



Riobamba, 30/03/2011

Señores

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

EMPRESA UNIVERSAL CENTER TRAVEL S.A.

Ciudad.-

La presente tiene por objeto elevar a su consideración el Informe de Administración de la Empresa UNIVERSAL CENTER TRAVEL S.A. correspondiente al período 2010

INFORME DE ADMINISTRACION
PERIODO 2010

1. De los objetivos de la Empresa

Las actividades de la empresa durante este período se orientan hacia el logro de objetivos para los que fue creada que es la promoción y venta de paquetes turísticos. Se han realizado las siguientes actividades:

- ✓ Identificación de nichos y estudios de mercado.
- ✓ Pruebas de mercado en el Jardín de las Orquídeas con turistas franceses.
- ✓ Elaboración del proyecto ecoturismo en la Colonia 9 de Octubre Cantón Mera en alianza con la Asociación Río Blanco (nativos amazónicos).
- ✓ Investigación de destinos turísticos con gran potencial de ser promocionados.
- ✓ Selección de proveedores de servicios turísticos en el mercado local, regional y nacional.
- ✓ Diseños de papelería impresa, trípticos.
- ✓ Promoción electrónica de destinos turísticos.
- ✓ Elaboración del Plan de Marketing.
- ✓ Elaboración del Plan Operativo.

2. Del cumplimiento de las disposiciones de la Junta y el Directorio:

Se ha cumplido a cabalidad con las disposiciones de la Junta General enmarcadas dentro de las disposiciones estatutarias y legales.



3. De los Recursos Humanos

Proceso de selección de personal del área turística. Comentario: por la complejidad de las funciones a desarrollar el personal debe someterse a un período de prueba a fin de evaluar su capacidad, conocimientos y experiencia en el área.

4. De la Situación Financiera

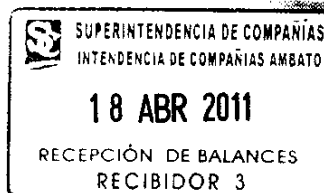
En lo referente a la situación financiera de la empresa es estable.

5. Recomendaciones respecto a políticas y estrategias a implementarse:

- ✓ Selección y Contratación de Gerente de Operaciones Turísticas
- ✓ Ampliación de infraestructura para la adquisición de infraestructura física.
- ✓ Ejecución del Plan de Marketing.
- ✓ Ejecución del Plan Operativo.
- ✓ Establecer Alianzas Estrategias con Organismos públicos y privados, nacionales y extranjeros.
- ✓ Continuar con investigaciones de lugares turísticos potenciales.
- ✓ Campaña nacional e internacional de promoción turística.

Atentamente,

Ing. Nilma Silva R.
GERENTE



ING. NATASHA ANDRADE