

## INFORME DE GERENCIA

### EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2006

#### **Antecedentes**

Holidays Travel Cia. Ltda., constituida el 03 de Diciembre de 1996, de acuerdo a la resolución de la Superintendencia de Compañías inscrita con el expediente # 53924, cuyo objeto social es el Fomento y Desarrollo Turístico Nacional e Internacional bajo el sistema de transporte aéreo, terrestre y marítimo de pasajeros nacionales y extranjeros.

En el año 2006, décimo año de nuestra gestión, seguimos la lucha constante por la supervivencia previo a la comisión cero, los últimos 12 años las agencias a nivel mundial hemos vivido una serie de cambios, como el surgimiento de Internet, la pérdida de comisiones que pagaban las aerolíneas, las recesiones económicas, dos guerras de ataques terroristas, epidemias y desastres naturales, entre otros. Nuestro escenario cambia todos los días.

El numero de agencia de viaje baja sustancialmente debido a estos antecedentes, un porcentaje considerable de personas realiza la reserva online, con el acceso al Internet atraídos por tarifas promocionales de bajos costos, pero de condiciones muy restringidas. A pesar de este panorama estamos luchando por sobrevivir, dirigiendo nuestro servicio al cliente como Agente-Consultor, vendiendo valor, no precio, asegurando el seguimiento y control de costos, facilitando la adhesión a las políticas de viajes corporativos, negociando descuentos para grupo, suministrando asesoramiento sobre el viaje y destino, el cliente reconoce que el Agente-Consultor agrega valor, destrezas que van mas allá de la mera emisión de un pasaje. Las Agencias de Viaje a nivel mundial, siguen intermediando el 80 a 85% de los ingresos de las aerolíneas.

Nuestra meta es conseguir en nuestro país, el reconocimiento de los canales de distribución y del cliente, la necesidad del servicio del Agentes de Viaje, para las ventas de reservas de cruceros, tours y paquetes turísticos, pasajes aéreos, plazas hoteleras, alquileres de autos, seguros de viajes etc. etc. cobrando cargos por servicios (fee), por concepto de planificación, búsqueda y venta de servicios turísticos. Como en el mundo entero, los medios juegan un papel muy importante. En Ecuador algunas líneas aéreas comenzaron a cobrar los FEE, las personas son capaces de entender e incorporar a sus hábitos de consumo, así fue como en Norte América y Europa, países pioneros, entendieron que las Agencias de Viaje no son ONG's y que, tras el fin del modelo de las comisiones, tenían que conseguir ingresos de otro lado, no se pueden hacer las cosas gratis, el trabajo de intermediación hay que remunerarlo. ASECUT implemento en el año 2002 una tabla de cargo por servicios profesionales, aprobada en el Directorio Nacional de ASECUT, en la Asamblea General de ese año.

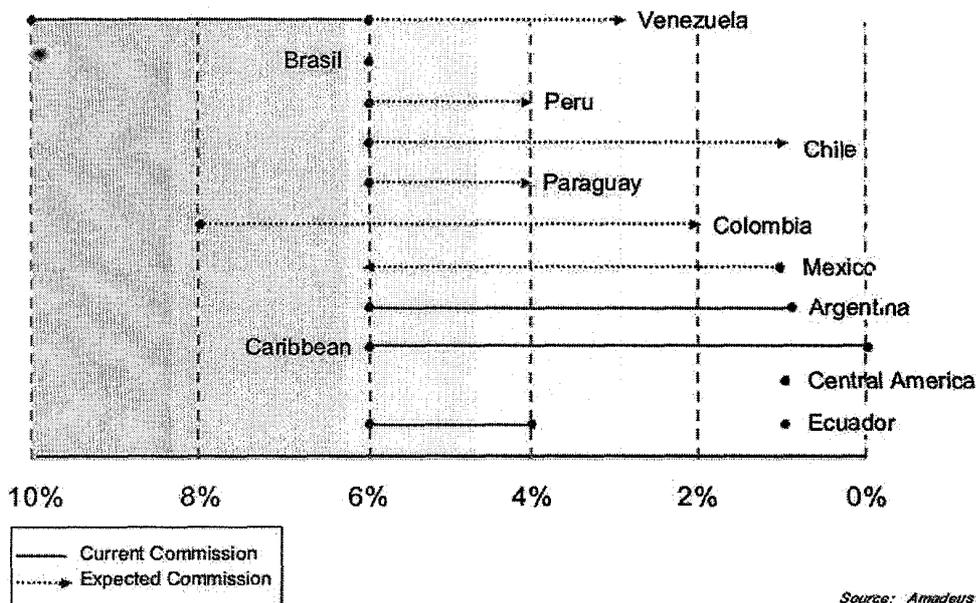


AGENCIA DE VIAJES  
**PRINCIPALES ACTIVIDADES REALIZADAS**

A continuación paso a detallar algunos de los principales eventos que pasaron en el 2006 y que han determinado que Holidays Travel tenga los logros y problemas que se presentaron durante este año:

1. En el primer trimestre de este año, las líneas aéreas KLM, TACA, AVIANCA, AMERICAN, COPA, notificaron la baja de comisiones al 1%, en diferentes fechas y con el fin de compensar a las agencias, algunas de ellas presentaron convenios de sobre comisión en base a metas de cumplimiento, por lo que se decide empezar el proceso de consolidar las ventas con Agencias del grupo, analizando las metas y proyecciones de ventas para ver las conveniencias y beneficios mutuos. Se presenta un cuadro comparativo en relación con otros países.

**Airline basic commission**



2. Sobre las denuncias presentadas a ISGAL y la Inmobiliaria Naranjo Ordóñez empresas que perjudicaron a nuestra compañía con USD 10.984,53 en el año 2005, consiguieron el sobreseimiento, Según el criterio del doctor Francisco Carrasco, abogado de la empresa sobre estos casos revisados en la Fiscalía en diciembre del 2006, indica: " que estas denuncias tienen por objeto sancionar penalmente a los autores del delito de estafa denunciado y un posible resarcimiento de daños y perjuicios posteriormente, lo que no asegura que la compañía recupere estos valores materia del perjuicio, por lo que soy del criterio que estos valores sean dados de baja en los libros contables de la Compañía".
3. En Mayo, la señorita Katherine Duran, contratada para manejar el área de Turismo Receptivo reporta que fue víctima de un asalto y que le robaron la computadora portátil proporcionada por Amadeus que se le asignó a ella para dar servicios a una cuenta europea que empezaba a realizar negocios;



## **HOLIDAYS TRAVEL** Cia. Ltda.

AGENCIA DE VIAJES

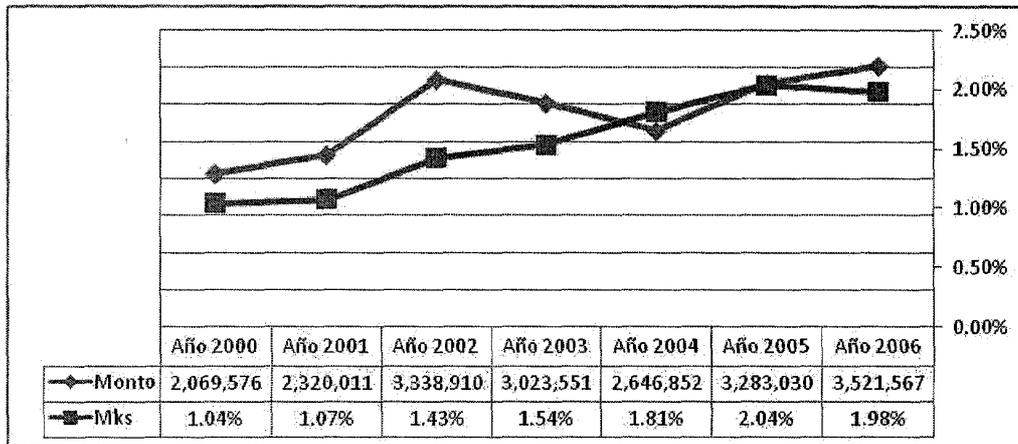
- realizamos investigaciones sobre el robo y sobre sus actividades y descubrimos muchas irregularidades y deficiencias en su trabajo, lo que nos obliga a presentar denuncias por abandono de trabajo, otra por el robo y otra por faltas de pagos de varias facturas, luego de un proceso de conciliación, se logra recuperar USD 2.807.99 de ventas realizadas por dicha empleada, quedando pendiente la cuenta de la empresa RACM que adeuda a la empresa el valor de USD.10.663.36 y el pago de USD 500.00 del deducible que cobra la compañía aseguradora de Amadeus.
4. En este año se ha logrado promocionar y vender algunos grupos de paquetes de sistema todo incluido a varios clientes y grupos, lo que nos han permitido lograr una utilidad mayor que el emisor, lo que nos anima a impulsar la promoción de estos productos. Como grupo Global estamos trabajando para conseguir auspiciantes para poder lanzarnos al mercado y poder impulsar nuestros productos y servicios.
  5. En el mes de Julio, recibimos la notificación de la IATA solicitando una Garantía Bancaria para cubrir importe de situación de riesgo, debido que el Capital de Trabajo de nuestra empresa no cubre el monto requerido. Después de analizar varias posibilidades calificamos para entrar al Default Insurance, (seguro mensual variable calculado en base al monto de ventas a contado), en lugar de presentar una Garantía Bancaria, con este seguro internacional se logra que el costo de la prima resulte mas baja que la del mercado nacional.
  6. El 11 de Septiembre fuimos notificados por la Defensoría del Pueblo por una queja presentada por la señorita Evelyn Ganchozo sobre el reembolso de una venta realizada por la Agencia GSA de Guayaquil, con quien tenemos convenio de emisión de boletaje, situación que nos llevo a contratar los servicios jurídicos para aclarar y desvirtuar nuestra responsabilidad en el hecho y que en el mes de noviembre se rompa dicho acuerdo de venta.
  7. Ernesto León Agente de Counter reporta una venta de USD 6.466.60 la misma que fue cancelada con tarjetas de crédito, las que posteriormente fueron rechazadas el pago por el banco emisor, quedando bajo su responsabilidad la recuperación de estos valores.
  8. Analizando la productividad y rentabilidad de la oficina de información que tenemos Holidays Travel-Econo Nativa en el Hotel Marriott, y en vista de que nos ha ocasionado mas problemas y algunas perdidas y, debido a que el hotel autorizo el ingreso de Gray Line como un operador directo de Turismo Receptivo para realizar los servicios en el hotel, se decide vender los activos, disolver la asociación y se procede a negociar con Xcelentour, dicha compra en un valor de USD 6000.
  9. En el mes de octubre Copa decide cortar el acuerdo de sobre comisiones que tenía con la agencia, lo que implica que refuerce la conciencia de direccionar las ventas y apoya la gestión de coordinar con otras agencias la emisión compartida de boletos. Se empieza a emitir Copa con otras agencias del grupo.
  10. Con la incorporación de la tecnología se logran mejores niveles de productividad por agente de counter pasando de un promedio de ventas de USD 547.171 a USD 586.927 por cada uno (total de ventas/personas de counter), un incremento de 7.27% de rentabilidad por cada uno, se acota que el estándar internacional es de USD 500.000.

Como resultado de todas estas gestiones, la empresa termina en puesto 7mo en ventas a nivel nacional, según el reporte de BSP de boletos internacionales.

### GESTIÓN FINANCIERA

Continuando con la optimización de procesos, se realizan varias reuniones con el personal con el objetivo de que entiendan el objetivo de direccionar ventas hacia aerolíneas que dejan mayor rentabilidad a la agencia, este accionar se observa al contrastar los resultados obtenidos en relación al 2005, esto unido a la coordinación de las emisiones con otras agencias, se observa un incremento de un 34.65% en los valores facturados por este rubro.

Por la gestión de fidelidad de clientes y por el alto nivel de eficiencia del personal de la agencia, se observan que las ventas aumentaron en un 7.27% frente a un 6.77% de incremento del mercado, tal como se observa en el gráfico adjunto, aunque porcentualmente se observa una pequeña disminución del 2.04% al 1.98% de Market Share.



Hay que señalar como relevante el hecho de que al emitir boletos de Copa en otras agencias del grupo, se consigue llegar con mejores porcentajes de ventas (market share) con otras aerolíneas, lo que a su vez se refleja en un mayor ingreso por cumplimiento de ventas. Lo que también afecta el resultado relativo de ventas sobre todo a finales de año aproximadamente un 1% mas en ventas desviadas a otras agencias que no están reflejados en las cifras anteriormente indicadas.

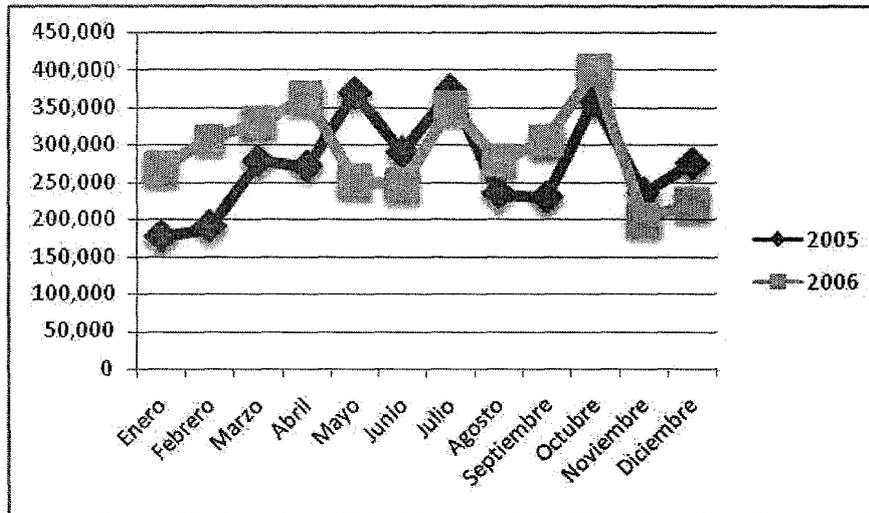
Se mejora la liquidez de la empresa con el esfuerzo conjunto de sustituir ventas a contado con ventas con tarjetas de crédito, por esta gestión se pasa de un 48.5% a un 53.34% de porcentaje de las ventas a crédito.

El monto de utilidades se mantiene en los mismos niveles, sin embargo, se mejora la liquidez de la empresa y se disminuyen los montos de cuentas por cobrar en un 64.74% y los pasivos en un 50.63%, tal como aparece en los balances del 2006 que se adjuntan al presente informe.

AGENCIA DE VIAJES  
**Problemas presentados**

Uno de los principales problemas presentados se constituyó la falta de liquidez de la empresa, ya que muchos clientes postergaron los pagos o los difirieron unilateralmente a periodos de mas de un mes, esto junto con la garantía sobre las ventas en efectivo, constituyeron en una oportunidad de mejorar el uso de las tarjetas de crédito.

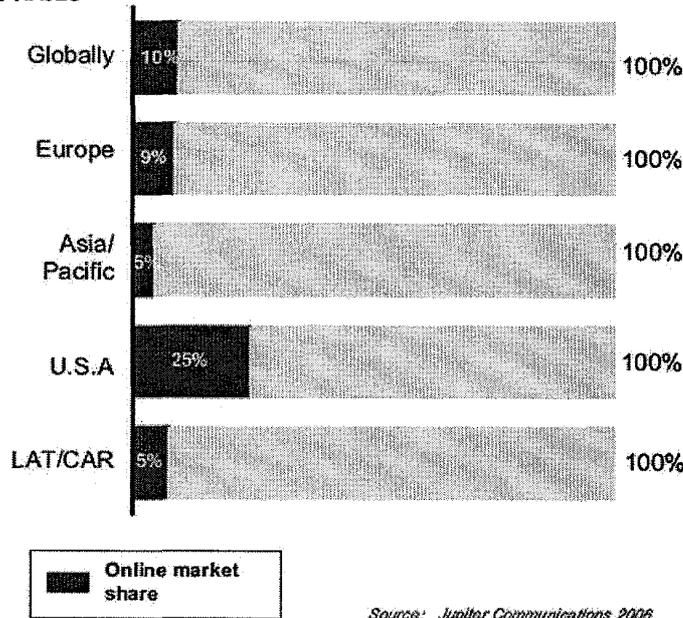
Dos eventos determinaron que la programación de las ventas no sea la que se esperaba, el primero la realización del mundial afectó la programación de las vacaciones de mucha gente se observa una reducción importante de ventas en los meses de Mayo y Junio; el segundo fue el periodo de elecciones hacia finales de año, en los meses de Noviembre y Diciembre, que impidió que muchos tomen vacaciones o realicen viajes ya que se encontraban en campaña electoral. La incertidumbre que esto ocasionó también afectó al nivel de ventas proyectado para fin de año y se observa su efecto en los primeros años del 2007.



**Comentarios y conclusiones**

Se observa que el cobro del cargo por emisión o fee, cada vez es mas aceptado por los clientes y que su cobro ya se constituye en una práctica común y constituye importantes ingresos para los vendedores y para la agencia.

Tal como se observa en el gráfico, la penetración del Internet en los mercados de América Latina es apenas un 5%, es por esto que se piensa reforzar la gestión de la página web de la agencia y su difusión a nivel internacional, con el objetivo de adelantarse a la competencia y abrir nuevos nichos de mercado.



Source: Jupiter Communications 2006

Poco a poco hemos superado la fobia a los avances tecnológicos, en realidad son herramientas necesarias para que los intercambios sean mas eficaces o mas eficientes, pero no creemos que los dueños de la tecnología tendrán la posibilidad de absorber el mercado, el mercado solamente se va con quien conoce, con quien lo sirve y con quien le da un servicios personalizado, es por esto que parte de nuestras metas es invertir en nuevos desarrollos tecnológicos, en mejorar la central telefónica a una que permita comunicarnos mediante voz sobre IP, o vincular a la central con un CRM (sistema de manejo y relación de clientes), o de un Call Contact Center (Centro de manejo de llamadas de contacto).

Con la salida de GSA como vendedor intermediario en Guayaquil, se ve la necesidad de incrementar las ventas para mantener los niveles de requerimiento de las aerolíneas, lo que implica que se vuelquen los esfuerzos a reforzar a los actuales vendedores (free lancer o agencias no IATA), o a contactar a nuevos clientes, sobre todo empresariales.

Para finalizar, dejo constancia de mi reconocimiento a los accionistas, que junto con todo el personal de la empresa apoya diariamente y ha colaborado para conseguir los resultados expresados en este informe.

Atentamente,

**HOLIDAYS TRAVEL**  
**GRUPO GLOBAL**  
Elizabeth Leon  
GERENTE GENERAL  
HOLIDAYS TRAVEL

