

Intiraimi Cía. Ltda.
Informe a los Socios periodo 2010

El periodo 2010 tuvimos un incremento en nuestras ventas netas totales de **12.17 %**, con respecto al período anterior, sin embargo nuestros ingresos no lo reflejan.

En la venta de pasajes internacionales crecimos en un **27,88%**, en Pasajes Nacionales decrecimos en un **7,66%** (nos afecto mucho la guerra de tarifas y promociones entre aerolíneas domésticas, así como el cobro del fee por emisión), en Turismo crecimos en un **74,58%**, respecto al período anterior.

Nuestros ingresos se vieron muy afectados por la disminución de las comisiones nacionales a partir de febrero de este año, pues todas las aerolíneas domésticas nos bajaron las comisiones de **8% a 4%** y luego una de ellas incluso bajo a **1%**, lo que nos obligo a cobrar fee por emisión de boletos nacionales, lo que no era usual antes y a pesar de su implementación, no compensamos la disminución señalada. Esta variable, así como el manejo de overs que cambió mucho en este periodo, tienen una gran injerencia en los resultados de este periodo.

Dimos apoyo a nuestras oficinas de Quito y Guayaquil durante los meses de enero y de febrero por la contingencia que se dio.

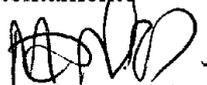
Luego de un análisis de la operación del punto de ventas en el Hospital del Rio y problemas en el mismo, especialmente por la dificultad de conseguir personal capacitado y honorable, así como por las ventas bajas generadas en éste, decidimos cerrar el mismo el 30 de noviembre.

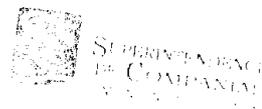
A pesar de todos los acuerdos, nuestra matriz ha incumplido en proporcionarnos la información para tener las liquidaciones y peor los pagos de las overs a tiempo, como ya lo hemos indicado en muchas ocasiones, lo que nos ha generado dificultades en la operación.

Hemos mantenido las políticas establecidas como son el cobro de fees de servicios, un manejo muy estricto del market share, así como un buen control de la cartera, para poder tener una cierta estabilidad, en medio de una competencia sumamente desleal y agresiva y un público que cada vez utiliza mas internet para la adquisición de sus boletos y servicios turísticos.

Sin más por el momento, pongo a su consideración los respectivos balances y este informe

Atentamente


Mariela Monsalve
Gerente



02 MAY 2011

Sheila Pérez