

**INFORME CORRESPONDIENTE AL
PERIODO 1º DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2009
DE SEICUMBAYA CIA. LTDA.**

Señores Socios:

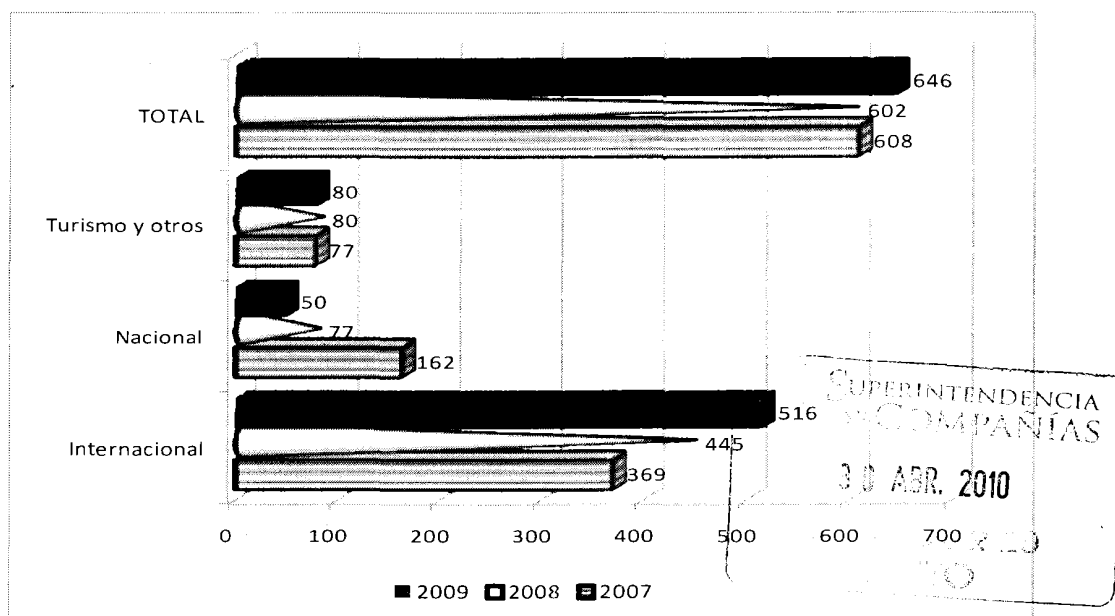
En el año 2009, se registró una disminución general del mercado de aproximadamente el 30%, continuó la tendencia de reducción progresiva de las comisiones que pagan las aerolíneas internacionales y se mantuvieron los niveles de las aerolíneas nacionales, por lo que la administración para mantener la compañía en operación, continuó con su "campaña" de cobro de cargos por servicios administrativos "service fees" y se empeñó en el control de los gastos operativos.

Los service fees como concepto se aplican a los servicios relacionados con el producto aéreo. Así en una primera etapa, la agencia aplicó cargos diferenciados según el destino (vuelos nacionales ó internacionales), para luego ir ampliando los rubros sujetos al pago de cargos por servicios administrativos como son el tipo de reserva (por ejemplo, mediante programas de fidelización por puntos/millas), el número de pasajes vendidos o el tipo de aerolínea (por ejemplo, tradicional o de bajo costo).

I. DESEMPEÑO FINANCIERO:

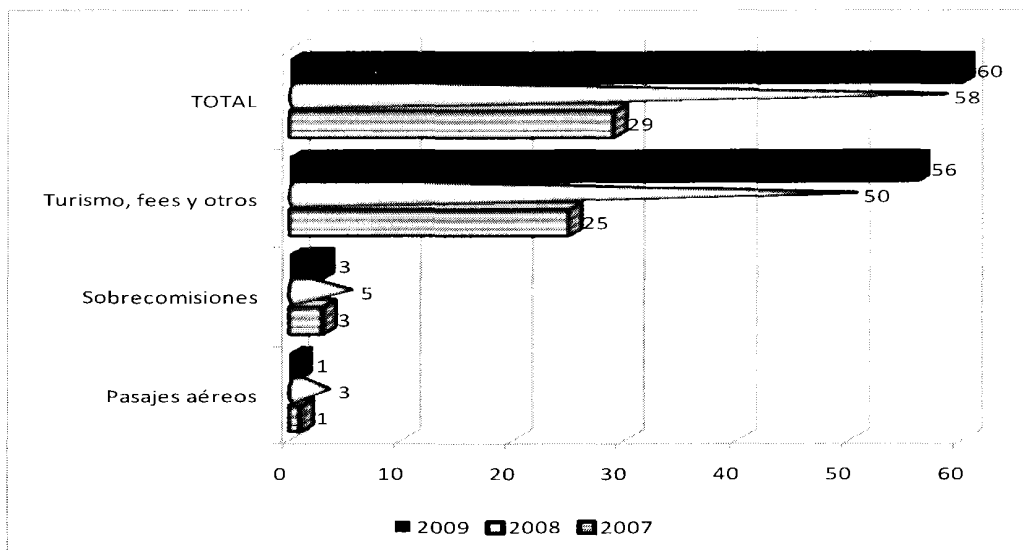
Como resultado de la estrategia de negocios y de un estricto control de gastos, la compañía alcanzó los siguientes resultados:

Ventas en US\$ miles



VENTAS US\$ miles	2007	2008	2009	2009 VS 2008	
				US\$	%
Internacional	369	445	516	71	16.0%
Nacional	162	77	50	(27)	-35.1%
Turismo y otros	77	80	80	0	0.0%
TOTAL	608	602	646	44	7.3%

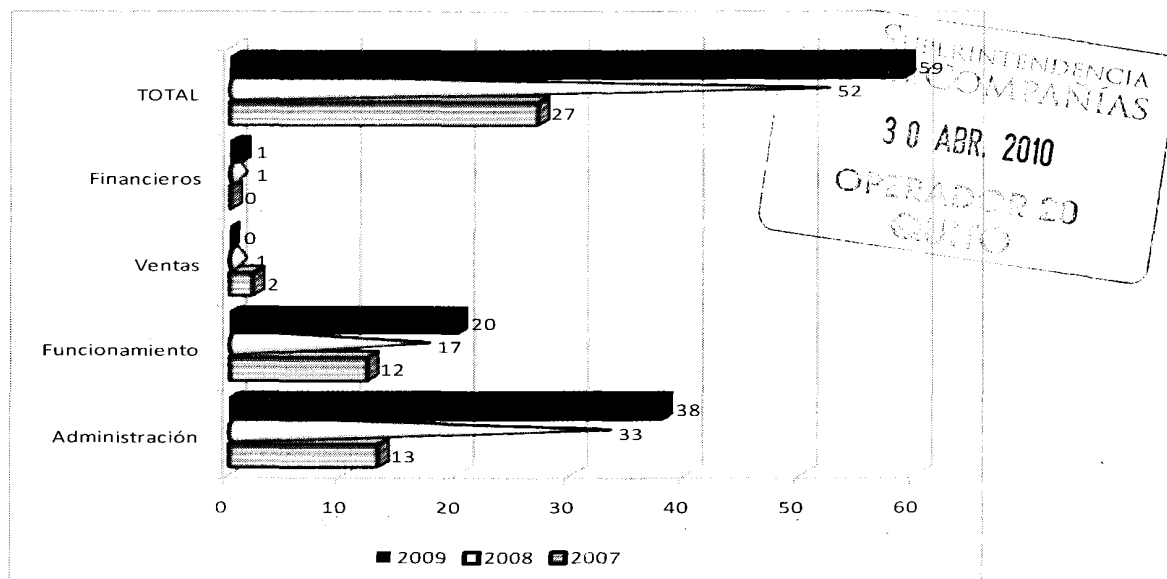
Ingresos en US\$ miles



INGRESOS US\$ miles	2007	2008	2009	2009 VS 2008	
				US\$	%
Pasajes aéreos	1	3	1	(2)	-66.7%
Sobrecomisiones	3	5	3	(2)	-40.0%
Turismo, fees y otros	25	50	56	6	12.0%
TOTAL	29	58	60	2	3.4%

Como se refleja en el gráfico, las comisiones por venta de pasajes y sobrecomisiones representan apenas US\$ 4 mil, es decir el 7%; sin embargo el rubro de cargos por servicios (service fees) y turismo alcanzaron los US\$ 56 mil (93%) consistente con la estrategia de la compañía de incrementar este rubro de manera paulatina.

Gastos en US\$ miles



GASTOS US\$ miles	2007	2008	2009	2009 VS 2008	
				US\$	%
Administración	13	33	38	5	15.2%
Funcionamiento	12	17	20	3	17.6%
Ventas	2	1	0	(1)	-100.0%
Financieros	0	1	1	0	0.0%
TOTAL	27	52	59	7	13.5%

Utilidad en US\$ miles

Gracias a la estrategia de la administración la compañía alcanzó ventas de US\$ 646 mil superiores en 7% a las de año 2008 y generó una utilidad de US\$ 507 en el ejercicio 2009.

II. RESULTADOS COMERCIALES:

Los niveles presupuestados de ventas no se alcanzaron, por una tendencia generalizada de nuestros mayores clientes de disminuir sus presupuestos de gastos de viaje en el año 2009.

III. HOGG ROBINSON GROUP (HRG):

Continuamos reforzando a nuestra marca internacional, la que nos permite captar nuevos clientes multinacionales.

IV. OBJETIVOS PARA EL AÑO 2010:

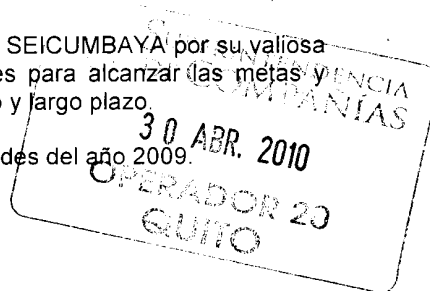
La tendencia de reducción de comisiones de parte de las aerolíneas internacionales es irreversible, por lo que la administración ha delineado algunas estrategias comerciales y de negocios, que incluyen:

- Continuar con su política de desarrollo del turismo receptivo que tiene un gran potencial de crecimiento y altos márgenes de rentabilidad directa;
- Consolidar su campaña de cobro de cargos por servicios (service fees) a todos sus clientes e impulsar la promulgación de una ley similar a la vigente en países como Colombia y Venezuela; y,
- Consolidar su liderazgo en el mercado corporativo, al participar y ganar el mayor número de licitaciones con clientes corporativos privados que permitan ampliar su cartera de clientes en este sector frente al sector público, para poder alcanzar un presupuesto de ventas de US\$ 744 mil que representa un crecimiento del 15% en relación al año 2009;

Finalmente quiero agradecer a todo el equipo humano que forma SEICUMBAYA por su valiosa colaboración y les comprometo a sumar esfuerzos y voluntades para alcanzar las metas y objetivos que se ha fijado la administración para el corto, mediano y largo plazo.

Queda a su consideración, Señores Socios, el informe de actividades del año 2009.


Wendy Núñez Pino
Gerente General



Quito, marzo 31 del 2009