

Ambato, 20 de mayo del 2020

**INFORME DE GERENCIA A LOS SEÑORES ACCIONISTAS DE TRAVELS CLUB TOURISCOM
AGENCIA INTERNACIONAL Y OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA**

Travels Club agencia de viajes durante el periodo del año 2019 se ha caracterizado por ser una agencia de viajes que opera con seriedad, el equipo de la agencia trabaja en alianza con mayoristas debidamente registradas mismas que colaboran en el armado de paquetes turísticos a nivel nacional e internacional basados en destinos preferenciales del turista ecuatoriano, de esta manera el caribe ha sido uno de los destinos más vendidos así también como México, país que se destacó por una fuerte afluencia de turistas ecuatorianos que motivados por la eliminación de visado pudieron disfrutar del Distrito Federal de México y Cancún, paquetes combinados fueron los que más demanda tuvieron durante este año.

Siguiendo la tendencia Travel's Club invirtió en publicidad tanto en la parte física de la oficina, uso de redes sociales como Facebook para publicidad de destinos, pero, el punto más fuerte es el pasajero presencial, aquel que llega a la agencia y es sujeto de un proceso de venta en el que se asiste al cliente y en la mayoría de ocasiones sale de nuestras instalaciones con una propuesta real, para poder darle seguimiento al cliente hemos creado una base de datos con fecha, nombre, requerimiento, y resultado. Este proceso de venta fue implementado el primer trimestre del año y nos ha permitido lograr ventas y datos del cliente para futuras propuestas en caso de que la venta inicial no se concretara. Se ha manejado además un formato de cotización de manera que el cliente puede recibir la información detallada y clara de los servicios y precios así también como de políticas y condiciones.

Los boletos aéreos internacionales siguen siendo el principal servicio de la agencia, por tal razón la primera parte del año la gerencia recibió una capacitación dictada por la CENESTUR sobre Amadeus con el fin de cotizar vuelos con equipaje, ya que las aerolíneas más demandadas como Iberia, Air Europa, KLM entre otras empezaron a mostrar tarifas sin equipaje y esto generaba un problema al momento de darle el valor final al cliente cuando este requería maletas de bodega.

Las visas a Estados Unidos siguen siendo las más solicitadas y gracias al buen trabajo y asesoría de nuestro equipo tuvimos buenos resultados y muchos viajeros fueron beneficiados de las mismas, sin embargo, visados para la zona europea son menos comunes.

Capacitaciones y reuniones de trabajo también fueron parte de la agenda durante todo el año, de este modo nos cercioramos de estar con información actualizada en temas de destinos, visas, beneficios de aerolíneas, entre otros a fin de entregar información correcta para nuestros pasajeros.

El perfil de pasajeros son principalmente familias que buscan vacacionar en el exterior, y el seguimiento de nuestra parte finaliza cuando el pasajero ha regresado a su hogar y es analizado para conocer su grado de satisfacción. Nuestra asistencia al pasajero en este aspecto ha generado agrado y agradecimiento por parte de los mismos. Cortesías, regalos, recomendaciones, servicio y paciencia fueron acciones que enaltecieron nuestra labor.

Los corporativos han sido nuestros clientes menos habituales, pero, hemos logrado obtener contratos para el Caribe y Galápagos, este tipo de operaciones se llevaron a cabo con éxito y una promesa de volver a viajar de nuestra mano.

Después de esta rendición de cuenta, debo manifestar que se han cumplido la mayor parte de objetivos para el 2019, generando liquidez misma que expreso a continuación.

Para el 31 de diciembre la compañía presento una utilidad de \$ 117.73 representados de la siguiente manera.

Total, ingresos	21,306.95
Total, egresos	21,189.22
Utilidad antes de impuesto	117.73

Hay factores en los que aún se debe trabajar tales como:

- Agilitar el tiempo de entrega de información
- Mayor organización para atender todos los pedidos, consultas y demás.
- Mayor énfasis en corporativos tanto para propuestas nacionales como internacionales
- Abrir la cobertura de servicio para ciudades cercanas principalmente para grupos de viajeros
- Mantener un agente en la matriz y un agente de ventas fuera de la misma para poder incrementar las ventas de tours para grupos
- Conservar la publicidad en redes sociales y continuar adaptándose a las nuevas tendencias del mercado para comunicar nuestros servicios

- Idear estrategias que nos permitan diferenciarnos de la competencia sin afectar la utilidad de cada operación.
- Participar en eventos públicos y privados para ganar reconocimiento de la marca.
- Digitalizar los servicios como buscadores de vuelos con asistencia en la matriz.
- Rentabilizar el ejercicio para gozar de mayor utilidad.

Atentamente,



Lcda. Paulina Aucapiña B.
GERENTE GENERAL
TRAVELS CLUB CIA LTDA