacionales. De estos rubros, el más importante fue el gasto de personal que alcanzó un 47.37%.

II. RESULTADOS COMERCIALES:

A la extensa lista de clientes de la Empresa se añadió el SRI, la DAC, Cementos Selvalegre (Lafarge), se lograron que ingresen las tres ramas de las Fuerzas Armadas así como el Comando Conjunto, lo que permitió llegar al crecimiento anteriormente señalado.

III. HRG – Hogg Robinson Group

Debido a un cambio en el accionariado de TQ3 Travel Solutions ésta fue absorbida por Carlson Wagonlit y la marca como tal desapareció, obligándonos a buscar una nueva cadena internacional por la cual y luego de una selección muy exhaustiva, decidimos ser parte de la Empresa Inglesa, HRG-Hogg Robinson Group.

Es importante que los Socios de Seitur comprendan que la empresa tuvo que incurrir a este gasto para adquirir esta franquicia ya que es indispensable una marca internacional para poder competir en las múltiples licitaciones globales, que cada día son más frecuentes por parte de las grandes firmas multinacionales.

IV. DISPOSICIONES LEGALES

Todas las disposiciones estatutarias, así como aquellas emanadas de las Juntas de Socios han sido cumplidas a cabalidad.

El reto para el próximo año es delinear una estrategia clara para poder alcanzar las metas impuestas por las aerolíneas y así lograr los ingresos necesarios para poder mantener una operación adecuada e impulsar las ventas a través de nuestro Departamento de Turismo al cual se le ha venido dando todo el apoyo con una fuerte gestión comercial y de mercadeo para poder cambiar la balanza y que las ventas de Seitur provengan en un 60% de esta área y no como las tenemos al momento únicamente en un 10%.

Gracias señores Socios por su atención a la presente. Queda a su consideración el presente informe.

Juan Carlos Campuzano Núñez

Quito, D.M., Marzo 29 del 2007