



Quito, 12 de marzo del 2.012

INFORME DE GERENCIA AÑO 2011.
AGENCIA DE VIAJES JET TRAVEL JETRAV S.A.

Señores Accionistas:

A continuación procedo a presentar el Informe Gerencial correspondiente al período económico 2011 de la Agencia de Viajes Jet Travel Jetrav S.A.

Según estimación del gobierno el PIB presentó un crecimiento del 6,5% comparado con el año anterior, habiéndose evidenciado un aceleramiento económico basado principalmente en el sector petrolero.

El crecimiento del sector no petrolero se resume en los sectores de la agricultura y pesca, industrias manufactureras y de la construcción

La inflación del 2011 se situó en el 5,41%, cifra que refleja un aumento con respecto al período anterior.

Estos resultados macroeconómicos reflejan que las condiciones económicas no han presentado variaciones positivas en el sector privado incluyendo al sector turístico, campo de acción de las agencias de viajes.

El comportamiento comercial de la aviación y turismo sigue la tendencia de negociación sin la intervención de sus socios estratégicos, agencias de viajes, para la venta de sus productos y servicios. A nivel mundial se ha incrementado la oferta de ventas directas de los dueños del producto hacia el cliente final. Las promociones e información sobre boletos aéreos principalmente se acceden fácilmente por parte de los pasajeros a las páginas de internet de las líneas aéreas.



La tendencia de disminución de comisiones por parte de las líneas aéreas se ha mantenido, no habiendo posibilidad de venta a destinos como Europa, Asia por el 0% de comisión que ofrecen. Las compañías de aviación que ofrecen posibilidad de venta son solamente a rutas dentro del continente americano. La negociación seguimos realizándola a través de agencias consolidadoras confiables y que mantienen un porcentaje interesante de ingreso.

Aún se presentan oportunidades de venta de productos turísticos si el pasajero desea un programa de viaje que incluya: boleto aéreo, alojamiento, visitas turísticas, alquiler de autos, etc de manera conjunta. El negocio actual de las agencias de viajes está enfocado en facilitar el asesoramiento en viajes completos mas no únicamente en sus componentes de manera individual, esto es no solamente transportación aérea, no solamente alojamiento, sino el servicio de viaje incluyendo todo lo que el pasajero vaya a requerir.

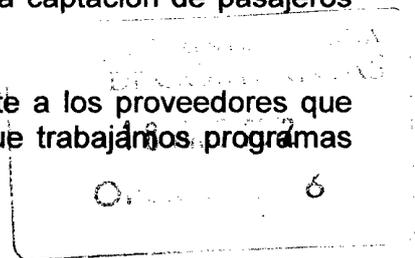
Hemos mantenido nuestra estrategia comercial en la preparación de viajes completos dirigidos especialmente a clientes interesados en vacaciones, congresos, viajes de incentivo, viajes estudiantiles prioritariamente.

Nuevamente fuimos favorecidos al atender el viaje de estudiantes lo que ha permitido ser conocidos como agencia especial en ese importante mercado.

El plan comercial igualmente logró captar las ventas de pasajeros que han mantenido su fidelidad para con la Agencia.

Nuestra principal herramienta de información y captación de clientes es la página web de la Agencia. A través de este medio publicamos continuamente programas de viajes a destinos estratégicos con ofertas de proveedores turísticos confiables. Los programas charter han mantenido su oferta al mercado con fechas de salidas específicas y destinos vacacionales a la zona del Caribe principalmente lo que nos ha ayudado a la captación de pasajeros interesados en ese tipo de producto.

Hemos dirigido nuestra relación comercial únicamente a los proveedores que ofrecen condiciones confiables y rentables, por lo que trabajamos programas turísticos de determinadas empresas de turismo.



En cuanto a las estrategias internas para cumplimiento de metas de la Agencia, hemos logrado disminuir los gastos manteniendo un control administrativo constante de resultados financieros, lo que ha permitido cerrar el período económico del 2011 con cifras positivas.



Hemos mantenido nuestro cumplimiento con todas las obligaciones gubernamentales para con entidades públicas como el Servicio de Rentas Internas, Superintendencia de Compañías, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Municipio de Quito, entre otras.

La gestión gerencial ha logrado cumplir el objetivo principal planteado en el año anterior enfocado en el aprovechamiento de negociación de programas que incluyeran la organización de todos los factores considerados necesarios para los viajes a los principales destinos en América, utilizando estrategias de comercialización tecnológica.

El principal reto para el 2012 será el conseguir adecuarse a la realidad mundial de la comercialización directa por medio de internet. Realizaremos un análisis profundo para incertar al negocio la posibilidad de realizar ventas por internet. Esto requerirá el realizar un estudio de mercado que evalúe las condiciones de seguridad y accesibilidad a la información privada del pasajero haciendo uso de la comunicación virtual. Igualmente será determinante el encontrar socios estratégicos confiables que aseguren que la información confidencial que se deberá transmitir por ese medio, sea manejada de tal manera que no presente posibilidad de mal uso de la misma.

Agradezco de manera personal la apertura y confianza mantenida por parte de los señores accionistas, ratificando mi compromiso en alcanzar los objetivos de negocio esperados para el nuevo periodo de actividad empresarial.


Marcela Suárez de León.
Gerente General.

