

**INFORME DE GERENCIA GENERAL DE LA AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO
INTERNACIONAL ROCATRAVEL Cia. Ltda. CON RELACION A LOS ESTADOS
FINANCIEROS DEL AÑO 2.010**

Señores Socios:

En cumplimiento a lo que se dispone en los Estatutos de la Agencia de Viajes y Turismo Internacional ROCATRAVEL Cia. Ltda en el Art. Décimo Sexto, literal C, tengo a bien poner a consideración de los señores socios, reunidos en Asamblea Ordinaria, el Informe Económico correspondiente al año fiscal del 2.010

Es verdad que la industria del turismo a nivel mundial va en recuperación luego de la gran crisis del año pasado. Sin embargo esta recuperación es lenta e incide directamente en las Agencias de Viajes. Felizmente para ROCATRAVEL se encontró un nuevo mercado que lo constituye los pasajeros de nacionalidad cubana que, gracias al eficiente servicio que la agencia presta, se han constituido en la principal ruta de venta.

Mientras en el año 2007 las ventas superaron los 300.000 dólares, en el año 2008 hubo una disminución del 22% y en el año 2009 se reducen las ventas en el 12% con relación al 2008. En términos monetarios, desde el 2007 al 2009 disminuyen las ventas en \$ 93.700. Esta situación causó grave trastorno en la economía de la Agencia por cuanto se presentaron problemas de iliquidez de caja que no permitían cumplir con las obligaciones financieras. Para cubrir los compromisos hubo que recurrir a sobregiros y préstamos de accionistas que hasta el momento se están pagando.

Felizmente desde los primeros meses del año 2.010 se inicia la venta de boletos en la ruta a Cuba mejorando en forma notoria los ingresos, mismos que, en porcentaje mayor, se los realiza de contado determinando una buena liquidez que permite tener dinero suficiente para pagar las obligaciones presentes, cubrir obligaciones de la deuda anterior y realizar inversiones en Fondos Pichincha del banco del mismo nombre.

Las ventas netas del año 2.010 superaron los \$ 450.000, con un crecimiento del 116% con relación al año 2.009. Igualmente los ingresos crecieron en igual proporción y la utilidad del ejercicio, antes de pago de impuestos, cambia de \$ 204 a \$ 2.490. Existe razón suficiente para creer que el año 2.011 será superior en cuanto a ventas y servicios permitiendo reducir las obligaciones con terceros y con los socios.

La Agencia sigue manteniendo varias cuentas corporativas con la Policía Nacional y la Universidad Central. La mayor parte de estas instituciones compran boletos nacionales gracias a que somos parte del portal de compras públicas del INCOP, Instituto Nacional de Contratación Pública.



SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS

16 MAYO 2011

OPERADOR 9
QUITO

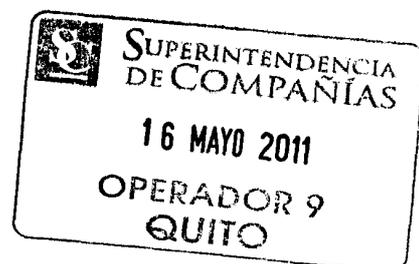
Con la finalidad de ofrecer un buen servicio y para atender el volumen de ventas fue necesario incrementar a tiempo completo una persona para el counter internacional así como mejorar la presentación física de la Agencia con la adquisición de muebles y equipo técnico como computadoras, impresoras y otros

De igual manera, para el cumplimiento de las obligaciones fiscales, tales como presentación mensual de declaraciones al SRI, retenciones del IVA e Impuesto a la Renta así como la presentación de los Estados Financieros a la IATA, se paga honorarios a un contador público autorizado. Todas las obligaciones tributarias se encuentran al día al igual que las financieras.

Es política de la administración el mantener una austeridad en el gasto para de esta manera poder cumplir las obligaciones financieras en forma oportuna y evitar mayores endeudamientos. Un equilibrio entre gastos e ingresos permitió tener una utilidad razonable. Habrá para el año 2.011 que pensar en gastos de publicidad, mejoras en el local y quizá pensar en abrir una oficina de ventas en el norte de la ciudad.

En el Estado de Situación el activo total es de \$70.107 que comparado con el del año 2.009 que fue \$ 33.751 significa un incremento del 141%. La base de este incremento está en el Activo Circulante que en el año 2010 superó en el 161% al del año anterior. La causa es el alto porcentaje de ventas en efectivo que permite retener por espacio de varios días el dinero hasta la fecha de pago al BSP, en unos casos, y en otros, plazos de por lo menos 30 días para boletos emitidos con tarjetas de crédito corporativas. El Activo Fijo mantiene la consistencia de los años anteriores. Con relación al pasivo en general se mantiene la misma relación que los activos en su crecimiento. La relación del pasivo total con el activo total es de 0.86 que significa el Índice de Deuda. El Índice de Liquidez, Activo Circulante sobre Pasivo Circulante es de 1.39 que representa que por cada dólar de deuda a corto plazo hay \$ 1,39 de respaldo. El Patrimonio presenta un incremento del 17% con relación al ejercicio anterior. Las Cuentas por Cobrar son a clientes no relacionados con plazos no mayores a 30 días, respaldados por cheques. Las Cuantías por Pagar se refieren en su mayoría a obligaciones con entidades financieras por pagos a tarjetas de crédito corporativas y de accionistas. Por esta razón, prácticamente no hay obligaciones mayores con el BSP y en los reportes semanales casi siempre estos son favorables a la Agencia

Con relación a los ingresos se aplicaron políticas de cobro por los servicios de emisión de acuerdo a especificaciones determinadas por ASECUT lo que ha permitido que los ingresos, por este concepto, sean mayores que las comisiones que pagan las aerolíneas. La Agencia de Viajes ROCATRAVEL mantiene un convenio Corporativo con COPA que consiste en la venta a esta aerolínea de una cuota anual de \$ 80.000. A cambio se nos reconoce una tarifa con descuento para los asociados. Esta cuota fue cubierta en creces.



Me permito dar la Junta General de Accionistas las siguientes recomendaciones para mejorar la situación financiera y poder mantenernos en el mercado.

1. Tratar de conseguir mayor número de Cuentas Corporativas porque estas ventas son permanentes.
2. Implementación de un sistema de publicidad que con bajo costo se pueda mantener informado al sector de comerciantes de tarifas de promoción que se presentan.
3. Estudiar la posibilidad de abrir una oficina de ventas en el norte de la ciudad que permita conseguir otros clientes de nacionalidad cubana que viven en sectores específicos.
4. Establecer nuevas formas de ventas implementando el sistema de CLUB DE VIAJES.
5. Tramitar un préstamo bancario a mediano plazo que permita contar con los recursos financieros para poder implementar políticas de mercadeo.

Quito, 02 de mayo del 2.011


Arq. Luis Romero Miffo
GERENTE GENERAL

