

Quito, 31 de enero de 2015

Señores  
JUNTA GENERAL DE SOCIOS  
**SUVIATOUR**  
Presente:

Con la finalidad de dar cumplimiento a los estatutos de la empresa y conforme a las normas legales vigentes, se ha preparado el presente informe de Gestión del año 2014 con un resumen de las actividades más relevantes del mismo periodo.

El año 2014 fue un año de transiciones importantes para la compañía. Debido a los múltiples desafíos que se hicieron frente durante el 2013 y a las recomendaciones de la Junta para el periodo en referencia se realizaron las siguientes gestiones:

1. Diseño de páginas web de operadora y agencia.- Durante el año 2014 se trabajó arduamente en la consolidación de dos páginas web para difusión y posicionamiento de la empresa. Una primera página web para comercializar los productos de Agencia de Viajes, con especial énfasis en salidas especiales, y un motor de reservas en línea de Hoteles, Traslados, Actividades y Circuitos.  
Una segunda página web para comercializar los productos de la Operadora en donde se trabajó en diseño de programas propios y en selección de productos operados por terceros en el caso de programas a Galápagos y la Selva. En esta página se hizo especial énfasis en las reservas en línea con el fin de poder dar una respuesta inmediata a nuestros pasajeros y alcanzar mercados en el exterior.
2. Cambio de domicilio de la empresa, crecimiento de espacios operativos.- Con el fin de ampliar la capacidad laboral se cambió de oficina a la empresa, así mismo se implementaron puestos de trabajo adicionales para mayor comodidad del personal así como mejor atención a los clientes. Este cambio fue notificado a las entidades pertinentes así como a los clientes.
3. Nueva marca comercial.- De acuerdo a lo propuesto a la Junta el año pasado, se realizó un análisis de la marca comercial para darle una apariencia renovada, fuerte y profesional. Se realizó el rediseño de imagen y se invirtió en nuevo material publicitario; papelería, tarjetas, catálogos de productos, flyers, trípticos, etc.
4. Notificación de cambios y capacitaciones.- A nuestras diferentes cadenas de distribución les fueron notificados los diferentes cambios en que realizó la empresa, su domicilio, su nueva marca comercial, sus nuevos teléfonos pero principalmente sus nuevos productos y catálogos comerciales de la mano de un plan de capacitación que optimice su comercialización.
5. Gestiones comerciales con cuentas del exterior.- Durante el 2014 se dio especial énfasis en gestionar cuentas comerciales directamente del exterior y se tuvieron varios acercamientos con diferentes compañías mismas que avizoran mayores ventas para el 2015. Especialmente se concretó la alianza comercial con Dansk Studie Center para el

- manejo operativo de sus grupos de estudiantes en el país, siendo este uno de los mayores y mejores logros del año.
6. Fortalecimiento de productos de agencia. Rediseño y programación.- Como parte de la estrategia de mejoramiento continuo e innovación se rediseñaron los productos de agencia adaptándolos a un solo formato, mismo que facilita la comercialización de productos y nos abastece de un considerable portafolio de productos turísticos internacionales.
  7. Negociaciones Pacificard.- Pacificard es uno de nuestros mayores aliados estratégicos, en función de nuestros resultados, dicha empresa ha mejorados nuestras comisiones por ventas en crédito corriente y han accedido a ofrecernos el plan 3 meses sin intereses en compras con Visa o Mastercard Pacificard. Dicha negociación nos permite tener mayores ventajas competitivas. Adicionalmente Pacificard en conjunto con Suviatour han desarrollado un plan de promoción y publicidad a través de los cuales se promocionarán diferente programas en las diferentes canales que tiene Pacificard.
  8. Implementación de canales electrónicos de pago.- Con la implementación de las páginas web de la empresa se pudo generar un perfil de pago electrónico con la empresa PayPal para que cualquier cliente pueda realizar pagos con tarjeta de crédito a través del sitio web así facilitar la comercialización y ampliar los clientes a nivel nacional e internacional.
  9. Reinversión de resultados ejercicio anterior.- conforme a lo previsto en el año pasado se realizó la reinversión de las utilidades generadas para capitalizar la empresa e invertir dichos recursos en mejoras para la compañía.
  10. Cambio en Plan de Cuentas.- Debido a los cambios de productos, la creación de nuevas líneas de negocio y la importancia de llevar un buen control contable, se realizó un cambio integral en el Plan de Cuentas Contables de la empresa de tal manera que al momento es más simple de interpretar y más verificable.

En función de la gestión realizada durante el año 2014 se obtuvieron los siguientes resultados financieros:

Existe un decremento del 7% de los Activos en comparación con los resultados del 2013, mismos que se ven reflejados en la disminución del valor de anticipo a proveedores, lo que se consiguió a través de mejores plazos con proveedores lo que mejoró la liquidez (que se distingue en la cuenta bancos). Por otro lado, un aumento del 3% de los Pasivos debido principalmente al refinanciamiento de la deuda con tarjetas de crédito que se cambió por un crédito bancario mejorando la tasa de intereses, beneficiando los desembolsos a realizarse en el futuro y el gasto a generarse. La razón de liquidez está en 1.31 demostrando que la empresa goza de recursos disponibles y se encuentra en facultad de responder por sus obligaciones.

Si bien la utilidad del ejercicio fue menor que la del año 2013; la diferencia fue claramente invertida en mejoras para la compañía. Las ventas disminuyeron un 56% pero los costos y gastos igualmente fueron disminuidos en la misma proporción a pesar de las grandes inversiones que se hicieron. Disminuyeron los servicios internacionales pero aumentaron representativamente los servicios nacionales demostrando que las estrategias planteadas dieron los frutos esperados. Se obtuvieron resultados positivos con un menor flujo de turistas demostrando que las utilidades marginales de los productos comercializados son mayores y por lo tanto más productivas.



---

Calle Mariana de Jesús E7-8 y + (593 2) 600 9998  
La Pradera Ed. Business Plus + (593 2) 601 8610  
La Pradera · Of. 604 [www.suviatour.com](http://www.suviatour.com)

---

Para el nuevo período se espera continuar mejorando, incrementar las utilidades a través de productos innovadores y diferenciados. El nuevo año se implementaran estrategias que apunten a optimizar el recurso humano y potencializar las herramientas de comercio digital que se han implementado. Se sugiere invertir en conseguir mayores cuentas del exterior aprovechando la campaña de gobierno que promueve los viajes dentro del país. Además se sugiere a la Junta reinvertir las utilidades generadas, realizar las reservas legales y estatutarias según dicta la constitución de la compañía y establecer los nuevos objetivos empresariales de la mano de las nuevas tendencias del turismo.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Ramiro Rojas C.", written over a horizontal line.

Ing. Ramiro Rojas C.  
GERENTE GENERAL