

**ACTA DE LA JUNTA GENERAL ORDINARIA DE SOCIOS DE LA COMPAÑÍA DENOMINADA
"ANDANDOTOURS CIA. LTDA.", REALIZADA EL DÍA 25 DE MARZO DEL AÑO 2019.**

En Quito, a los quince días del mes de marzo del año dos mil diecinueve, a las 09h30, en el local de la compañía situado en la calle Moreno Bellido N 6 – 167 y Av. Amazonas, se reúnen en Junta General Ordinaria de Socios de la compañía Andandotours Cia. Ltda., los señores Federico Angermeyer Kubler, titular de ciento setenta y un mil ochocientos setenta y cinco participaciones ordinarias y nominativas de cero punto cero cuatro centavos de dólar de los Estados Unidos de América; la señora María del Rosario Mejía Urrutia, titular de setenta y ocho mil ciento veinte y cinco participaciones ordinarias y nominativas de cero punto cero cuatro centavos de dólar de los Estados Unidos de América; y, señor Carlos Manuel Beate Mejía, titular de sesenta y dos mil quinientas participaciones ordinarias y nominativas de cero punto cero cuatro centavos de dólar de los Estados Unidos de América, por lo que se encuentra presente el cien por ciento del capital social de la empresa, constituyéndose por lo tanto, en Junta General Universal de socios, de conformidad a lo que dispone el artículo 238 de la Ley de Compañías.

Preside la sesión el señor Federico Angermeyer K. y actúa como secretaria la señora Rosario Mejía Urrutia. La presidencia dispone se dé lectura a la Convocatoria a Junta General, la misma que dice: Quito, a 15 de marzo del 2019.-

CONVOCATORIA.- Se convoca a los socios de la Compañía ANDANDOTOURS Cia. Ltda., a la Junta General Ordinaria de socios a realizarse el día lunes 25 de marzo del 2019, a las 9h30, en las oficinas de la empresa, ubicadas en la calle Moreno Bellido E6-16 y Av. Amazonas de la ciudad de Quito, D.M., para tratar el siguiente orden del día: 1.- Conocimiento e informe de los administradores sobre las actividades en el ejercicio económico del año 2018; 2.- Conocimiento de cuentas, balances y resultados del ejercicio económico 2018; 3.- Destino de utilidades y análisis sobre la distribución de beneficios sociales; 4.- Conocimiento sobre las Cuentas por cobrar que mantiene la empresa a su favor; y, 5.- Análisis y resolución sobre la obtención de créditos para la empresa.- La presente convocatoria se pone en conocimiento de los socios, mediante comunicación escrita y de manera especial, mediante correo electrónico, a la dirección de cada socio registrada en la empresa. Atentamente, - María del Rosario Mejía Urrutia.-

Aprobado el orden día para el que se ha convocado la Junta General, la Presidencia dispone se trate el primer punto del orden del día.

1.- Conocimiento e informe de los administradores sobre las actividades en el ejercicio económico del año 2018.

Estados Financieros:

Estado de Situación:

Es importante destacar que el activo total de \$ 548.159.32, que en su gran mayoría son cuentas por cobrar a corto plazo, y anticipos a futuros crueros, que se convierten en una inversión, también a corto plazo. El activo, este año, superó los \$ 500.000,00, lo que nos obliga a tener auditoría externa.

En el pasivo, las cuentas importantes por pagar a corto plazo son empleados, proveedores y tarjetas de crédito, que suman \$286.022,01 y que obedecen a un tema temporal debido a que el último trimestre los gastos son muy altos y los ingresos son iguales al resto del año. Adicional tenemos un anticipo a clientes de \$1.826.951,68, de los cuales están entregado todo a los proveedores del servicio (incluyendo Mary

Anne y Passlon) En el pasivo a largo plazo tenemos solo las provisiones por jubilación y desahucio que la ley nos obliga a provisionar y que suman \$215, 926.17

En el patrimonio tenemos \$29,526,55 y tuvimos una utilidad de \$16,725.53, que por la situación actual sugiero se reinvierta en su totalidad.

Estado de Resultados:

Ingresos: Es muy importante anotar que AT maneja sus ventas en dos momentos:

III. Lo que se proforma en un periodo de tiempo (anual, por ejemplo) y que puede ser operado en cualquier momento en el futuro. Este dato, que llamamos **PROFORMADOS** es el que maneja Ventas y Marketing; y si bien es muy importante para planificar el crecimiento de la compañía, así como el rendimiento de los mercados y los vendedores, no puede ser contabilizado y por ende tomado en cuenta como un ingreso y un generador de utilidad en el presente.

IV. Lo que se opera y que por ende se convierte en una venta real, pues se factura y se contabiliza, lo que produce la utilidad del periodo. Así mismo esta venta tiene dos valores diferentes

- Lo que se proforma y que es lo que se le cobra la cliente y que llamamos **VENTA**; y,
- Lo que factura directamente AT, es decir el valor neto de la comisión o el sobrante en el costo del producto y que es el ingreso real de la Compañía y que llamamos **VENTA NETA**

En ese sentido si bien AT tuvo un incremento importante en el 2018 (10% en ventas y 23.4% en ventas netas) aún el ingreso neto es de apenas un 12.97% este porcentaje, que ha crecido en el último año en más del 2 puntos (15% en números) gracias a la venta de pasajeros directos y el aumento de ventas en productos más rentables como son los "land services" aún no es suficiente para conseguir hacer la inversión en Marketing, Publicidad y Productos propios que se requiere para un crecimiento óptimo.

Gastos: En los gastos, solo son realmente dignos de un profundo análisis y reestructuración, 3 rubros en los que estamos trabajando de manera continua para hacerlos más eficientes:

- **El de personal** que con \$ 827.174.22, ocupa el 72.04% del ingreso total de AT, particularmente incrementado por la reestructuración de Operaciones, pues debimos asumir algunos valores importantes por despidos y contratar hasta 8 personas para poder regularizar lo atrasado, esto significó un incremento de 16% de lo presupuestado para el año. Esperamos que el programa Gabook 2.0 nos permita ser más eficientes en esta área. Adicionalmente debemos asumir que este rubro se incrementa considerablemente por las comisiones, que al subir las ventas aumentan automáticamente; así mismo por la contratación de personal experto en el área de ventas, programación y marketing los que también considero una inversión.

- **El de Marketing** con \$ 135.890.28 que ocupa el 12% y que en realidad es una inversión a futuro, ya que las acciones de este año solo las veremos reflejadas en las ventas de próximos años. Siendo un rubro que se debe vigilar de cerca no podemos escatimar en él, ya que se traduce en ventas futuras. El área comercial dentro del comité de Marketing, al que también asisto, decide las acciones anuales y las mide y rectifica de manera periódica.

- Finalmente, los gastos financieros, no operacionales, pero que afectan nuestra utilidad, son fundamentalmente multas por atrasos y débitos bancarios por movimiento de dinero. Suma \$ 52.782.45, es decir el 4.62% de nuestro ingreso. Al respecto este año logramos abrir una cuenta en el exterior (Pichincha Miami) que reducirá considerablemente el valor de transferencias. Adicionalmente, con los préstamos que estamos negociando esperamos superar la situación de insolvencias que nos obliga a pagar constantemente multas e intereses al estado, a las tarjetas de crédito y a los bancos

Informe Comercial

La gerencia comercial es la encargada de coordinar y supervisar el trabajo conjunto de las áreas de producto y operación y marketing y ventas.

Las áreas de marketing y ventas presentan sus informes individuales, que están adjuntos a este documento.

Además de la coordinación de estas áreas, la gerencia comercial a planeado y ejecutado las siguientes acciones durante el periodo 2018

- **Reestructuración del departamento de producto y operaciones:**
A comienzos del año 2018, Andando Tours se vio en la necesidad de reemplazar y crecer el volumen de ventas de Ecuador continental y programas alternativos en Galápagos. Esta reestructuración se llevó a cabo desde enero, en que reemplazamos al gerente del departamento.

- **Búsqueda y contratación de una empresa de desarrollo de software:**
Para desarrollar un programa informático que cubra las necesidades operativas y administrativas de la empresa, Andando Tours contrató a Sistemplan, empresa que se encuentra al momento desarrollando el software "Gaboook 2.0", que entrará a la fase de pruebas en el mes de abril. Este sistema permitirá un control mucho más minucioso de cada detalle del proceso de venta y operación, así como una operación más eficiente, que utilice menos recursos.

- **Reestructuración de los procesos operativos:**
Con la finalidad de que nuestros colaboradores de operaciones puedan trabajar de mejor y como un equipo con el departamento de ventas, se planeó una reestructuración de los procesos operativos para que a cada vendedor se le asigne un operativo, para que así este operativo este al tanto de todo lo que ocurre con los files y aprenda las especificaciones de cada mercado emisor.

- **Unión Hotelera:**
Ya que los hoteles y otras propiedades dedicadas al turismo son aliados estratégicos y necesarios, Andando Tours ha formado una asociación de propiedades turísticas cuya finalidad es aprovechar esta unión en diferentes ámbitos, como son la posibilidad de promocionarse en conjunto, contratar representaciones en mercados clave, bajar los costos operativos aplicando economía de escala y planificando capacitaciones para que cada uno de los miembros pueda beneficiarse de las experiencias del resto. Esta Unión hotelera está siendo constituida y será lanzada al público en el mes de mayo, de la mano del banco del Pichincha que la auspicia y financia. Cabe recalcar que las 2 embarcaciones de Angermeyer Cruises constan como miembros fundadores de la asociación y Andando Tours es el operador oficial.

- **Apertura de sucursal en Alemania**
Ya que Europa continental es el mercado más importante para Ecuador continental, Andando Tours está planeando la apertura de una sucursal en Alemania que le permita vender al público alemán directamente así como poder entender de mejor manera los pedidos de todos nuestros clientes (agencias) Europeas, que necesitan respuesta a sus pedidos en la misma zona horaria. Actualmente estamos trabajando con Anne Kadler, que reside en Dresden y atiende a todos los clientes europeos de Andando Tours. Sin embargo, esta cartera ha tenido un crecimiento importante y sostenido, lo que nos lleva a impulsarlo con más recursos para poder cimentar y continuar el crecimiento, siendo la sucursal en Alemania la mejor manera para lograr este crecimiento.

Informe de Marketing

Acciones realizadas por Marketing 2018

B2B

- Estructuración, desarrollo de contenido, diseño y supervisión de la documentación de productos y tarifas de Andando Tours.
- Organizar y alimentar la base de fotos de Andando Tours.
- Creación de brochures, mapas, regalos y materiales gráficos para ferias y road shows.
- Presentaciones de producto y mercado en inglés, español y portugués para presentarnos en webinars a distintos mercados.
- Emailing y comunicados a agencias.
- Programación y supervisión de procesos de ventas e inteligencia artificial de mercado dentro de la herramienta de Customer relationship management.
- Implementación de Task Manager dentro del flujo de trabajo.
- Atención de pedidos varios del departamento de ventas y gerencia comercial, cómo envío de mails para citas, llamadas, follow-ups, etc.
- Manejo de canales sociales de Andando Tours y sus productos.
- Gestión y cambios en las webs unbranded.

B2C

- Coordinar viajes para periodistas, celebrities e influencers.
- Posicionar la marca Andando Tours y M/Y Passion para recibir solicitudes referidas a través de diferentes medios digitales.
- Incorporar enlaces en páginas de relevancia y directorios para atraer mayor tráfico.
- Publicidad en Adwords para promocionar fechas específicas.
- Publicidad en revistas digitales relacionadas con el mercado de lujo.
- Optimización continua de elementos y fallos web para: mejorar el posicionamiento y la navegación de los usuarios en la web.
- Planificación del proyecto de la API y del cotizador web.
- Asignación de pedidos, seguimiento de los mismos y decisiones de ventas en su trato con directos.
- Aumentar contenido y recursos en la web.
- Proveer a terceras partes recursos sobre la historia de Andando y Angermeyer Cruises para dar a conocer nuestra historia y aparecer en medios de comunicación de manera orgánica.
- Envío y supervisión de solicitudes de Reviews con clientes en plataformas digitales.

Informe de Ventas

EN GENERAL:

Las ventas de Andando crecieron un 25.06% del 2017 al 2018. Los cambios en personal y funciones muestran resultados positivos. El volumen de venta es muy limitado debido a que tenemos solamente dos barcos que podemos vender con fechas en nuestro activo. Superar las ventas del 2018 en el 2019 va a ser complicado por tener producto limitado. La meta es mantener el mismo monto. El año 2018 fue muy positivo comparado con el 2017; sin embargo, aún estamos debilitados en mercados claves como de USA y mucho más en Canadá, que requieren más trabajo y una inversión mayor.

Ferías:

- ITB (Berlín): Como Anne tiene bastante experiencia en el mercado alemán atendiendo la ITB, el resultado fue muy positivo, ya muchos clientes gigantes quieren trabajar con nosotros, pero hemos tomado la decisión que no estamos listo aún para trabajar con clientes grandes por el servicio de operaciones. Fortaleciendo esta área podremos atenderlos responsablemente.

- ELA (London): Esta es la feria más productiva que atendemos. Por ELA no vamos a la WTM porque básicamente se reúne con la misma gente. El crecimiento del mercado británico sigue creciendo.
- TMLA (Buenos Aires): Fue una feria muy decepcionante, fueron e muy pocos buyers. Creo la tremenda bajada de la TMLA es por Emotions que es una competencia directa a la feria Pure, pero mucho más accesible para los Norte Americanos (la feria es en Buenos Aires).
- Travel Exchange (West Palm, FL): Era una decepción completa. Tratamos de llegar a los agentes de viajes de USA, pero lo único que quieren es vacaciones gratis en Galapagos, pero no había una intención seria de crear negocio. Hicimos otro intento en el 2019 con otra feria con un resultado similar lo cual nos da la conclusión que no es bueno para nosotros.

Representaciones:

- UK, Americas: Después de la salida de Wendy y Lillian la eficiencia se bajó bastante. Básicamente estamos pagando por un "brand", pero con respeto al negocio no es una gran ayuda. Estamos en el trámite de salir.
- USA, Bannikin: Una representación bastante buena que representa las empresas más fuertes en USA y Canada con excelentes conexiones para los tour operadores más importantes. Lamentablemente era demasiado caro ca. 40 mil USD al año que no podemos pagar.
- USA, Truemarketing: Un representante con muchos conexiones, pero para agentes de viajes. Resultado era muy malo por eso dejamos la contratación

Passion:

- Bajar el precio para ser más competitivo.
- ¿Por qué? Entrando muchos barcos de lujo que ofrecen tipos de acomodaciones que los mercados principales piden, lo cual dejó el Passion como una de las últimas opciones.
- Resultado: Passion se posiciono mejor en ambas secciones (B2B y B2C). La ocupación se mejoró considerablemente y llegan mucho más pedidos específicamente por el Passion.

Cabina sencilla

- ¿Por qué? Había un error de comunicación entre la oficina de Quito y de Galapagos. En Quito pensamos que va a ser una cabina doble adicional pero resultado por espacio y calidad de acabados no lo podríamos tomar en cuenta como cabina doble.
- Resultado: De ofrecer una cabina sencilla sin suplemento resultado bastante positivo, porque Andando es muy conocido por viajeros solos por el Mary Anne que tiene varias cabinas sencillas

Mejorar la reputación:

- ¿Por qué? Al inicio de operación el Passion sufrió por mala reputación porque la esperanza era distinta.
- Resultado: Competir con operadores como Haugan o Golden Galapagos nos hace muy difícil por la diferencia de producto. Lo cual se posiciono como un barco con fortaleza al servicio personalizado y el punto ecológico con la alianza con WildAid.

Mary Anne:

- Crear tarifas de temporada
- ¿Por qué? Revisando los números por salida había una tendencia muy clara de algunos meses donde vendimos bastante last minute, que en general desvalora el producto.
- Resultado: Tenemos salidas con más utilidad por semana y las ventas de last minute se bajaron.

Wilderness

- Problema: Bill se quejó de la tarifa alta del Mary Anne de 5290 USD por semana y por persona. De hecho, las fechas que escoge Wilderness se baja cada año entre 5 - 8%.

4

- Acción; en lugar de bajar la tarifa incluimos una noche en el Oro Verde pero tienen que coger dos noches (una pagada una gratis)
- Resultado; Tenemos excelentes condiciones con la cadena Oro Verde. Wilderness está bastante contento con la oferta y nos están produciendo ca 10,000 USD por mes en tierra.

Servicios de tierra:

- Island Hopping
 - Problema: desde el cambio de operaciones tenemos bastantes problemas con un proveedor que realmente sirve y que ofrece tarifas competitivas. Las cotizaciones están mal calculadas y la eficiencia es mínima.
 - Acción; Se negocio una tarifa con Geo Reisen que están especializado en Island Hopping, pero que no dieron mucha importancia a nuestros pedidos.
 - Resultado; Por ahora nada muy positivo que puedo compartir. Seguimos con quejas, tarifas altas, programas mal cotizadas con una bajada tremenda en las ventas de Island Hopping. Por ahora no encuentro una solución que puedo compartir

● Servicio Main Land

- Problema; Básicamente lo mismo como del Island Hopping, pero con menos competencia. No productos innovadores, no tarifas especiales, no muchos socios locales. Una tasa de errores sobre el 15% en los files operados.
- Acción; En Europa seguimos con el trabajo de promocionarnos como DMC, sin mayor novedad.
- Resultado; El hecho que Metropolitan Touring dejó de ofrecer servicios tailor made dejando una gran oportunidades para empresas más pequeñas para hacer negocio como a Andando Tours. De involucrar a Anne (desde Alemania) ayudo mucho en el crecimiento.

2.- Conocimiento de cuentas, balances y resultados del ejercicio económico 2018. En base al informe que la administración ha entregado a la Junta General de socios de la empresa, con respecto al punto del orden del día que se trata, la Gerencia informa que en el año 2018, existe una utilidad que asciende a la suma de \$ 16.690.80, incluyendo los impuestos, según podemos apreciar en las notas explicativas a los cuatro estados financieros. Luego de un corto análisis, la Asamblea General RESUELVE: Aprobar por unanimidad los balances generales y estados de pérdidas y ganancias de la compañía.

3.- Destino de utilidades y análisis sobre la distribución de beneficios sociales. Al respecto, La Gerencia solicita a la Junta que las utilidades que se han generado en el ejercicio económico del año 2018, sean reinvertidas en la empresa. Analizado el punto, la Junta lo aprueba por unanimidad

4.- Conocimiento sobre las Cuentas por Cobrar que mantiene la empresa a su favor. La Gerencia pone en conocimiento de la Junta el detalle de las cuentas por cobrar que existen en la compañía, destacándose en dichas cuentas, la que corresponde al señor Federico Angermeyer Kubler, quien luego del respectivo análisis acepta las cantidades y conceptos en los que se han originado dichas cuentas.

5.- Análisis y resolución sobre la obtención de créditos para la empresa.- La Gerencia pone en conocimiento de los asistentes, la necesidad de ampliar las actividades y oferta de servicios de la Compañía, debido a la eficacia de su área de ventas y a la limitación de espacios en las embarcaciones que representa. Esta ampliación de productos y servicios solo se puede hacer a través de la contratación de embarcaciones de turismo en la modalidad de viajes - charter, en las Islas Galápagos, adicional a que se requiere dinero para recuperar la provisión para jubilación y desahucio de los de los empleados para lo cual es necesario la obtención de un crédito que se estima sería en la cantidad de USD \$ 3.000.000

DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA.00/100, por lo que es necesario la aprobación de una nueva Junta General de Socios.

Tratado que ha sido el orden del día para el que fue convocada la sesión, la presidencia dispone un receso para la redacción del acta.

Reinstalada la sesión, se la aprueba por unanimidad. Concluye la sesión a las 11h00. F) Federico Angermeyer Kubler.- Presidente. F) Carlos Manuel Beate Mejía. - Socio. F) Rosario Mejía Urrutia. - Gerente- Secretaria. RAZÓN. - Es fiel copia del original que reposa en los archivos de la empresa.- LO CERTIFICO.-

Rosario Mejía Urrutia
Secretaria