

53924 ↙

## INFORME DE GERENCIA

### EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2007

Holidays Travel Cia. Ltda., constituida el 03 de Diciembre de 1.996, 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 2007, décimo primero año de nuestra administración, iniciamos con la gestión encaminada a conseguir el patrocinio del Prodebanco para el Grupo Global, al que pertenecemos desde 2003, con el fin formar una alianza para promocionar conjuntamente la venta de servicios y paquetes turísticos especiales con operadores elegidos por el grupo, dirigido a los tarjeta-habientes del Prodebanco. En Febrero, fuimos elegidos como socios estratégicos y en Mayo firmamos el Convenio de Servicios.

A pesar de haber conseguido un Convenio beneficioso para el grupo, no tuvo mayor éxito, debido a la poca experiencia y promoción del Patrocinador con el inicio de programa de millas para sus clientes.

Al terminar el primer trimestre, recibimos la notificación de cuatro aerolíneas que se suman al pago del 1% de comisión, siendo en total nueve. Para no desaparecer las agencias de viajes debemos pasar del modelo comisionista a uno que agregue valor al servicio y fidelice al cliente, con la esperanza de que el Internet no nos borre del mapa de canal de distribución de las líneas aéreas, sino que puede convertirse en aliado. De alguna forma hemos llegado a la disputa ampliada por atraer a los mismos clientes en un mercado tan reducido de nuestro país. En la actualidad los clientes pueden tener acceso directo a los horarios, itinerarios y tarifas que ofrecen la mayoría de líneas aéreas, hoteles, operadores y demás servicios turísticos, la revolución tecnológica también está modificando las actitudes de los clientes, que han adquirido más experiencia y más poder de negociación.

En este sentido el mercado más maduro es el estado-unidense, donde se calcula que las transacciones realizadas a través del Internet en el segmento vacacional y corporativo ya representa un volumen de más del 50%. Asimismo, cada vez más se acentúa la migración de los clientes desde los intermediarios online hacia los portales de los proveedores. En menor medida pero en índices de crecimiento grande el fenómeno se repite en Europa. En América Latina, si bien hay un informe de carácter cualitativo y no cuantitativo sostiene que al momento de tomar la decisión de contratar los servicios del viaje, la despersonalización de los medios digitales, y la falta de confianza en los mecanismos de

EF

pago siguen siendo las dos barreras principales de algunos clientes de las agencias, a este factor se suma, que es muy reducido el numero de empresas online, y que en realidad el medio es utilizado básicamente como plataforma para luego cerrar las ventas por email o teléfono.

Tiene que haber una reconversión masiva hacia Internet para que la gente nos empiece a ver, hoy en día no somos vistas las agencias de viaje como una oportunidad en la Red Dominante, con lo cual quedamos todas fuera, la manera inicial en la que alguien se interesa en viajar a un destino internacional sigue recayendo primordialmente en el sistema "boca a boca" y en Internet, factores que contribuyen casi en un 50% en el proceso, una vez que son atraídos por un lugar, son tres las fuentes de información mas buscadas. En primer y cómodo lugar, figura Internet 66%, seguido por los agentes de viajes 13% y la familia y los amigos 9% . El Internet permite la comunicación directa entre el proveedor y el consumidor. El desafío es ver como conservar el lugar para ser necesarias, la rivalidad no discrimina entre agencias tradicionales y virtuales, dentro del mundo online ya se esta dando la competencia entre el sitio propio del proveedor contra los intermediario, esta es una amenaza aun mayor que la baja de comisiones, porque la venta directa nos esta produciendo día a día perdidas en ventas.

No basta invertir en una pagina Web, sino que hay que definir una estrategia de búsqueda de mercados, orientarlos y dirigirlos y hacer que el mercado nos conozca, debemos evitar centramos exclusivamente en las nuevas tecnologías, sino equilibrar el desarrollo de los nuevos canales, con un servicio cada vez mas personalizado donde nos permita fidelizar relaciones estrechas con los clientes.

En Ecuador las líneas aéreas se manejan libremente con los gobiernos de turno y logran acuerdos, cambian reglamentos y hasta consiguen con la justificación de los cielos abiertos y la globalización, aprobaciones directas del presidente de la republica para humillarnos en la rebaja al 1% de comisiones. ASECUT trato de conseguir la ayuda del Congreso sin efecto alguno. Las Agencias de viaje estamos afiliadas por obligación a las Cámaras de Turismo pagando cuotas por adelantado y como respuesta a la baja de comisiones contestaron que, "siendo socias las agencias de las Cámaras, no pueden intervenir y permanecen neutrales." En nuestro país siguiendo el modelo de la globalización, hay Agencias Consolidadoras y han conseguido de las líneas aéreas comisiones de mas del 20%, mientras que las otras IATA o no IATA nos vemos obligadas a emitir compartiendo la comisión para llegar a las metas que nos imponen las líneas aéreas para acceder a una sobre comisión, cada vez mas difícil.

Además de todo lo expuesto no existe en nuestro país un organismo que controle los atropellos frecuentes que sufrimos agencias y usuarios, cuando por cualquier motivo, ya sea fuerza mayor, fallas en sus propios sistemas de reservas los usuarios pierden su vuelos,

conexiones, servicios prepagados, etc., el cliente tiene todas las de perder. A las agencias de viaje nos facturan los ADMS (cargos por error), vouchers de tarjetas de crédito rechazadas, después que el banco emisor ha dado su autorización, no shows, errores en el cálculo de tarifas, impuestos de última hora y/o no cargados en el sistema, aun cuando se ha negociado tarifa de grupos. Las notas de débito recibimos a destiempo, lo que impiden muchas veces la recuperación de valores ya que se ha perdido el contacto con el cliente, sin embargo la línea aérea se descuenta directamente en nuestros reportes semanales.

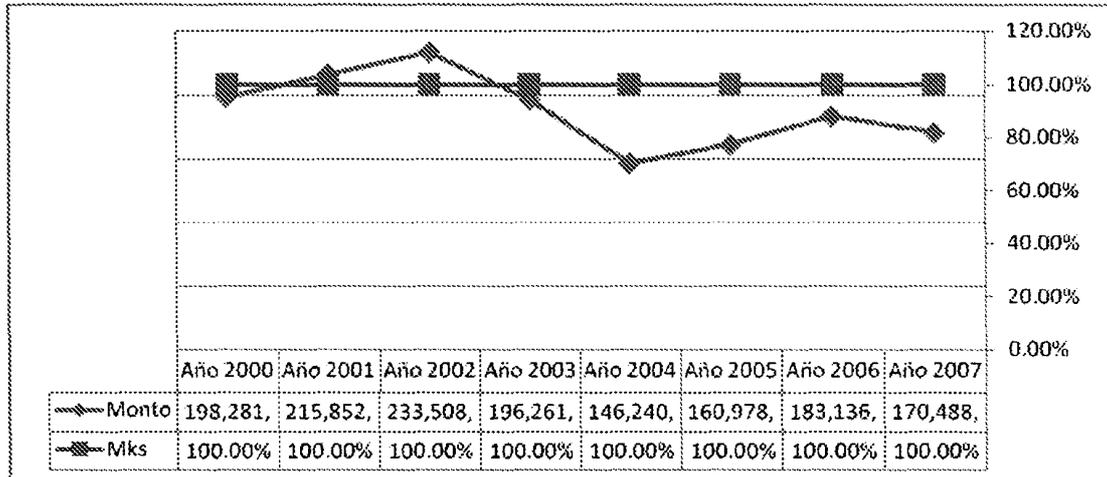
Otro problema grande es en la recuperación de reembolsos por servicios no utilizados, al no tener sus centrales en el país la recuperación de estos valores de tardan de 30 a 60 días, hasta que sean tramitados en el país de origen de cada aerolínea, situación que va en perjuicio del usuario

Para cerrar el año 2006, el 15 de Diciembre dejó de operar inesperadamente Air Madrid, aerolínea española que cubría con sus operaciones casi toda Latinoamérica, generando una crisis de grandes proporciones a usuarios y a un gran número de agencias de viajes, en relación con los tickets aéreos vendidos que no podrán ser utilizados, y otros que siendo pagados con tarjetas de crédito, el emisor siguió cobrando a los clientes que nunca utilizaron los servicios, esto generó varios reclamos a las agencias de viaje que solo presta el servicio de intermediación, como siempre ningún personero de la línea aérea, ni organismo de control asumió esta responsabilidad, la agencia ha realizado gestión de recuperación del pago con tarjetas de crédito, pero los pagos de contado y los reembolsos de boletos no utilizados, están aun pendientes.

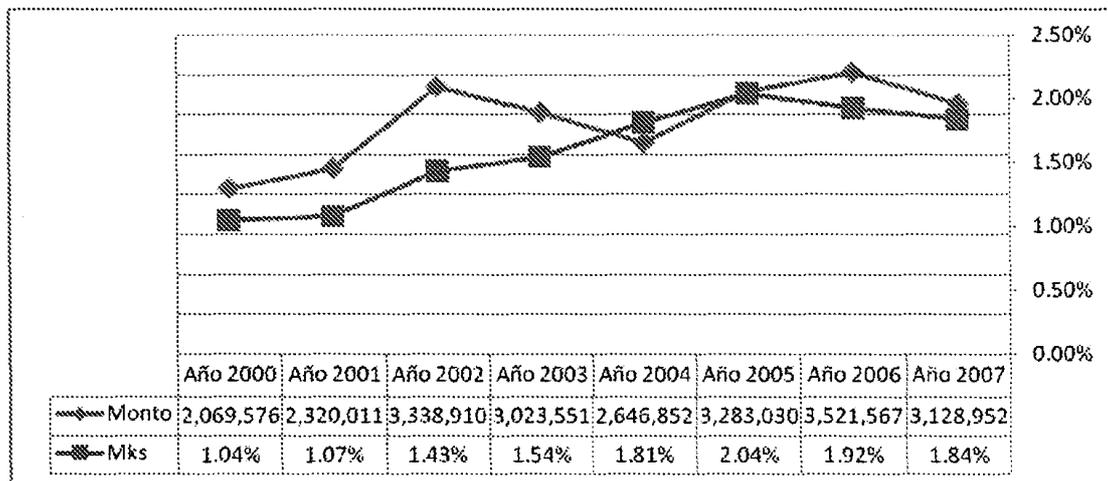
En vista de todos estos inconvenientes por las políticas arbitrarias de las aerolíneas que ha conseguido que las agencias de viajes nos convirtamos en sus empleados de mínimo costo y que aun financien a clientes corporativos, el Grupo Global y otros Grupos Organizados de Agencias de viaje estamos trabajando para llevar nuestra queja formal al gobierno y conseguir su apoyo frente a estos atropellos que sufrimos un considerable grupo de personas que aportamos con un porcentaje de divisas a nuestro país

A pesar de este panorama de desigual competitividad y de exigencia mayor para el cumplimiento de metas de ventas con las líneas aéreas, hemos realizado nuestro mejor esfuerzo todo el personal en las diferentes áreas, mantenemos la fidelidad de nuestros clientes, aunque en algunos casos hemos suspendido servicios con cuentas que no son rentables, y con la estrategia de direccionar las ventas con las agencias del grupo que mejor acuerdo tenga, hemos conseguido mantener y en algunos casos mejorar los ingresos en relación al año anterior.

Realizando un análisis global de las ventas de boletos internacionales como un parámetro de comparación y de relación del estado de la agencia, tenemos lo siguiente:



Como se observa en el grafico, el mercado sufrió una reducción del 7.42% en relación a las ventas del 2006, lo cual en gran parte se produjo por la incertidumbre política de posesión del nuevo gobierno, sin embargo, el decrecimiento en las ventas de la agencia fue de un 6.77%, lo que comparativamente hablando refleja en cierta forma un incremento en ventas ya que decrecemos en menor proporción que el mercado. Se anota que se termina 7mo puesto en ventas de boletos a nivel nacional.



Se tiene que acotar que en las cifras BSP de ventas del año 2007 se omite las emisiones con otras agencias del grupo, que fueron de USD 222.369.36, lo cual sumado al monto

indicado, nos da un valor de ventas en boletos internacionales de USD 3.351.321, que es un monto mayor al vendido en el 2005.

## GESTION FINANCIERA

Como se puede observar en el balance entregado, hay que anotar lo siguiente como representativo al momento de analizar los mismos:

- a- Se observa un aumento de las cuentas por cobrar y una baja del activo corriente dado principalmente por el hecho de que muchas empresas y en general la banca trabajo normalmente hasta el viernes 28 de diciembre, dejando por cuestión de liquidez muchos pagos pendientes o postergados a la primera semana de enero.
- b- Para compensar esta falta de liquidez se puede observar que se difieren también pagos a proveedores, que es el rubro que en mayor medida se pudo controlar y manejar.
- c- En este año se termina de pagar el préstamo que se tenía con el banco Internacional, dejando la cuenta de pasivos a largo plazo en cero.
- d- En los rubros de Patrimonio, se realiza una reclasificación de cuentas con el objeto de transparentar y aclarar los rubros de utilidades, observando un aumento de un 7.89% con relación al periodo 2006.
- e- El mayor impacto que se observa en este periodo es la baja sustancial del rubro de comisiones de líneas aéreas, al igual que las sobre comisiones, sin embargo, también esa reducción se transfirió a nuestros vendedores o intermediarios, lo que se observa también en el rubro de total de Egresos.
- f- En lo referente a las utilidades se puede observar que la utilidad neta fue mucho mayor que la de periodos anteriores, lo que refleja en cierta forma un mejor manejo financiero y administrativo de la empresa.
- g- Se anota que con esta mejor gestión financiera, se lograron incluso mejores índices en la IATA con relación al año anterior.

## SITUACIONES RELEVANTES

Un importante logro también es que el personal de Counter, así como las Ejecutivas de Ventas de la Empresa, ha concientizado de la importancia de valorar su trabajo profesional y el esfuerzo que hace la Empresa en aumentar el valor agregado en servicio al cliente, el resultado es cumplimiento del cobro del FFE en toda venta, y que en reciprocidad la empresa ha considerado necesario estimular el rendimiento reconociendo incentivos por ventas y responsabilidad al personal.

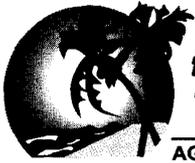
En el año 2006 se inicio la Acción Legal a la empresa RACM, que adeudaba USD 10.663.36 y no se ha logrado aun la recuperación de USD 9.163.36. Se continúa este año con el trámite para dar de baja como perdida este valor con la Superintendencia de Compañías.

El 04 de abril de este año, se firmo un contrato de servicios con el Colegio SEK, para un viaje de 75 personas utilizando los servicios de Iberia, estos espacios fueron solicitados a la señora Carmen Sarasti, Ejecutiva que maneja esta cuenta, en dos partes: 44 a comienzos de Febrero y 36 a fines de este mismo mes, situación que complico la confirmación de espacios con la tarifa negociada y ofrecida al colegio Sek, sin embargo Carmen Sarasti les aseguro los espacios, La empresa ofreció otra cotización con Santa Bárbara, que nos permitía cubrir los costos ofrecidos, no aceptaron dicha alternativa y exigieron el cumplimiento del convenio inicial. Bajo estas circunstancias tuvimos que aceptar la única alternativa que ofreció Iberia, sacar el grupo vía Bogotá, incrementando el costo de la ruta, Quito-Bogotá-Quito, mas el fee de servicios que cobro Iberia por la emisión y por ultimo un incremento de un impuesto por el alza de la gasolina, aun cuando ya fueron emitidos los boletos, arrojando una pérdida de USD 4.723.84, valor que se cargo a la señor Carmen Sarasti con la Nota de Debito 00593.

El lunes 21 de Junio de 2007, el señor Cesar Huaraca Contador de la empresa informa, que al ingresar a su oficina encontró roto el cajón de su escritorio, y que se habían sustraído USD700,00, haciendo las averiguaciones, algunos empleados también habían sufrido perdidas de dinero, además, un mes atrás, se dio el caso de que un cheque girado a nombre de un cliente, constaba como cobrado, sin embargo el cliente demostró claramente que no era su firma que registraba el cheque en su reverso, se procedió a girar un nuevo cheque y hacer el reclamo al banco, el Ingeniero Santiago Yumbla también informo la sustracción de dos cheques de su chequera personal, que después aparecieron cobrados falsificando su firma. Con todos estos antecedentes, decidimos pedir una investigación a todo el personal con un Agente de la Fiscalia, como resultado de las declaraciones, el agente nos informo que todas las sospechas caen en el señor Marcelo Cabezas, mensajero de la empresa, para quien solicito la detención provisional, en las declaraciones hechas por el mencionado señor, acepto ser culpable y se procedió a su liquidación y terminación laboral, pudiendo de esta manera recuperar también los citados valores.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

La empresa está decidida a direccionar nuestro mayor esfuerzo en la promoción y ventas de paquetería, servicios turísticos adicionales y el turismo receptivo con productos que nos permitan mayor rentabilidad, para este fin será necesario seguir invirtiendo en tecnología, y capacitación del todo el personal en las diferentes aéreas, herramientas básicas para participar en el mundo tan competitivo de la globalización.



**HOLIDAYS  
TRAVEL** Cia.  
Ltda.  
AGENCIA DE VIAJES

Para acceder a este objetivo, sugiero la reorganización en la empresa, la reasignación de responsabilidades a cumplir, especialmente en el área administrativa que es el puntal de vida de toda empresa con evaluaciones periódicas, si no conseguimos un apropiado equilibrio, todo esfuerzo no será suficiente, este negocio es muy sensible, requiere en lo posible de la recuperación inmediata de los valores para que la empresa tenga liquidez y pueda cumplir con el calendario de pago semanal a la IATA, el giro de nuestro negocio requiere el movimiento considerable de valores, lo que representa también un riesgo, por lo la empresa se ha obligado a cancelar los servicios de cuentas que no son rentables.

En lo referente a la parte financiera, se anota que queda pendiente realizar el aumento de capital social, a los montos que el Estado Ecuatoriano ha fijado como mínimos para una empresa de este tipo. Al mismo tiempo se observa la necesidad de realizar una re-clasificación de cuentas con el objetivo de tener una contabilidad más clara y mejorar los controles administrativos – financieros.

Si bien este 2007 fue un año duro, nos ha consolidado en el mercado como una agencia seria y responsable, que siempre está atenta a las innovaciones, a la tecnología y a cambios, que está en constante mejora y que siempre apoya a otras agencias.

Agradezco a los socios, y todo el personal de la empresa, por todo el apoyo brindado.

Atentamente,

**HOLIDAYS TRAVEL™**  
  
~~Elizabeth Leon~~  
Elizabeth Leon  
GERENTE GENERAL  
HOLIDAYS TRAVEL

63

Principal: Av. Orellana E4-57 y 9 de Octubre  
PBX: (593-2) 2231 170 / 2901 597 • Fax: 2501 561  
E-mail: holidayl@rdyec.net  
Quito - Ecuador

