



# INFORME DE GERENCIA 2013

## I. ANTECEDENTES

### 1.1 Análisis del Mercado de Quito

En el 2013 se mantiene la tendencia de crecimiento en la llegada de extranjeros al Ecuador. Llega un 7.42% más extranjeros que en el 2012.

#### Llegadas de Extranjeros al Ecuador Comparativo año a año 2009-2013

### Llegadas el Ecuador

En miles de personas

Total Llegadas

2013	1.366.269
2012	1.271.901
2011	1.141.037
2010	1.047.098
2009	968.499

Fuente: Ministerio de Turismo

No obstante de esto, según las estadísticas de Hoteles de Quito Metropolitano, los hoteles grandes registran una ligera caída en su ocupación en el 2013, debido principalmente a la reubicación del aeropuerto. No ha sucedido así en nuestro caso pues, como lo muestra la siguiente tabla, se logró subir el porcentaje de ocupación por 3.6 puntos.

	La Colina	Radisson	Swissôtel	Mercure	Lugano Suites
2012	57.4%	76%	70%	72%	58%
2013	61%	73%	68%	70%	58%
Variación	3.6%	-3%	-2%	-2%	0%

Fuente: Hoteles Quito Metropolitano

### 1.2 Posicionamiento

Actualmente estamos posicionados como un hotel para el hombre de negocios tanto local como internacionalmente. Y en cuanto a eventos, para un segmento corporativo en su mayoría.

En el mercado local, en lo que a categoría se refiere, La Colina se encuentra en competencia directa con otros Apart-hoteles como lo son el Lugano Suites y el Stubel Suites, y también con hoteles como el Hotel Quito y el Hotel Mercure.



Y en lo que ubicación se refiere, existe una amplia oferta de hoteles de lujo y primera categoría en un radio de menos de 1 km, como los son el Holiday Inn Express, Hotel Quito, Swissôtel, Radisson, Stubel Suites y Marriot.

En el ámbito internacional, nuestros mercados claves en el 2013 fueron los siguientes:

### Ventas por Procedencia 2013

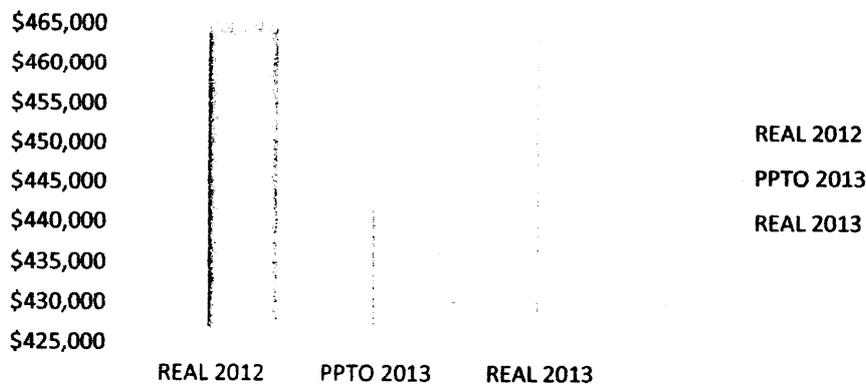


## II. RESULTADOS DE OPERACIÓN

Como consta en el informe anterior, el enfoque principal en los últimos 5 meses del año no pudo direccionarse en ventas debido a todo lo que hubo que solucionar en cuanto a servicios, mantenimiento del edificio y permisos.

Sin embargo las ventas reales si tuvieron un incremento, alcanzando la suma de \$463,765, mayor en 5.28% sobre el presupuesto de \$ 440,500 USD.

### Total Ventas

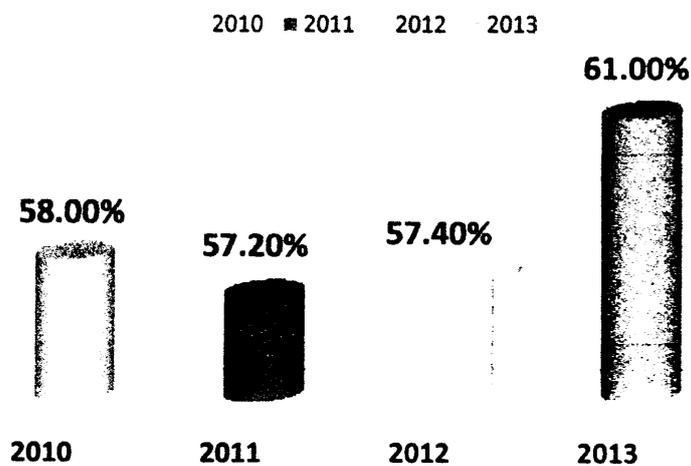




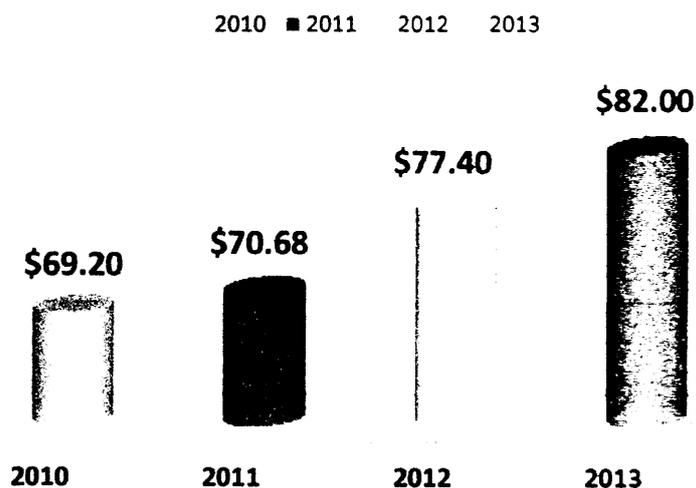
	REAL 2012	PPTO 2013	REAL 2013	Var vs 2012	VAR% 2013-2012	Var vs PPTO 13	VAR% 2013-PPTO
<b>Total Ventas</b>	<b>\$462,017</b>	<b>\$440,500</b>	<b>\$463,735</b>	<b>\$1,718</b>	<b>0.37%</b>	<b>\$23,235</b>	<b>5.27%</b>

A continuación, un comparativo de otros indicadores del desempeño del hotel en los últimos 4 años.

### % Ocupacion

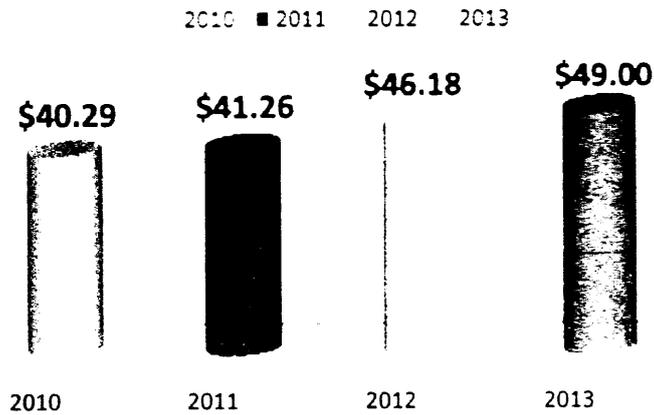


### Tarifa Promedio





## RevPAR



## Utilidad Operativa



	REAL 2011	REAL 2012	REAL 2013
Utilidad Operacional (GOP)	\$74,863.84	\$81,901.99	\$67,707.50
Participación Trabajadores	\$11,229.58	-\$12,285.30	-\$10,156.13
Utilidad luego trabajadores	\$63,634.26	\$69,616.69	\$57,551.38
Impuesto a la renta causado	\$15,712.50	-\$17,539.41	-\$13,369.96
Reserva legal	-\$4,792.18	-\$5,207.73	-\$4,418.14
<b>UTILIDAD NETA A DISTRIBUIR</b>	<b>\$43,129.58</b>	<b>\$46,869.55</b>	<b>\$39,763.28</b>



### III. INFORME DE ACTIVIDADES REALIZADAS

En este periodo se han realizado las siguientes tareas importantes:

#### Noviembre:

- Se logra obtener la Licencia de Funcionamiento (LUAE) para el año 2013 a pocas semanas del final del año que por negligencia no se la había obtenido.

#### Diciembre:

- Se inicia el rediseño de la Página Web del hotel.
- Se realiza un evento Navideño de Reconocimiento e Incentivo para nuestros mejores clientes.

En lo que va del presente año:

#### Enero:

- Se paga el Impuesto Predial para poder avanzar con los trámites y permisos de este año oportunamente.
- El 15 de enero obtenemos la Licencia de Funcionamiento (LUAE) para el 2014.
- Se pinta el lobby y el gimnasio del hotel.
- Se crea una nueva posición de VENTAS, con el propósito de mejorar la relación directa con nuestros clientes y empresas así como para hacer visitas.
- Se lanza la nueva carta del Restaurante, la cual tiene muy buena acogida y logra aumentar el interés y consecuentemente el consumo interno de huéspedes.
- Se incrementa la presencia del hotel en redes sociales abriendo una nueva página en Facebook y en Twitter.

#### Febrero:

- Con el objetivo de posicionar nuestra marca en el mercado local se publica un anuncio en el diario El Universo aprovechando las fechas de San Valentín y concierto de Elton John. Se logra atraer cierto interés.
- Se realiza un convenio de canje con la revista *The Business Year* de una página completa de publicidad en la edición anual, a una excelente tarifa de alojamiento. Esta revista reúne las opiniones y expectativas de aquellos que están definiendo la economía ecuatoriana y está dirigida a inversionistas y líderes empresariales de todo el mundo.
- Para la actualización del Permiso de Bomberos se inician varios trabajos bajo la nueva normativa, entre ellos la colocación de una luz estroboscópica, nuevas señalizaciones, actualización de extintores, revisión de la centralita, etc.
- Se solicita cotizaciones a diferentes empresas para valoración y avalúo del edificio.

#### Marzo:

- Se realiza la segunda visita de verificación para obtención del Distintivo Q, con muy buenos resultados.
- Se compra uniformes para personal de mensajería y mantenimiento.
- Se cambia los tapetes de papel en la cafetería para disminuir costos y mejorar la imagen del restaurante del hotel.
- Se realizan exámenes y chequeos médicos al personal para la obtención de ~~Carnets de~~ Carnets de Salud, y se paga y se obtiene el Permiso Sanitario



- Se solicita cotizaciones para la remodelación de las suites en el 5to piso
- Se realiza una sesión de fotos para la página web y nuevo material publicitario.
- Se concluye con el diseño de la página web, que en próximos días estará disponible.

#### IV. PRESUPUESTO 2014

<b>PRESUPUESTO DE OPERACIONES 2014</b>				
DESCRIPCION	REAL	PPTO	Variación	
	2013	2014	\$	%
% de Ocupación huéspedes de hotel	61%	63%		2.00%
# de suites rentadas mes	4,721	5,057	336	7.12%
Tarifa promedio por suite	\$82	\$83	1	0.81%
RevPAR	\$49	\$52	3	6.12%
<b>VENTAS</b>				
Renta de Suites	379,330	418,114	38,784	10.22%
Alimentos y bebidas	70,157	49,513	-20,644	-29.43%
Telefonos, Lavanderia & Otros Ingresos	6,639	3,894	-2,745	-41.34%
<b>Ventas Totales</b>	<b>463,736</b>	<b>471,521</b>	<b>7,785</b>	<b>1.68%</b>
<b>COSTOS Y GASTOS</b>				
Total Rol de Pagos	161,779	158,160	-3,619	
Publicidad y Promoción	3,300	10,000	6,700	
Seguros	2,307	3,000	693	
Mantenimiento & Equipos	29,425	35,256	5,831	
Habitaciones	29,365	37,000	7,635	
Alimentos y Bebidas	49,128	29,520	-19,608	
Administracion	45,304	41,160	-4,144	
Administracion Otros	43,174	41,700	-1,474	
Financieros	10,450	11,000	550	
Permisos y Patente	21,796	13,000	-8,796	
<b>Total Gastos &amp; Costos</b>	<b>396,028</b>	<b>379,796</b>	<b>-16,232</b>	<b>-4.09%</b>
<b>Utilidad o (Pérdida) Acumulada Antes de Impuestos</b>	<b>67,708</b>	<b>91,725</b>		

## V. PEERSPECTIVAS

La estrategia para este año se ha focalizado en una campaña fuerte de posicionamiento de marca para incrementar las ventas.

Nos hemos caracterizado por ser un hotel corporativo por lo que se buscara diversificar los canales de venta para atraer el mercado turístico. Con esto en mente, hemos agendado ya una reunión con Quito Turismo. Se sugeriría también la participación en alguna Feria de Turismo Internacional.

A través de algunos otros cambios se continuara trabajando para subir los estándares y agregar valor a los servicios ofrecidos, mediante la entrega de experiencia exclusiva y personal.

Se intensificará también la implementación de técnicas de *Revenue Management* con el objetivo de aumentar la ocupación y la tarifa promedio.

En el 2014 se seguirá trabajando en el continuo mejoramiento de la imagen del hotel, la calidad del servicio, el posicionamiento en el mercado como hotel Boutique, y de esta forma lograr maximizar el rendimiento de la inversión. Lo anterior se busca lograrlo explotando nuestras fortalezas y apoyándonos principalmente en nuestra calidez y calidad de servicio.



Paola Roggiero  
Gerente General