

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

Señores Socios:

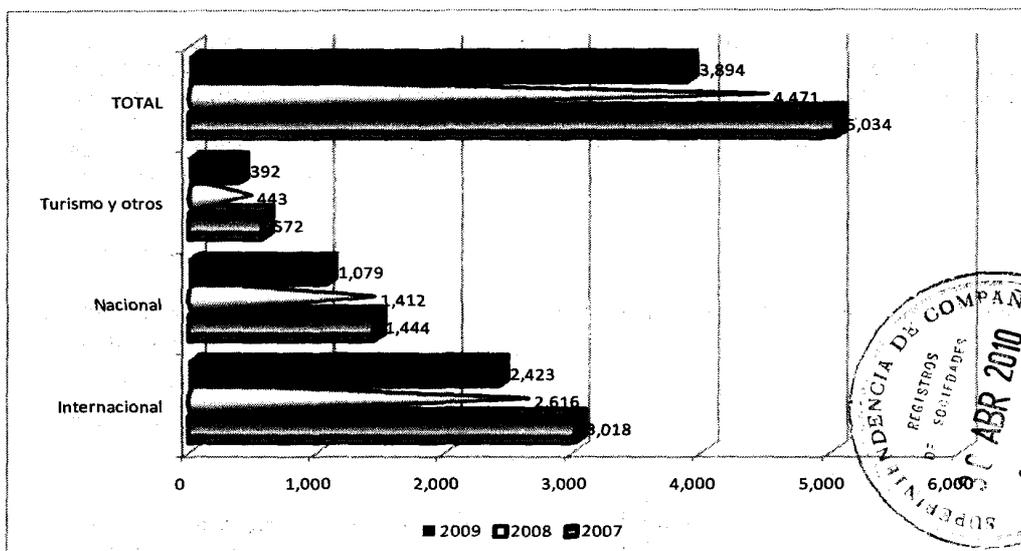
En el año 2009, se registró una disminución general del mercado de aproximadamente el 30%, continuó la tendencia de reducción progresiva de las comisiones que pagan las aerolíneas internacionales y se mantuvieron los niveles de las aerolíneas nacionales, por lo que la administración para mantener la 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:

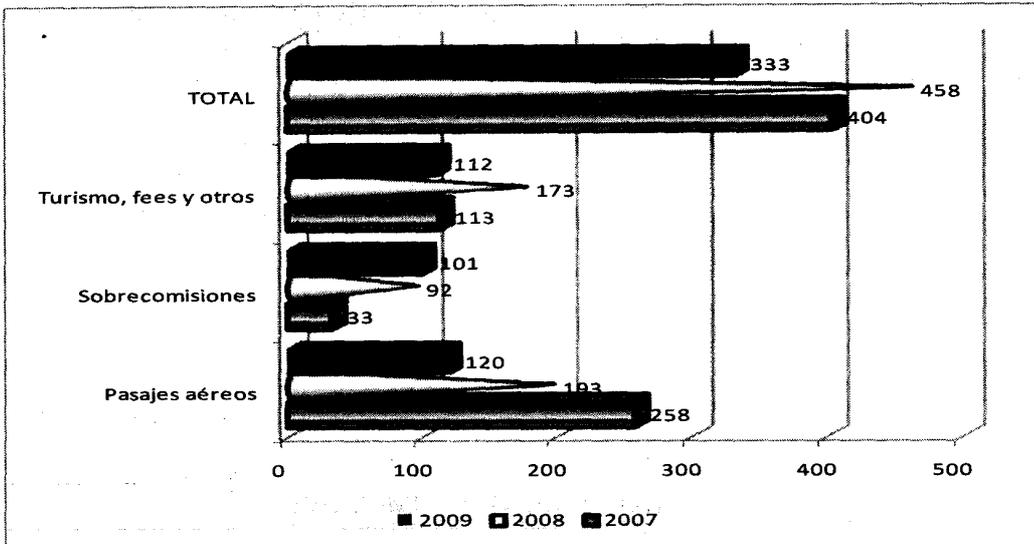
Como resultado de la estrategia de negocios y de un estricto control de gastos, la compañía alcanzó los siguientes resultados:

Ventas en US\$ miles



VENTAS US\$ miles	2007	2008	2009	2009 VS 2008	
				US\$	%
Internacional	3,018	2,616	2,423	(193)	-7.4%
Nacional	1,444	1,412	1,079	(333)	-23.6%
Turismo y otros	572	443	392	(51)	-11.5%
TOTAL	5,034	4,471	3,894	(577)	-12.9%

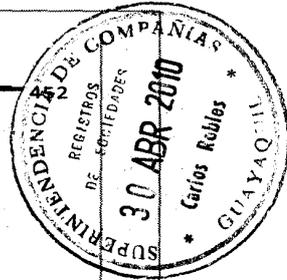
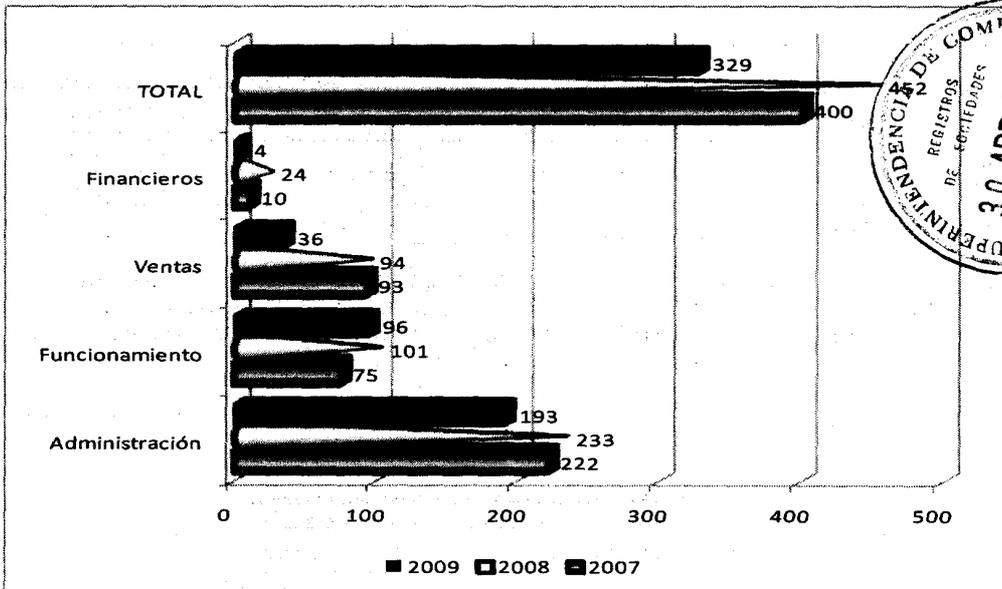
Ingresos en US\$ miles



INGRESOS US\$ miles	2007	2008	2009	2009 VS 2008	
				US\$	%
Pasajes aéreos	258	193	120	(73)	-37.8%
Sobrecomisiones	33	92	101	9	9.8%
Turismo, fees y otros	113	173	112	(61)	-35.3%
TOTAL	404	458	333	(125)	-27.3%

Como se refleja en el gráfico, las comisiones por venta de pasajes son el principal rubro de ingresos de la agencia alcanzando los US\$ 221 mil que representan el 66%, sin embargo el rubro de cargos por servicios (service fees) y turismo alcanzaron los US\$ 112 mil (34%) consistente con la estrategia de la compañía de incrementar este rubro de manera paulatina.

Egresos en US\$ miles



GASTOS US\$ miles	2007	2008	2009	2009 VS 2008	
				US\$	%
Administración	222	233	193	(40)	-17.2%
Funcionamiento	75	101	96	(5)	-5.0%
Ventas	93	94	36	(58)	-61.7%
Financieros	10	24	4	(20)	-83.3%
TOTAL	400	452	329	(123)	-27.2%

Utilidad en US\$ miles

Como consecuencia de una grave disminución del mercado que le afectó a la compañía con una reducción del 12.9% equivalente a US\$ 577 en las ventas totales del 2009 en relación al año 2008, la compañía generó una utilidad neta de US\$ 2 mil al cierre del ejercicio económico, gracias a una estricta política de reducción de gastos por US\$ 123 mil en relación al año 2008.

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. Un logro significativo en medio de este escenario negativo fue la consecución del cliente de Cervecería Nacional a partir del mes de jul/10 alcanzando ventas anuales de US\$ 304 mil.

III. HOGG ROBINSON GROUP (HRG):

Continuamos reforzando a nuestra marca internacional, para captar nuevos clientes multinacionales.

IV. OBJETIVOS PARA EL AÑO 2010:

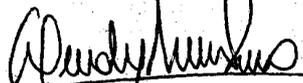
La tendencia de reducción de comisiones de parte de las aerolíneas internacionales es irreversible, por lo que la administración ha delineado algunas estrategias comerciales y de negocios, que incluyen:

- Continuar con su política de desarrollo del turismo receptivo que tiene un gran potencial de crecimiento y altos márgenes de rentabilidad directa;
- 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; 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\$ 4'479 que representa un crecimiento del 15% en relación al año 2009;

Finalmente quiero agradecer a todo el equipo humano que forma SEIGUAYAS 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.

Atentamente,



Wendy Nuñez Pino
Gerente General

Guayaquil, marzo 31 del 2010



Guayaquil, 29 de Abril del 2009

Señores
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
Ciudad.

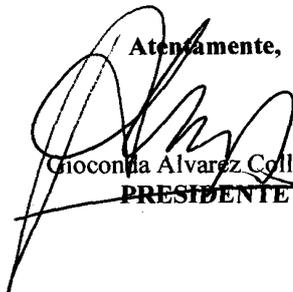
De mis consideraciones;

Por medio de la presente tengo a bien comunicar a ustedes, que los Administradores o Representante Legales de la Compañía SEIGUAYAS AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO CIA LTDA a la presente fecha son los siguientes:

Alvarez Collaveiga Gioconda	Presidente	C.I. 1703762268
Núñez Pino Wendy	Gerente General	C.I. 0916419104

Sin otro particular me despedido de ustedes agradeciendo de antemano por su valiosa ayuda.

Atentamente,


Gioconda Alvarez Collaveiga
PRESIDENTE

