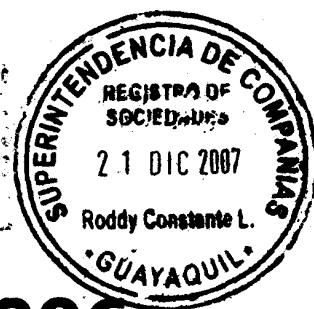


**EMPRESA TURISTICA
INTERNACIONAL C.A.
ETICA**

**INFORME DEL PRESIDENTE
A LA JUNTA GENERAL DE
ACCIONISTAS**



EJERCICIO 2006

Informe del Presidente de ETICA a la Junta General de Accionistas

1.- Introducción.-

Como Presidente de ETICA pongo a consideración de los socios el informe 2006.

2.- Situación Nacional.-

El 2006 se caracterizó por un ambiente político inestable y de expectativas preocupantes en el campo productivo. En ese año se llevaron a cabo las dos vueltas de la elección presidencial que condujo al triunfo del Ec. Rafael Correa. Su discurso revolucionario y las constantes amenazas contra el sector empresarial incidieron en el ambiente de confianza productivo del Ecuador. A pesar de estas circunstancias la economía creció al 4,3%, la inflación se ubicó en 2,87% y la tasa de desocupación bajó del 10,2% al 9,1%.

Los datos correspondientes a nuestro sector nos demuestran un crecimiento modesto y por debajo de los planes proyectados por el Ministerio de Turismo:

Ingreso de divisas en millones de dólares por turismo receptivo:

2003	402
2004	462
2005	486
2006	497



La tasa de crecimiento de los ingresos baja del 5% en el 2005 al 2,3% en el 2006.

ETICA.-

En el año 2006 hay un desempeño halagador de nuestro negocio y aunque no logramos los objetivos de utilidades del presupuesto, la utilidad crece en el 450% respecto del año anterior.

Si comparamos los resultados del 2005 con el del 2006 obtenemos el siguiente cuadro (en miles de dólares):

	2005	2006
ETICA	258	1420

Receptivo.-

Durante el 2006 se incrementaron los ingresos de turismo receptivo en un 18%, como resultado de una concentración en la venta de los productos propios de la compañía. Para su comercialización se elaboraron planes comerciales, por mercados, que incluyeron estrategias de crecimiento, fidelización y rentabilización para cada cliente. Los principales logros incluyen un crecimiento del 24,6 % en la facturación del Santa Cruz, debido principalmente a una mejor comercialización de los cruceros de tres noches; un crecimiento del 23,7 % en la comercialización del Finch Bay y un 27,5 % en la venta de los programas de Chiva Express.

Con estas acciones, los niveles de ocupación obtenidos fueron: 71.5% en el Finch Bay Hotel, 93.5% en el Isabela y 93.3% en el Santa Cruz.

Se le otorgó especial atención a la comercialización mediante Internet, invirtiendo en la modernización de los sitios web, por cuanto es el canal de ventas directo que produce la máxima rentabilidad por pasajero, logrando ventas de 870 mil dólares.

Un adecuado manejo de la relación con las líneas aéreas permitió mantener las comisiones de éstas a niveles muy altos, con la incorporación de Aerogal como proveedor de servicios para los huéspedes del Isabela y Finch Bay Hotel. Gracias a un acercamiento con nuestros proveedores de servicios de tierra se logró mantener los costos del 2005 en la mayoría de los proveedores, con lo cual el margen de operación pasó del 26% al 28%.

Se desarrolló una red de ventas de última hora, cuya capacidad de colocación de espacios es de aproximadamente el 10% de la capacidad total del Santa Cruz. Esto nos garantiza maximizar la ocupación y rentabilidad por salida.

En general, el 2006 fue un año de crecimiento en los mercados de Estados Unidos, Italia, España, Benelux y Reino Unido, mientras que Alemania y Latinoamérica se mantuvieron estables y Japón tuvo una disminución en sus ventas debido a una reducción de la conectividad aérea.

Los resultados de ventas en el 2006 fueron altamente gratificantes y significaron un ingreso adicional para la compañía de cerca de 2.7 millones de dólares.

En el cuadro que sigue se puede comparar los resultados del 2006 respecto del año anterior

Cuadro de Receptivo.-

Número de Pasajeros, Ventas Totales y Ventas por Pasajero Período 2005-2006

Descripción	2005	2006
Número de Pasajeros	32.980	30.681
Ventas (\$)	30.132.221	32.358.000
Ventas por pasajero (\$)	913,65	1054,66

Ocupación y Tarifa Promedio Barcos Período 2005-2006

Descripción	2005	2006
Ocupación Santa Cruz	91,46%	93,33%
Tarifa Promedio Santa Cruz	282,09	323,20
Ocupación Isabela	92,01%	93,5%
Tarifa Promedio Isabela	328,97%	327,10
Ocupación Finch Bay	73,23%	* 71,56%
Tarifa Promedio Finch Bay-Hotel	97,67	118,08
Tarifa Promedio Finch Bay-Paquetes	223,53	262,87

* Más paquetes que hotel



Se aprecia que un menor número de pasajeros usan Land pero dejan un margen mayor.

El plan de comercialización que logró niveles altos de cumplimiento del presupuesto en el primer semestre, se vió afectado en el segundo por el Mundial de Fútbol y por la realización de un dique de emergencia en diciembre del Isabela II

Operaciones.-

En el 2006 se llevaron a cabo varias operaciones complejas:

-Dique en Mayo/06 del Isabela II para poner a punto el yate y cumplir con las normas de la sociedad clasificadora.

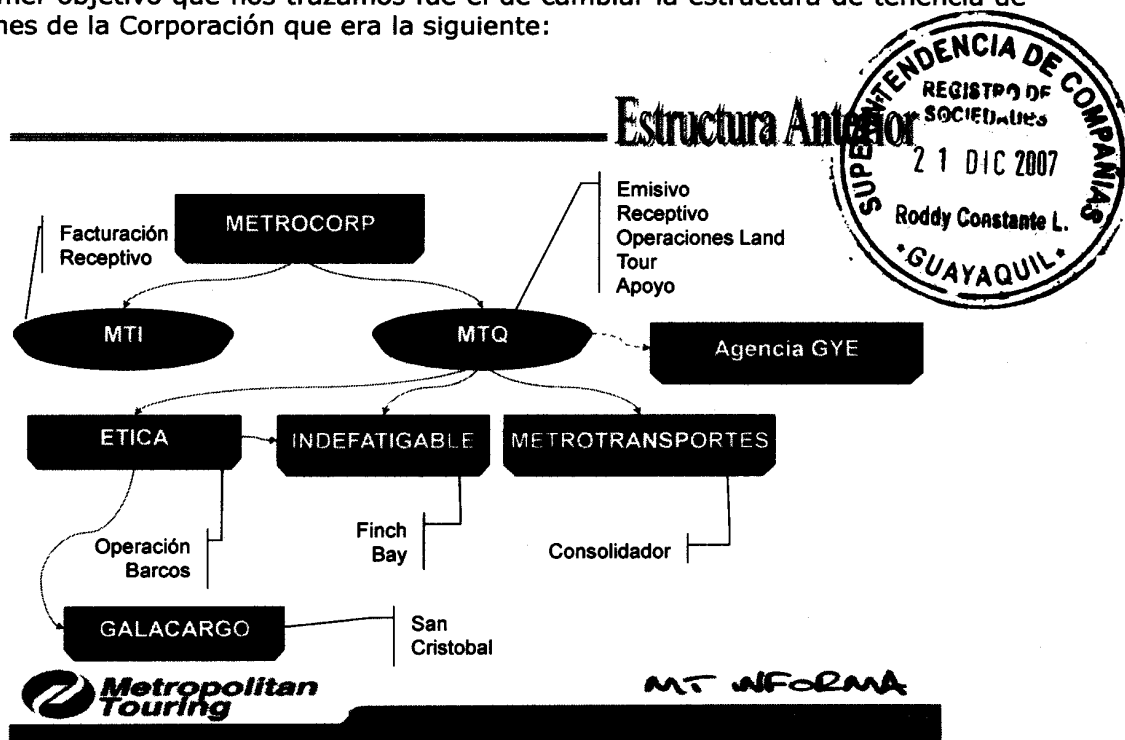
-Dique de emergencia en Diciembre/06 del Isabela II por haberse detectado un desgaste inusual en uno de los ejes del barco.

-El grado de satisfacción de los pasajeros en nuestros 4 productos, Santa Cruz, Isabela II y Chiva Express, siguieron en el 2006 a niveles de excelencia y con demanda creciente.

Finanzas y Administración.-

El año 2006 fue de grandes retos en el área administrativa y financiera.

El primer objetivo que nos trazamos fue el de cambiar la estructura de tenencia de acciones de la Corporación que era la siguiente:



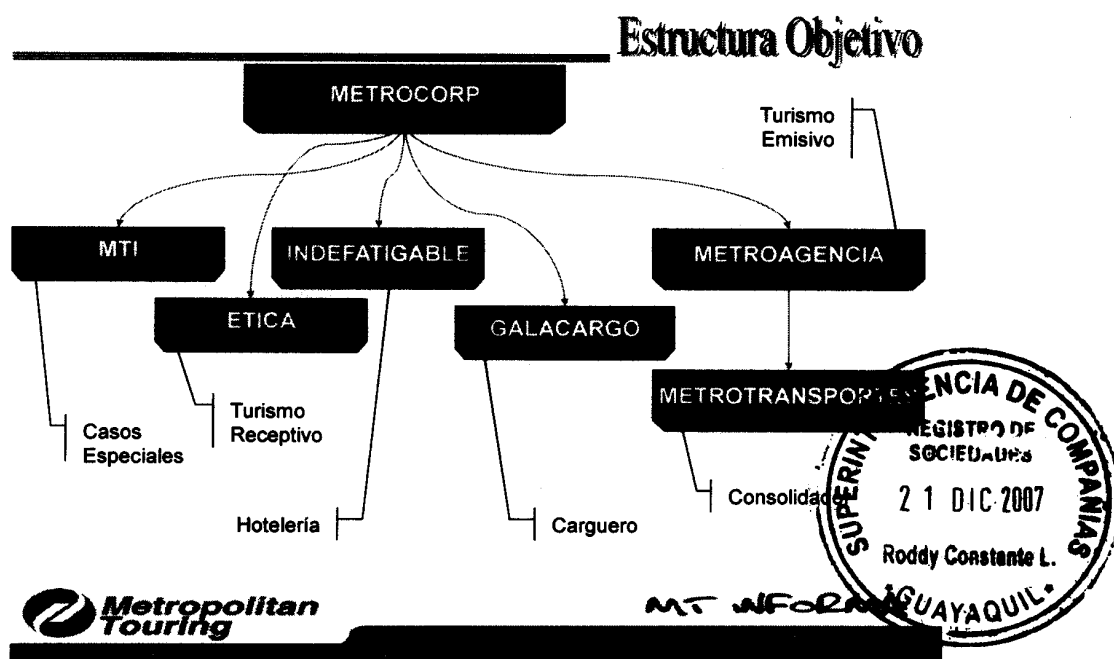
Luego procedimos a cambiar la estructura de facturación por lo que Etica absorbió todo el negocio de Turismo Receptivo, emitiendo el 100% de las factura del negocio

y recibiendo el 100% del ingreso del mismo. (Recordemos que antes, de toda venta el 32% iba a MTI, operación que, por las regulaciones nuevas del SRI de precios de transferencia, no se podía mantener.)

La segunda medida fue trasladar al personal de receptivo que laboraba en MTQ a Etica.

La tercera fue crear una nueva agencia de viajes (Metroagencia), (proceso que se concretó en el 2007) y trasladar todo el personal de emisor a esta nueva empresa, para finalmente proceder a absorber MTQ por parte de Etica.

La estructura accionarial quedará entonces así:



Por otra parte se integró siete contabilidades diferentes que operaban en distintos lugares y con personal disperso, en un solo sistema que con interfaces permite empatar el sistema contable hotelero (Zeus), con el de contabilidad y finanzas (JD Eduards) y este con el de la agencia (E-travelsoft) y dentro de poco, con el de reservas de receptivo (ITOS).

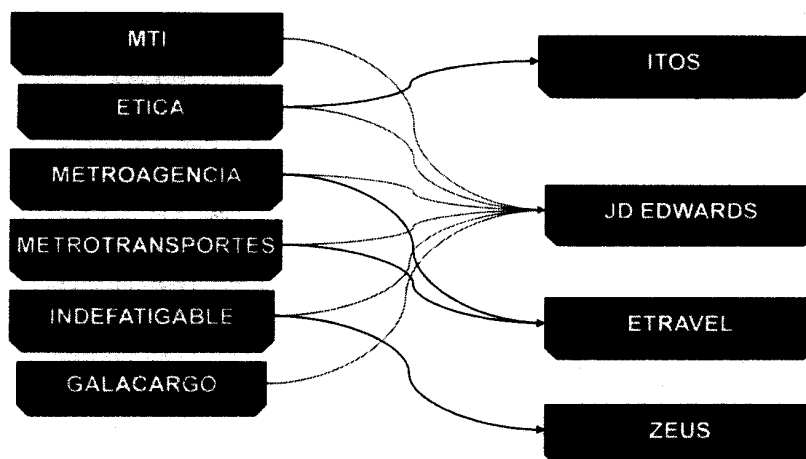
Contabilidad Anterior

MTI	SIAF, Reservas, Turismo
MTQ	SIAF, Etravel, Reservas, Turismo
MTQ Agencia GYE	Etravel, GYE
METROTRANSPORTES	SIAF, Etravel
ETICA	SIAF, GYE y Pto. Ayora
INDEFATIGABLE	SIAF, GYE y Pto. Ayora
GALACARGO	SIAF, GYE



MT INFORMA

Contabilidad Objetiva



MT INFORMA

Se hizo también un trabajo cuidadoso para poder pagar a todo el personal a la cuenta bancaria de su preferencia a través de un servicio especial de Citibank.

A pesar de las dificultades de flujo de caja que ha tenido ETICA se ha logrado cumplir contadas las obligaciones financieras, mejorando así la imagen de la compañía ante la banca.

En el campo administrativo hubo un esfuerzo muy grande relacionado con el cambio de sede de la Corporación: significó vender los pisos de Quilate en el antiguo edificio, traslado al Edificio Las Palmeras, venta y reasignación a Guayaquil y Galápagos de los muebles de Quilate y compra de muebles para la sede.

Recursos Humanos.-

El primer esfuerzo fue la definición de la nueva Misión, Visión y Principios de servicio de ETICA que luego fue difundido a todo nivel en las empresas de la organización.

Luego se realizó el traspaso del personal de MTQ a Etica, con los respectivos cambios de contratos, unificación del sistema de pagos y beneficios.

Después se definió y legalizó el reglamento interno, se levantó el manual de funciones, los nuevos organigramas y las políticas corporativas.

En capacitación se hizo un diplomado de gerencia para más de 40 ejecutivos y un programa continuo de capacitación para todo el personal. Se llevó a cabo la campaña "trabajo en equipo" y "conozca al Ecuador".

Se sistematizó a nivel nacional los roles de pagos, vacaciones, contratos de trabajo, certificados, ingreso de personal, ficha de cada empleado. Se hicieron exámenes médicos básicos y control médico para todos los empleados.

Se realizaron varios talleres con distintos colaboradores a nivel nacional, para detectar sus necesidades y poder dar solución de los conflictos.

Por último se llevaron a cabo actividades sociales como campañas de deportes, actividades día de la madre, padre y Navidad para toda la Corporación.

Sistemas y Procesos.-

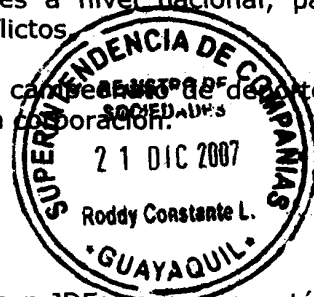
Este departamento trabajo en cuatro áreas:

-Aplicaciones: Se desarrollaron las diferentes interfases con JDE; se implementó el sistema Vector para el control de flujos de trabajo.

-Procesos: se creó el departamento de mejoramiento continuo y se creo la Metro Net con información de procesos, política, manuales, formularios. Se hizo la revisión a más de 100 procesos y reestructuró el 30% de ellos.

-Comunicaciones: se hizo el enlace satelital para embarcaciones; el enlace satelital Etica- Galápagos; el enlace inalámbrico Finch Bay Hotel Etica Galápagos; el enlace Internet VPN Etica-Cuenca y el enlace de datos e Internet y seguridades de Etica Guayaquil.

-Hardware: se instaló un sistema muy avanzado el servidor pSeries 550 ERP; se cambiaron 65 PCs de escritorio y 120 monitores LCD en la matriz; se instaló la



nueva central telefónica con 200 extensiones, 120 teléfonos físicos IP, 60 teléfonos software IP, 4 enlaces E1 y 20 líneas troncales. Se instaló un sistema inalámbrico en la oficina matriz.

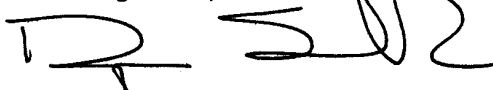
-Cambio de Edificio Oficina Matriz: Se instaló un moderno centro de computo con los últimos avances de la tecnología; se instaló un sistema de red de datos LAN con 200 puntos de red de voz y datos y un backbone de fibra óptica; se instaló un sistema de red de datos WAN con enlaces a las agencias urbanas, proveedores de Internet y enlaces a las agencias interurbanas.

Conclusión.-

El año 2006 fue definitivamente el de la consolidación, que permitió que aparezca por primera vez Metropolitan Touring como primera y ETICA como segunda de las empresas más respetadas del Ecuador en el campo del turismo por la encuesta de Price Waterhouse Coopers y la Revista Líderes del Diario El Comercio.

Debo decir que me siento tremendamente orgulloso de poder dirigir a un gran número de colaboradores que con gran entrega y ahínco han sacado adelante a esta empresa que es el símbolo del pionerismo y la calidad en la experiencia turística del Ecuador.

Muchas gracias,



Roque Sevilla
Presidente

