

**INFORME CORRESPONDIENTE AL
PERIODO 1° DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2008
DE SEICUMBAYA CIA. LTDA.**

Señores Socios:

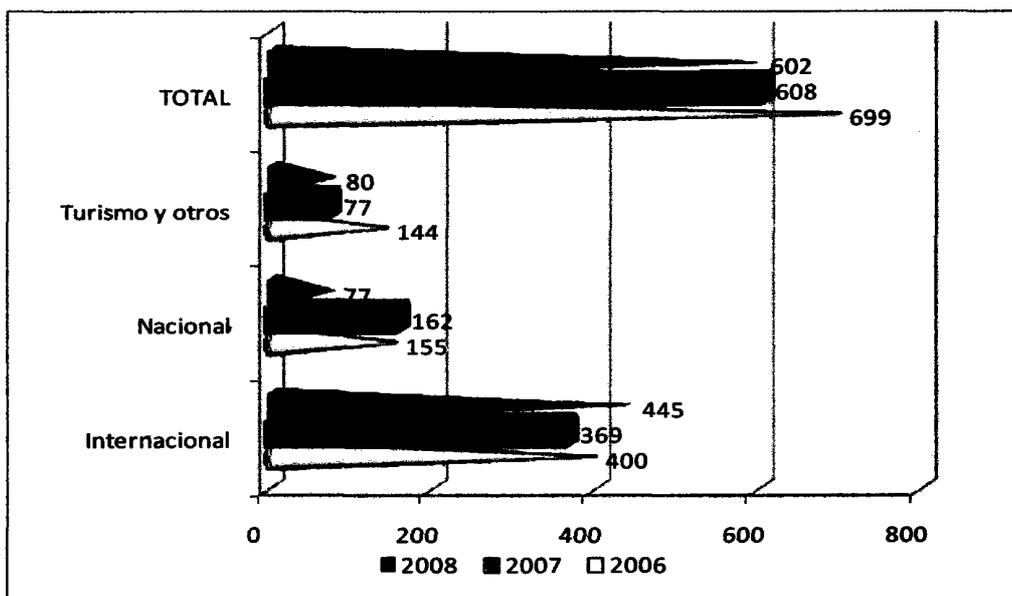
Durante el año 2008, continuó la tendencia del mercado, de reducción progresiva de las comisiones que pagan las aerolíneas internacionales y se mantuvieron los niveles de las aerolíneas nacionales, por lo que la administración para mantener la operación, aumentar los ingresos y la rentabilidad de la agencia, continuó con su "campaña" de cobro de cargos por servicios administrativos "service fees".

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 una agresiva estrategia comercial para aumentar el volumen de ventas, un riguroso control de gastos y afianzar la cultura de servicio al cliente, la compañía alcanzó las siguientes metas:

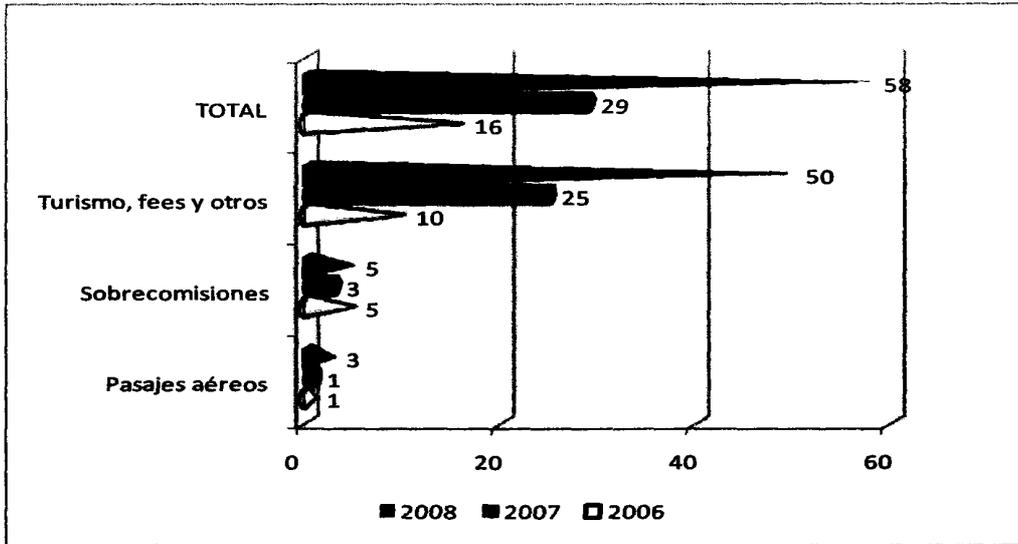
Ventas en US\$ miles



VENTAS US\$ miles	2006	2007	2008	2008 VS 2007	
				US\$	%
Internacional	400	369	445	76	20,6%
Nacional	155	162	77	(85)	-52,5%
Turismo y otros	144	77	80	3	3,9%
TOTAL	699	608	602	(6)	-1,0%



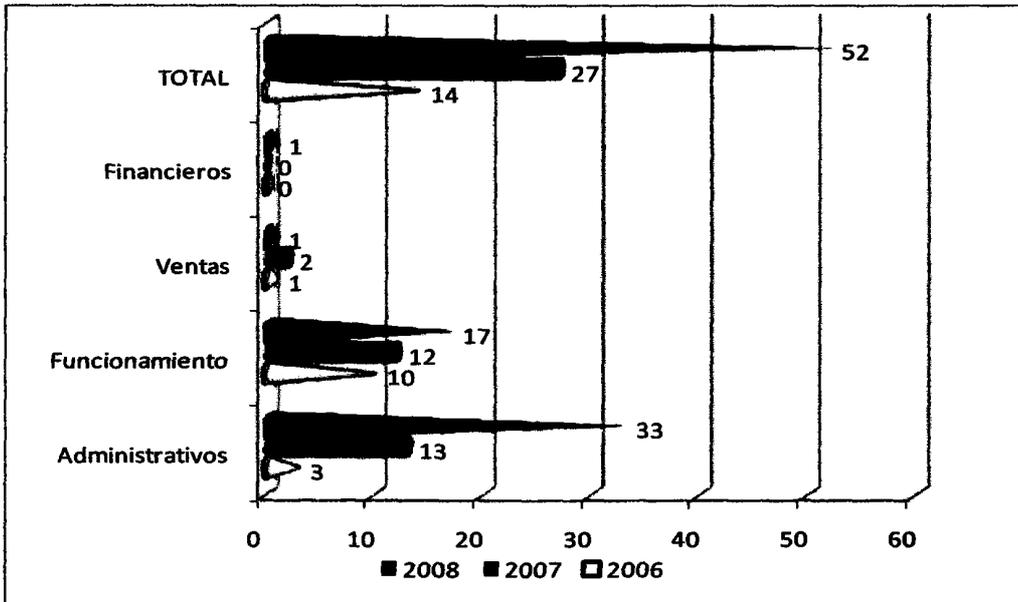
Ingresos en US\$ miles



INGRESOS US\$ miles				2008 VS 2007	
	2006	2007	2008	US\$	%
Pasajes aéreos	1	1	3	2	200,0%
Sobrecomisiones	5	3	5	2	66,7%
Turismo, fees y otros	10	25	50	25	100,0%
TOTAL	16	29	58	29	100,0%

Como se refleja en el gráfico, las comisiones por venta de pasajes y sobrecomisiones representan apenas US\$ 8 mil, es decir el 14%; sin embargo el rubro de cargos por servicios (service fees) y turismo alcanzaron los US\$ 34 mil (57%) consistente con la estrategia de la compañía de incrementar este rubro de manera paulatina.

Egresos en US\$ miles




SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
 30 ABR. 2009
OPERADOR 4 CAU

GASTOS US\$ miles	2006	2007	2008	2008 VS 2007	
				US\$	%
Administrativos	3	13	33	20	153,8%
Funcionamiento	10	12	17	5	41,7%
Ventas	1	2	1	(1)	-50,0%
Financieros	0	0	1	1	0,0%
TOTAL	14	27	52	25	92,6%

Utilidad en US\$ miles

En el año 2008 se generó una utilidad antes de participación trabajadores e impuestos de US\$ 6 mil y una utilidad neta de US\$ 4 mil que equivale al 7.5% en relación a los ingresos operacionales y el 64.3% en relación al patrimonio neto. Cabe mencionar que en los gastos reportados no se incluye la entrega de boletos a los socios.

II. RESULTADOS COMERCIALES:

Gracias a una agresiva estrategia comercial en el año 2008, la agencia aumentó su cartera de clientes corporativos como GERZACOL CIA LTDA, Stuart Williamson, entre otros, ratificando su liderazgo en este segmento del mercado.

II. HOGG ROBINSON GROUP (HRG):

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

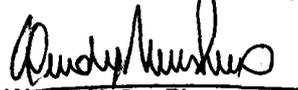
IV. OBJETIVOS PARA EL AÑO 2009:

La tendencia de reducción de comisiones de parte de las aerolíneas internacionales es irreversible, por otro lado el probable ingreso de LAN al mercado doméstico, se constituyen en las principales amenazas que deberá enfrentar la agencia a partir del año 2009, por lo que la administración ha delineado algunas estrategias comerciales y de negocios, que incluyen:

- > Desarrollar nuevas divisiones de negocio como el turismo receptivo que tiene un gran potencial de crecimiento y altos márgenes de rentabilidad;
- > Continuar con 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;
- > Consolidar su liderazgo en el mercado corporativo, al participar y ganar el mayor número de licitaciones con clientes corporativos públicos y privados que permitan ampliar su cartera de clientes y de esta manera alcanzar un volumen de ventas que bordea los US\$ 722 mil que representa un crecimiento del 20% en relación al año 2008;
- > Mantener e incrementar sus estándares de servicio al cliente como una ventaja competitiva que le permita mantener su liderazgo en el mercado corporativo nacional.

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 2008.



Wendy Nuñez Pino
Gerente General

Quito, marzo 31 del 2009

