

**INFORME PARA LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE  
METROPOLITAN TOURING C.A.  
AÑO 2013**

Me es grato presentar a los señores accionistas de Metropolitan Touring C.A. el informe de la gestión realizada en el año 2013, cumpliendo así lo establecido en los Estatutos de la Compañía.

## **1. ENTORNO NACIONAL**

La economía nacional experimentó un crecimiento del Producto Interno Bruto cercano al 4%, menor al 7.8% del 2011 y al 5.1% del 2012. Disminuyó en razón al menor consumo tanto público como privado. Comparado al crecimiento ecuatoriano del 4% estamos mejor que el 2.6% que experimentó América Latina.

Preocupante fue el déficit de la balanza comercial del 2013 que ascendió a 1.084 millones, mientras que en el 2012 fue de 441 millones, y no existen medidas que fomenten la producción ecuatoriana para exportación.

La inflación del 2013 fue de 2,7%, menor que la del 2012 (4.2%), habiendo bajado los precios en alimentos y bebidas no alcohólicas.

Ecuador mejoró su posición en el ranking de competitividad global por sus condiciones macroeconómicas estables, innovación, calidad de la educación y desarrollo de la infraestructura, según el World Economic Forum.

No tuvimos buenas calificaciones en independencia del sistema judicial, autoritarismo y libertad de expresión.

## **2. EL MERCADO ECUATORIANO DE VIAJES**

### **2.1. Venta de boletos internacionales (fuente IATA, en miles de dólares)**

VENTA DE BOLETOS INTERNACIONALES	2012	2013	INC/DEC	
			USD	%
TOTAL MERCADO ECUADOR	\$ 256.291	\$ 294.806	\$ 38.515	15,03%
METROPOLITAN TOURING	\$ 27.064	\$ 29.826	\$ 2.762	10,21%
PARTICIPACION DE MERCADO	10,56%	10,12%		

En 2013 la venta de boletos internacionales de Metropolitan Touring incrementó un 10% frente al año 2012 (2,7 millones más); nuestro crecimiento fue por debajo del experimentado por el mercado ecuatoriano, a pesar de no haber perdido ningún cliente importante y se mantuvo el 10% de la participación de mercado. Esa participación sube al 13% al tomar en cuenta las ventas de nuestras Agencias Asociadas, Societarias y Franquicias; pero en el año 2012 era del 15% lo que significa que esas Agencias tampoco tuvieron un buen año en producción de boletos internacionales.

Mantenemos buenas relaciones comerciales con todas las aerolíneas y la producción total de 29.826 millones de dólares se distribuye según consta en el siguiente cuadro:

VENTA DE BOLETOS INTERNACIONALES POR LINEAS AEREAS	2013	% P/M
AVIANCA	\$ 7.045	23,62%
KLM	\$ 5.108	17,13%
COPA	\$ 4.680	15,69%
LAN	\$ 3.875	12,99%
AA	\$ 3.810	12,77%
UNITED AIRLINES	\$ 1.829	6,13%
IBERIA	\$ 1.168	3,92%
DELTA	\$ 1.023	3,43%
TAME	\$ 822	2,76%
OTRAS	\$ 397	1,33%
AEROGAL	\$ 70	0,23%
<b>Total general</b>	<b>\$ 29.826</b>	<b>100,00%</b>

\*En miles de dólares.

## 2.2. Venta de boletos nacionales (fuente IATA, en miles de dólares)

VENTA DE BOLETOS NACIONALES	2012	2013	INC/DEC	
			USD	%
TOTAL MERCADO ECUADOR	\$ 90.778	\$ 80.299	\$ (10.479)	-11,54%
METROPOLITAN TOURING	\$ 12.078	\$ 12.032	\$ (46)	-0,38%
PARTICIPACION DE MERCADO	13,31%	14,98%		

La venta de boletos nacionales disminuyó a nivel total del mercado en 12% y afectó a las ventas de Metropolitan Touring en 1%. La causa principal para este deterioro fue el traslado del aeropuerto a Tababela y la dificultad de llegar a él en un tiempo razonable. Al ser tres veces más largo el traslado desde o hasta el nuevo aeropuerto que el tiempo de vuelo mismo, los pasajeros dejaron de demandar estos boletos y las aerolíneas disminuyeron su oferta de vuelos a destinos como Manta, Coca, Cuenca y Guayaquil.

A esto se sumó una baja de las tarifas de las aerolíneas buscando recuperar clientes,

Las aerolíneas nacionales para las cuales vendió Metropolitan Touring fueron las siguientes (fuente IATA, en miles de dólares):

VENTA DE BOLETOS NACIONALES POR LINEAS AEREAS	2012	2013	INC/DEC		% P/M
			USD	%	
TAME	\$ 6.724	\$ 7.580	\$ 856	112,73%	63,00%
LAN	\$ 3.526	\$ 3.432	\$ (94)	97,33%	28,52%
AEROGAL	\$ 1.738	\$ 1.020	\$ (718)	58,69%	8,48%
OTROS	\$ 90	\$ -	\$ (90)	0,00%	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 12.078</b>	<b>\$ 12.032</b>	<b>\$ (46)</b>	<b>99,62%</b>	<b>100,00%</b>

La Agencia de Viajes y sus Asociadas atendieron con sus servicios a un total de 223.585 personas en el 2013, distribuidos así:

TOTAL PASAJEROS (MT C.A. + MT OTRAS)	2012	2013	INC/DEC	
			USD	%
Boletos Internacionales	54.384	57.951	3.567	7%
Boletos Nacionales	168.202	165.634	(2.568)	-2%
<b>TOTAL</b>	<b>222.586</b>	<b>223.585</b>	<b>999</b>	<b>0,45%</b>

### 3. VENTAS TOTALES

Las ventas totales en el 2013 crecen en 6,2 millones de dólares (+11,29%). Este crecimiento, es producto de la mayor venta de boletos internacionales (2,7 millones); operadores internacionales (1,9 millones) y operadores nacionales (1,2 millones).

En paquetes internacionales y nacionales, se crece con respecto al año 2012, en 16 y 39% respectivamente, producto de la mayor gestión de las dos unidades Agencias y Corporativo con pasajeros individuales y grupos de convenciones e incentivos

VENTAS POR PRODUCTO	2012	2013	2013 VS 2012	
			USD	%
BOLETOS INTERNACIONALES	\$ 27.064	\$ 29.826	\$ 2.762	10,21%
BOLETOS NACIONALES	\$ 12.078	\$ 12.032	\$ (46)	-0,38%
OPERADORES INTERNACIONALES	\$ 12.168	\$ 14.101	\$ 1.933	15,88%
OPERADORES NACIONALES	\$ 3.218	\$ 4.473	\$ 1.255	38,99%
PRODUCTOS REPRESENTADOS	\$ 210	\$ 163	\$ (47)	-22,33%
OTROS Y VARIOS	\$ 440	\$ 812	\$ 371	84,37%
<b>TOTAL</b>	<b>\$55.178</b>	<b>\$61.406</b>	<b>\$ 6.228</b>	<b>11,29%</b>

\*En miles de dólares

### 4. INGRESOS

Los ingresos del 2013 crecieron con respecto al año 2012 en 180 mil dólares, esto es un 2,47%. Podemos ver que mientras las ventas crecen en 11,29% (+ 6,2 millones) el crecimiento de los ingresos es menor: 2,47%.

- El promedio de la comisión base recibida de las líneas aéreas internacionales bajó al 1,18% frente al 1,32% del 2012 y 1,88 del 2011.
- Algo similar sucede con las comisiones de boletos nacionales 2013 = 1,46%; 2012 = 1,65% y 2011 = 3,27%
- A esto se suma la reducción de ventas de boletos nacionales, que además de impactar en menores comisiones directas, también se afectan los ingresos por sobrecomisiones al no llegar a los volúmenes exigidos por las líneas aéreas.
- También se reducen los pagos por segmentos no vendidos que no recibimos de Sabre.

- Sin embargo y gracias a la venta de paquetes tanto nacionales como internacionales se logró contrarrestar la baja de ingresos por la venta de boletos.
- El mantener una buena política de cobro de cargos de servicios (fee) también permitió nivelar los ingresos.

INGRESOS POR PRODUCTO	2012	2013	2013 VS 2012	
			USD	%
BOL. INTERNACIONALES	\$ 359	\$ 353	\$ (5)	98,58%
BOL. NACIONALES	\$ 199	\$ 176	\$ (23)	88,61%
OPER. INTERNACIONALES	\$ 1.157	\$ 1.384	\$ 227	119,61%
OPER. NACIONALES	\$ 455	\$ 519	\$ 65	114,22%
PROD. REPRESENTADOS	\$ 311	\$ 72	\$ (238)	23,24%
SOBRECACIONES	\$ 1.876	\$ 1.720	\$ (156)	91,66%
FEE	\$ 1.710	\$ 1.912	\$ 203	111,87%
SEGMENTACION SABRE	\$ 851	\$ 904	\$ 53	106,21%
OTROS Y VARIOS	\$ 360	\$ 415	\$ 55	115,38%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.276</b>	<b>\$ 7.456</b>	<b>\$ 180</b>	<b>102,47%</b>

\*En miles de dólares

## 5. COSTOS

Los costos tienen un ahorro de 378 mil dólares debido principalmente a que, como ya dijimos antes, las agencias terceras, bajaron en su producción y como consecuencia de esto las sobre comisiones y segmentos de Sabre fueron menores.

## 6. GASTOS

### 6.1. RECURSOS HUMANOS

El gasto en nómina creció en 18% frente al año pasado, esto es producto del incremento salarial del 5% por inflación, nuevas contrataciones y de la provisión legal para jubilación patronal.

NUMERO DE COLABORADORES POR AREA	Colaboradores a DIC 2011	Colaboradoras a DIC 2012	Colaboradores a DIC 2013	2013 VS 2012	
				No	%
ADMINISTRACION	32	34	39	5	114,71%
CORPORATIVO	105	113	122	9	107,96%
AGENCIAS	51	50	51	1	102,00%
<b>TOTAL</b>	<b>188</b>	<b>197</b>	<b>212</b>	<b>15</b>	<b>107,61%</b>

### 6.2. SISTEMAS

El pago de licencias de software y compra de equipos para el nuevo personal incremento el gasto de sistemas en 80 mil dólares.

### 6.3. ADMINISTRACIÓN

El mayor gasto en administración es debido al proceso de fusión de MTQ y MT Agencia, en el cual se incluyó pérdidas acumuladas e intereses por multas, así como por el pago de honorarios a los abogados, auditores y contadores que permitieron concluir el trabajo de fusión de las dos empresas.

GASTOS	2012	2013	2013 VS 2012	
			USD	%
NOMINA	\$ 3.302	\$ 3.911	\$ 610	18%
SISTEMAS	\$ 272	\$ 352	\$ 80	29%
ADMINISTRACION	\$ 1.371	\$ 2.199	\$ 828	60%
FINANCIEROS	\$ 151	\$ 195	\$ 44	29%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.096</b>	<b>\$ 6.658</b>	<b>\$ 1.562</b>	<b>30,64%</b>

\*En miles de dólares

### 6.- UTILIDADES

Las utilidades de la agencia de viajes antes de la fusión fue de 1.025 millones, luego de la fusión las mismas quedan en 67 mil dólares.

### 7.- COMENTARIOS GENERALES:

Es importante destacar que en el año 2013 no se ha perdido ningún cliente corporativo y más aún se logró crecer en la cartera de clientes, lo cual permitió obtener utilidades al cierre de este año.

Gracias al haber concluido la fusión de MTQ y MTA y el pago de la deuda al SRI, se logró detener el incremento en gasto por intereses y poner en orden todos los libros societarios.

La deuda fue cubierta gracias a un préstamo obtenido con SABRE a cero costo, préstamo que a la fecha está totalmente cubierto.

En el año 2013, la agencia participó en la encuesta GPTW y fue nuevamente premiada como uno de los mejores lugares para trabajar.

Fue también reconocida por las principales líneas aéreas, mayoristas y operadores turísticos como el mayor productor.

En el mes de febrero de 2013, fue premiada por el Instituto de E-commerce de América Latina por el desarrollo de la página WEB.

### 8.- DESAFIOS PARA EL 2014

El 2014 presenta grandes desafíos, puesto que las empresas, especialmente las farmacéuticas, han reducido sus presupuestos de viajes, debido a las restricciones de importaciones y nueva matriz productiva impuesta por el gobierno.

El manejo de eventos también ha sufrido un cambio, ya que por sugerencia del gobierno las empresas están realizando sus viajes de incentivos, convenciones y reuniones en el territorio ecuatoriano. Los viajes internacionales se reducen sustancialmente. El precio promedio tiene una diferencia de cerca 700 dólares por pasajero.

Sin embargo, la consecución de nuevos clientes corporativos, el manejo de un mayor número de clientes individuales y la gestión comercial de cada uno de los miembros del equipo de ventas permitirá llegar a las metas establecidas.

Uno de los retos más grandes es conseguir mejores negociaciones con las líneas aéreas para el pago de comisiones y sobre comisiones.

También deberemos continuar con la reducción de procesos manuales y exigente control de gastos.

### **9.- AGRADECIMIENTOS**

Muchas gracias a todos los empleados, jefes y funcionarios de Metropolitan Touring C.A. porque diariamente luchan por hacerle grande y rentable a la institución. Mi cariño y admiración a todos ellos y a sus familias. Especial gratitud expreso para José Luis Egas y Monserrat Bravo como Gerentes de Agencias y Corporativo; ellos son profesionales de verdad y su entrega responsable al negocio son digno ejemplo para el personal a su cargo.

Gracias a ustedes señores accionistas por su confianza, a los señores miembros del Directorio por su permanente apoyo y consejo.

Gracias a Dios por permitirme estar al frente de un grupo humano tan lindo, por la alegría de poder seguir trabajando en un ambiente jovial y comprometido por brindar felicidad.

Atentamente,



Luis Romero Cevallos  
**GERENTE GENERAL**