

**INFORME CORRESPONDIENTE AL
PERIODO 1º DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2008
SEIGUAYAS CIA. LTDA.**

Señores Socios:

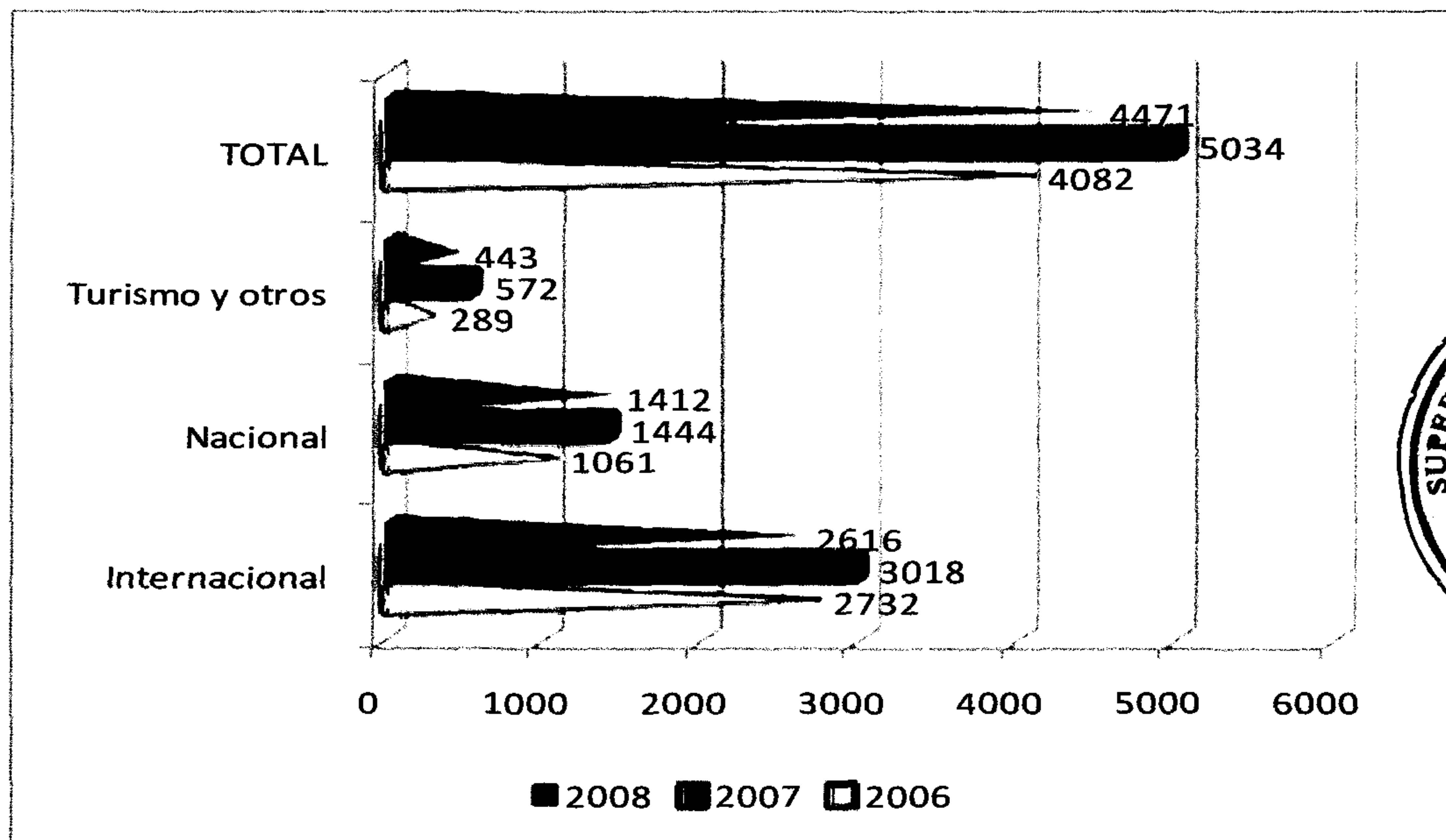
Durante el año 2008, continuó la tendencia del mercado, de reducción progresiva de las comisiones que pagan las aerolíneas internacionales y se mantuvieron los niveles de las aerolíneas nacionales, por lo que la administración para mantener la operación, aumentó los ingresos y la rentabilidad de la agencia, 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:

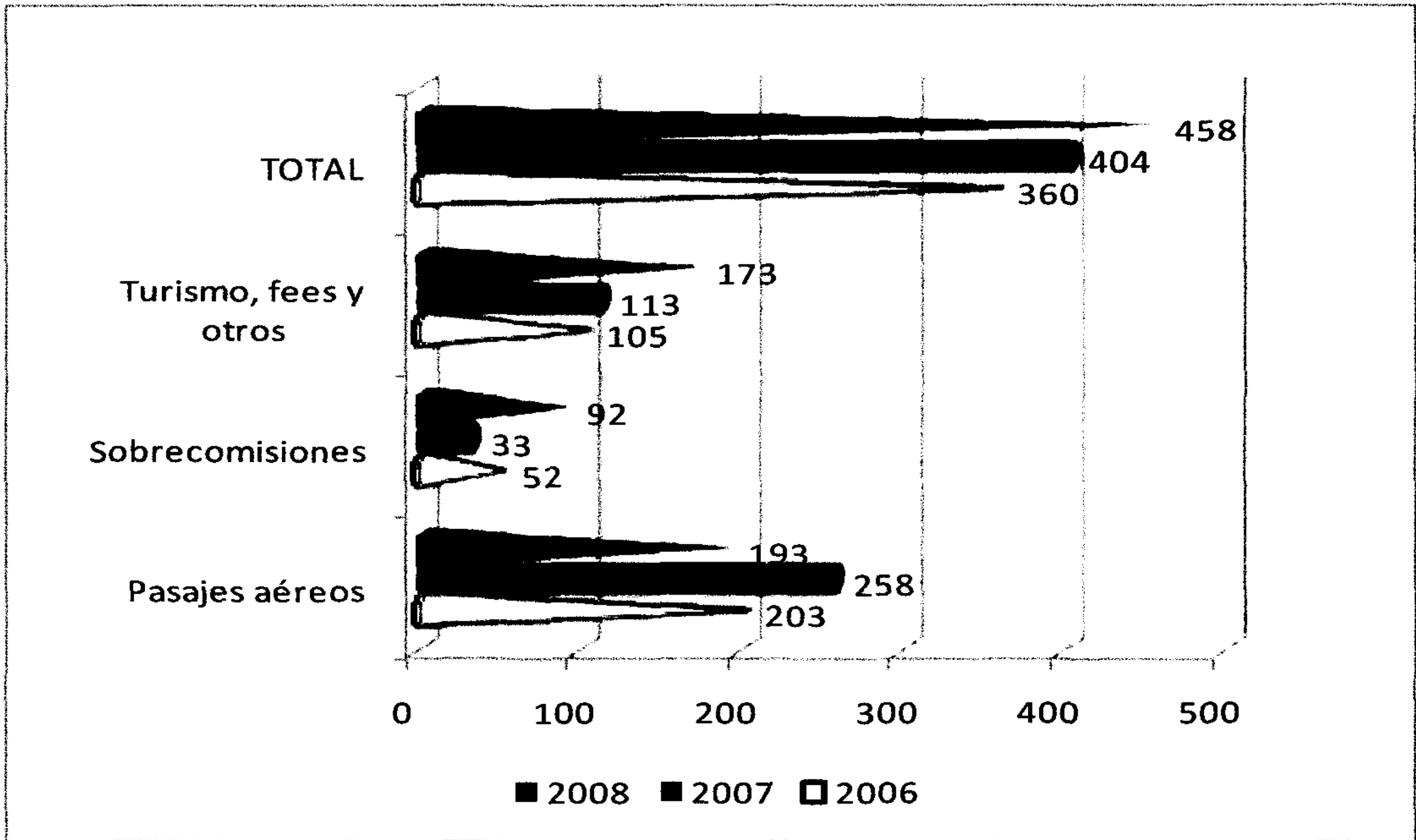
En cuanto a los resultados, la compañía alcanzó las siguientes metas, fruto de una aplicación disciplinada de la estrategia de negocios y de la vocación de servicio para los clientes, además de un control estricto de los gastos.

Ventas en US\$ miles



VENTAS US\$ miles	2006	2007	2008	2008 VS 2007	
				US\$	%
Internacional	2.732	3.018	2.616	(402)	-13,3%
Nacional	1.061	1.444	1.412	(32)	-2,2%
Turismo y otros	289	572	443	(129)	-22,6%
TOTAL	4.082	5.034	4.471	(563)	-11,2%

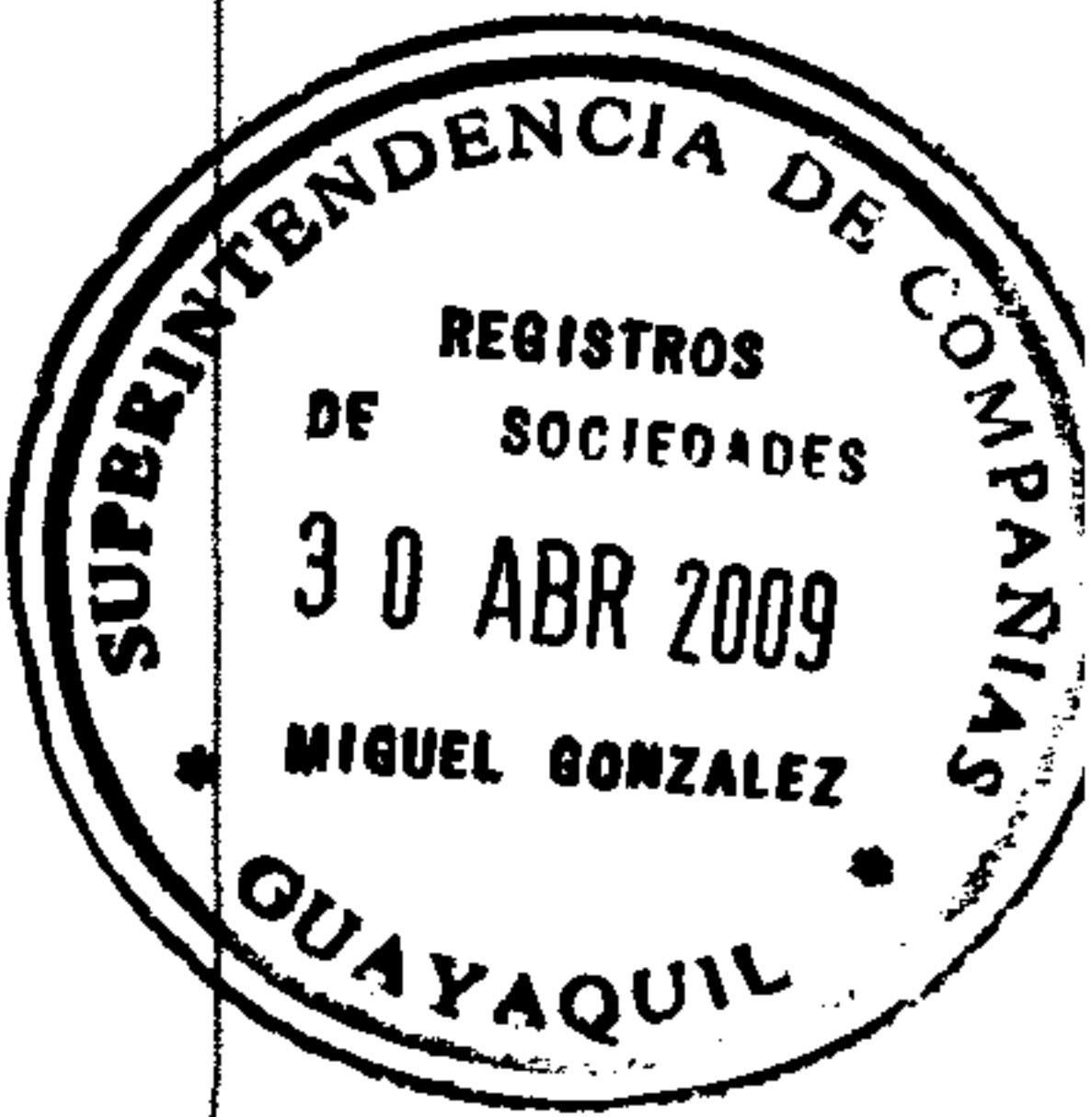
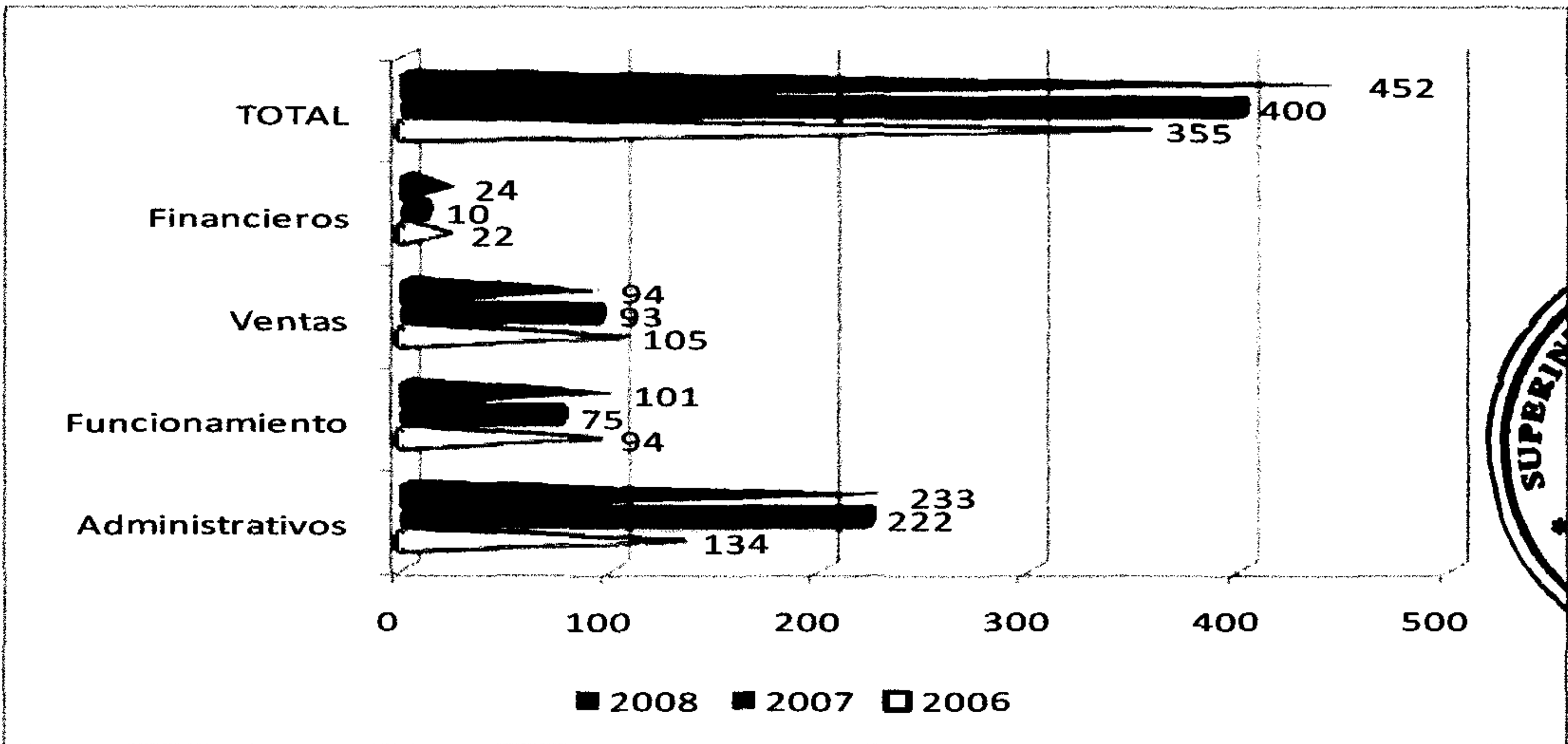
Ingresos en US\$ miles



INGRESOS US\$ miles	2006	2007	2008	2008 VS 2007	
				US\$	%
Pasajes aéreos	203	258	193	(65)	-25,2%
Sobrecomisiones	52	33	92	59	178,8%
Turismo, fees y otros	105	113	173	60	53,1%
TOTAL	360	404	458	54	13,4%

Como se refleja en el gráfico, las comisiones por venta de pasajes siguen siendo el principal rubro de ingresos de la agencia alcanzando los US\$ 285 mil que representan el 62%, sin embargo el rubro de cargos por servicios (service fees) y turismo alcanzaron los US\$ 173 mil (38%) consistente con la estrategia de la compañía de incrementar este rubro de manera paulatina.

Egresos en US\$ miles



GASTOS US\$ miles	2006	2007	2008	2008 VS 2007	
				US\$	%
Administrativos	134	222	233	11	5,0%
Funcionamiento	94	75	101	26	34,7%
Ventas	105	93	94	1	1,1%
Financieros	22	10	24	14	140,0%
TOTAL	355	400	452	52	13,0%

Utilidad en US\$ miles

La utilidad antes de impuestos y participaciones del año 2008 alcanzó los US\$ 5 mil que representan el 1% de los ingresos operacionales y registró una utilidad neta de US\$ 3 mil que representa el 3% del Patrimonio Neto.

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 2008.

III. 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\$ 5'896 que representa un crecimiento del 32% 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 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 2008.

Atentamente,

Gioconda Alvarez Collaveiga
Presidente

Guayaquil, marzo 31 del 2009

