

**INFORME DE GERENCIA PARA LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE METROPOLITAN
TOURING C.A.
AÑO 2015**

Señores Accionistas:

Me es grato poner a su consideración el informe que como Gerente General de Metropolitan Touring C.A. Agencia de Viajes debo presentar ante la Junta General de Accionistas sobre la gestión realizada en el año 2015.

A. ENTORNO NACIONAL:

Solamente unas pocas cifras sobre la economía del Ecuador en el año 2015:

- Tasa de inflación: 3,4% ligeramente menor a la del 2014: 3,7%
- Crecimiento del PIB: 0,1% tan mala como en Venezuela y Brasil. El crecimiento de la economía en el 2014 fue de 3,43%
- Caída estrepitosa de los precios del petróleo que bajó a 42 dólares promedio, la mitad del precio del 2014.
- Importante reducción de la liquidez en la economía ecuatoriana por un menor ingreso de divisas al país.
- Apreciación del dólar frente al euro y otras monedas, devaluación del peso colombiano y nuevo sol peruano
- No se eliminó las salvaguardas para las importaciones
- La deuda pública al final del 2015 fue de 32 mil 752 millones, esto es 33.1% del PIB.

B. EL MERCADO NACIONAL EN VENTA DE BOLETOS

Las cifras estadísticas proporcionadas por IATA/BSP sobre la venta de boletos aéreos en Ecuador, muestran una reducción de consumo del 1,9% u 11.6 millones de dólares menos que el año 2014. La mayor reducción de demanda se produjo en los meses de noviembre y diciembre del 2015, meses en los cuales se dejó de comprar 18.2 millones de dólares (23% menos que el 2014).

El total de venta de boletos en dólares y unidades se puede apreciar en el siguiente cuadro:

BSP/IATA ECUADOR	2014	2015	VARIACION 2014 vs 2015	
			USD \$	%
VENTA EN USD	\$ 527.881.131	\$ 516.292.638	\$ (11.588.493)	98%
UNIDADES VENTA	1.413.572	1.328.404	(85.168)	94%

Durante el segundo semestre del 2015, se incrementó la oferta de vuelos de la siguiente manera: American Airlines (nuevo vuelo a Dallas); Copa Airlines (4 vuelos nuevos a Panamá desde Quito 2 y Guayaquil 2); la incorporación de INSEL AIR (Línea aérea del Caribe); Viva Colombia y la aerolínea venezolana Avior (Guayaquil - Caracas y Manta - Caracas). Con esta nueva oferta de vuelos se esperaba un aumento también en la demanda, pero ocurrió lo contrario y para el

segundo semestre del año 2015 la compra de boletos se redujo considerablemente. El total de boletos emitidos en el 2014 fue de 1 millón 413 mil; en el 2015 fue de 1 millón 328 mil. Esto es 85.168 unidades menos vendidas. El número de boletos emitidos entre noviembre y diciembre se redujo en 58.300 tickets menos (25% menos que el 2014).

Debido a la baja ocupación de la mayoría de líneas aéreas, han debido bajar las tarifas, lo que provoca una reducción de nuestros ingresos.

C. VENTAS DE LA AGENCIA

METROPOLITAN TOURING EN 2015 **VENTAS POR PRODUCTOS (en miles de dólares)**

PRODUCTO:	2014	2015	VARIACION 2015 vs 2014	
BOLETOS INTERNACIONALES	28.963	27.497	(1.466)	-5%
BOLETOS NACIONALES	12.423	12.761	338	3%
OPERADORES INTERNACIONALES	13.676	10.172	(3.504)	-26%
OPERADORES NACIONALES	5.682	5.295	(387)	-7%
PRODUCTOS REPRESENTADOS	259	237	(22)	-9%
OTROS	1.922	602	(1.320)	-69%
TOTAL	62.926	56.564	(6.361)	-10%

En el año 2015 Metropolitan Touring Agencia de Viajes vendió 56,6 millones de dólares, la mayor venta se concentra en la venta de boletos aéreos nacionales e internacionales quienes aportan al total de ventas en 71,1%.

El resultado de esta contracción, provocó que las ventas caigan en 10% con respecto al año pasado, efecto causado por la reducción del consumo de las empresas y clientes corporativos quienes restringieron sus presupuestos de viajes. Los viajes de vacaciones también tuvieron una reducción drástica con respecto al año anterior, especialmente para los destinos internacionales.

La menor venta también se atribuye a la reducción del poder adquisitivo de las personas, la menor inversión del gobierno en gasto corriente y a la incertidumbre generalizada por la pérdida de plazas de trabajo.

En *BOLETOS INTERNACIONALES*, vemos que hubo un 5% de menores compras que en el año 2014.

El comportamiento de la producción de *BOLETOS NACIONALES*, crece en los dos segmentos (vacacional 7% y corporativo 1%) y al finalizar el 2015 hay una mayor producción en promedio superior a la del 2014 de 338 mil dólares (2,72%).

Los viajes domésticos, son un producto sustitutivo para los vuelos internacionales y es por esto que podemos ver que baja la producción de boletos internacionales y crece la de boletos nacionales.

Las ventas de PAQUETES INTERNACIONALES en el año 2015 fueron de 10,1 millones de dólares, mientras que las del 2014 fueron de 13,6 millones de dólares.

Las principales razones para la menor producción son: En el año 2014 se celebró el Mundial de Fútbol Brasil 2014 que aportó a la venta en 2,5 millones, adicional a esto la restricción de importaciones hizo que perdimos todos los grupos que viajaban a las ferias del ASIA y varios grupos internacionales de las empresas farmacéuticas, cancelaron los viajes y unos pocos cambiaron los destinos internacionales por nacionales.

Adicional a esto, se suma la decisión del gobierno de restringir las operaciones chárteres internacional, medida con la cual se buscaba restringir la salida de divisas del país y por tal motivo las líneas aéreas solo estaban permitidas a volar como chárter a destinos en los cuales no haya operación regular. El máximo de vuelos permitido por línea aérea es de 24 en el año 2015. Durante el 2014 las operaciones chárteres sumaron más de 150 vuelos.

Había una alta expectativa por la venta que se podía generar alrededor de la Copa América, pero esta no se cumplió y la venta fue marginal.

El vacacional fue el que más vendió el Mundial de Fútbol (2,1 millones de dólares) y es por esto que se ve que con respecto al año anterior este segmento solo alcanzó el 58% de la venta.

El corporativo hizo 6,4 millones esto es el 89% de las ventas, por las razones anotadas anteriormente.

La venta *PAQUETES NACIONALES*, en el año 2015 fue 5,3 millones de dólares, mientras que las del 2014 fueron 5,6 millones de dólares. Como habíamos anotado antes, un porcentaje importante de clientes cambió los paquetes internacionales por nacionales y es por esto que se llega al 94% de las ventas del 2014.

D. INGRESOS

INGRESOS (en miles de dólares)

PRODUCTOS	2014	2015	VARIACION 2014 vs 2015	
			USD \$	%
BOLETOS INTERNACIONALES	\$ 496	\$ 450	\$ (46)	91%
BOLETOS NACIONALES	\$ 125	\$ 142	\$ 17	113%
OPERADORES INTERNACIONALES	\$ 1.202	\$ 823	\$ (379)	68%
OPERADORES NACIONALES	\$ 579	\$ 509	\$ (70)	88%
PRODUCTOS REPRESENTADOS	\$ 116	\$ 104	\$ (12)	90%
SOBRECOMISIONES	\$ 1.810	\$ 1.424	\$ (386)	79%
FEE	\$ 1.968	\$ 2.146	\$ 178	109%
SEGMENTACION	\$ 876	\$ 1.188	\$ 312	136%
OTROS	\$ 605	\$ 430	\$ (174)	71%
Total	\$ 7.777	\$ 7.216	\$ (561)	93%

Los ingresos producto de la venta fue de 7.2 millones dólares, de los cuales el ingreso más alto es el cobro por asesoría, que se los denomina "fees". El monto de este ingreso fue de 2,1 millones de dólares y creció frente al año pasado en un 9%.

El segundo rubro en importancia son los ingresos por venta de boletos aéreos y que son; las sobre comisiones, que sumadas a las comisiones directas (o comisiones base) dan un gran total de 2,016 millones de dólares. Frente al ingreso generado en el año 2014 por estos conceptos, vemos que hay un menor ingreso de 415 mil dólares, provocado por la menor venta de boletos

aéreos internacionales y el no pago de sobre comisiones de TAME, quien desde el 2014 restringió el pago.

La venta de paquetes nacionales e internacionales generó un ingreso de 1,3 millones de dólares que es un 75% de los ingresos generados el año pasado

El ingreso por pago de segmentación de SABRE, fue de 1,2 millones de dólares un 36% más que el año pasado, este incremento es el resultado de la renovación del contrato con SABRE y producto de la firma del nuevo contrato, SABRE pago un bono de \$300 mil.

En resumen, la agencia llevo al 93% de los ingresos del año 2014 (561 mil dólares menos).

E. COSTOS

Metropolitan Touring registra como costos el reembolso de las comisiones que pagan líneas aéreas y la de segmentación de SABRE a las agencias Asociadas, Franquicias y Accionarias; también constituyen costos los gastos de viaje de los asesores y tour líderes que viajan con los grupos de incentivos, congresos y convenciones de las empresas.

El total de costos del 2015, fue de 555 mil dólares, esto es 1% más que el 2014.

F. GASTOS

GASTOS GENERALES (en miles de dólares)

PRODUCTO:	2014	2015	VARIACION 2015 vs 2014	
NOMINA	4.352	4.595	243	6%
SISTEMAS	341	275	(66)	-19%
ADMINISTRACION	1.851	1.988	136	7%
GASTOS BANCARIOS	171	201	30	18%
TOTAL	6.714	7.058	344	5%

Los gastos tienen un exceso en 344 mil dólares más que el año 2014 debido a:

1. Nómina; exceso de gasto 243 mil dólares:
 - a. Debido a los cambios de la legislación laboral, se provisionó el 25% del desahucio para todo el personal, el monto total de este gasto es de 200 mil dólares
 - b. Por varios despidos intempestivos se gastó 43 mil dólares los cuales no estaban presupuestados.
2. Sistemas, ahorro de 66 mil dólares
 - a. Se logra un ahorro por mejores negociaciones con los proveedores

3. Gastos Administrativos exceso de gasto en 136 mil dólares

- a. Incremento del 4% en gastos fijos arrendamiento, servicios y otros
- b. El gasto de los traslados y salas vip se registra como gasto, pero su contrapartida esta como ingreso
- c. Gastos no deducibles, por una disposición legal para el año 2015 el pago a sociedades relacionadas el exceso del 20% de la base imponible, se registra como "gastos no deducibles", el monto total es de 200 mil dólares.

Como se puede, ver hay un exceso de gasto no operacional que debido a las nuevas normas legales en el país ascienden a 400 mil dólares, valor que no fue presupuestado por los cambios en la legislación y que afectan directamente al resultado.

G. UTILIDADES / PERDIDAS

El resultado del ejercicio 2015 deja una pérdida de 397 mil dólares, que se explican en primer lugar por una menor producción, debido a los problemas económicos de los clientes y recesión general del país, y no debido a una falta de gestión comercial, pues gracias a los esfuerzos de todas las áreas no se perdió en año 2015 ningún cliente importante.

La pérdida mayor se da por nuevos gastos originados en reformas legales aprobadas en el 2015: Desahucio, provisiones por cuentas incobrables.

H. COMENTARIOS

Como resultado de la planeación estratégica llevada a cabo en el año 2014, y luego de un profundo análisis de todas las áreas en el año 2015, se decidió hacer una inversión en sistemas, buscando optimizar los procesos comerciales, administrativos y de manejo de personal. Se busca eliminar la dependencia de terceros con un desarrollo propio que cumpla con la realidad de la agencia de viajes moderna.

Con esta visión, se adquirió los códigos fuente del sistema administrativo contable TABOS, L a página web y se incorporó para ello a un grupo de trabajo liderado por el Sr. Marcelo Haro, quien está a cargo de entregar un Sistema Integral propio (ORION), diseñado para optimizar los procesos de venta e interacción con los clientes corporativos y proporcionar un sistema de información para toma de decisiones y reportes para la gerencia, operaciones y clientes.

El sistema entrará en pruebas en agosto del 2016 y 100% implementado hasta enero 2017, con lo cual se podrá reducir la carga operativa en todas las áreas. El valor de la inversión al 2015 suma un total de \$ 127 mil dólares de un total aproximado de \$ 500 mil.

Al 31 de diciembre del 2015 el avance en el tema tecnológico de la Agencia de viajes a dado sus primeros frutos en un control automático de la emisión y facturación de los boletos aéreos, ahorro por mejores negociaciones en la contratación del servicio de telefonía celular e internet, automatización en la administración del sistema de nómina y ahorro en el gasto de impresiones y copias

También debo informar, que en busca de incursionar en el mercado digital y luego de varios intentos de encontrar el socio correcto, se llegó a un acuerdo preliminar con la empresa PRICE

TRAVEL HOLDING de México quienes conjuntamente con Metropolitan Touring Agencia de Viajes, han decidido crear una nueva empresa que se dedique al negocio ON-LINE, la misma que en su primera etapa tendrá como objetivo poner en el mercado una página web que compita con los grandes buscadores como: Despegar.com; Travelocity.com; Expedia.com y otros, bajo un modelo mixto de página web y presencia en los mejores centros comerciales de las principales ciudades. (5 Quito y 5 Guayaquil).

AGRADECIMIENTOS:

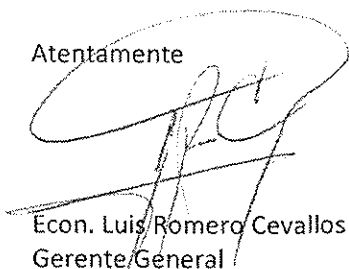
Mi reconocimiento y gratitud para todos los colaboradores de Metropolitan Touring, por el esfuerzo, cariño y tesón con el que día a día laboran. Especiales agradecimientos para el staff ejecutivo de la agencia, señores José Luis Egas, Monserrate Bravo, Ali Vinueza, Leopoldo Nájera, María Augusta Gallardo, Marcelo Haro y los jefes departamentales.

Debo también agradecer al Grupo Futuro, a los señores Directores y desde luego a los accionistas por la confianza depositada en nosotros para la administración de la empresa.

Quiero hacer extensivo mis agradecimientos a nuestros proveedores, socios y amigos comerciales, así como también a los clientes que siguen creyendo y confiando en nuestro profesionalismo.

Para finalizar, debo agradecer a Dios, por la oportunidad de guiar a esta empresa, seguir ofreciendo fuentes de trabajo para las familias de Metropolitan Touring y hacer realidad los sueños de viajes de nuestros clientes.

Atentamente



Econ. Luis Romero Cevallos
Gerente General