

Quito, 6 de Marzo de 2017

Me es grato presentar a consideración de los Señores Accionistas el informe del ejercicio económico terminado al 31 de diciembre del año 2016, correspondiente a la gestión de Hotel CasaGangotena.

INFORME PARA LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE HOTEL CASAGANGOTENA

El 2016 fue un año de cambios importantes en la operación del hotel, iniciando con el cambio en la Gerencia General a raíz de la salida del Sr. Fernando Delgado por motivos de desarrollo profesional personal e incorporación como nuevo Gerente General del Sr. Ignacio Paz, hasta la incorporación de manera paulatina y sinérgica de las estrategias comerciales de nuestra empresa hermana ETICA, replicando las mejores prácticas que se han destacado en su gestión.

Comparto con Uds., señores accionistas, los resultados del ejercicio Económico 2016, precisando que ha sido un año complejo en los aspectos económicos y políticos a nivel mundial y del país, así como también resaltando la incidencia de fenómenos naturales (terremoto de abril 2016) y brotes epidémicos (SIKA) que afectaron al normal desarrollo y crecimiento del mercado de turismo en general.

Es importante también indicar que los resultados obtenidos se han alcanzado a pesar de contar con la Plaza de san Francisco en condiciones desfavorables, dada la construcción del Metro de Quito, proyecto que arrancó a mediados del 2016 y que ha generado un entorno caótico frente al hotel.

PRINCIPALES ASPECTOS SUSCITADOS DURANTE EL EJERCICIO 2016

ASPECTOS COMERCIALES 2016:

Durante el año 2016 las acciones comerciales estuvieron enfocadas a desarrollar información base de análisis de ventas, que permitiera orientar con claridad las acciones en los distintos canales, mediante la medición de factores de producción, ocupación y tarifa promedio.

CANAL METROPOLITAN TOURING:

Se trabajó en el fortalecimiento del trabajo en equipo y optimización de recursos, delimitando las áreas de acción para evitar cruces con clientes compartidos. Se analizaron segmentos de clientes, productos sustitutos, se crearon paquetes de productos que incluyan hospedaje en Casa Gangotena y se llevó un estricto control semanal de la productividad.

CANAL AGENCIAS LOCALES:

Trabajamos en identificar y potenciar el market share por cliente. Se realizaron visitas comerciales a los principales operadores de turismo receptivo de lujo obteniendo un crecimiento del 7,6% en la venta total de este segmento, con respecto al año anterior.

CANAL AGENCIAS INTERNACIONALES:

Se trabajó muy de cerca con Metropolitan Touring y las diferentes afiliaciones a las que pertenecemos (Fine Hotels and Resorts, Virtuoso, Signature y Andrew Harper) para identificar opciones de posicionamiento y promoción.

Durante el 2016 logramos incluir a Casa Gangotena dentro de la afiliación Travellermade; una comunidad de diseñadores de viajes dedicados a brindar viajes únicos y exclusivos a viajeros que buscan experiencias diferentes y originales.

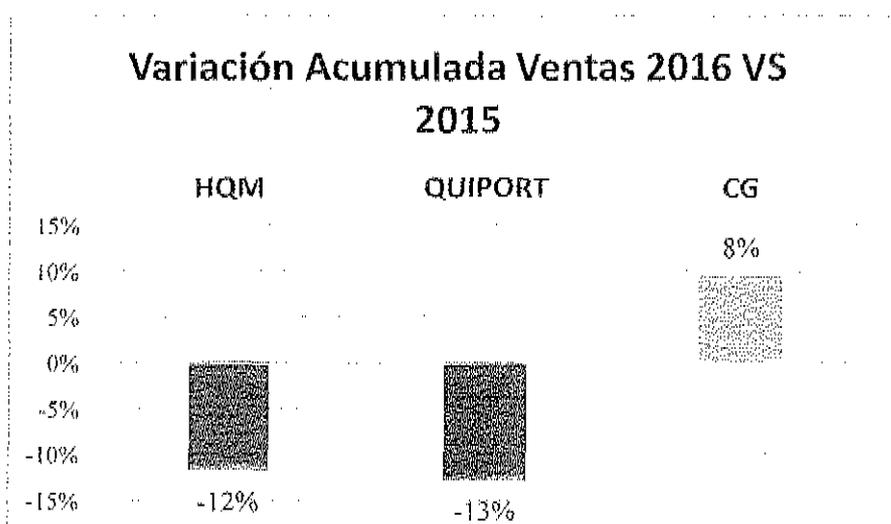
CANAL WEB y OTAs

Se trabajó activamente en el manejo de los sitios, poniendo especial atención en colocar promociones agresivas para la venta a último minuto (30 días antes de la llegada del huésped) obteniendo un crecimiento total de los 2 canales en un 9%.

CANAL CORPORATIVO

Para Casa Gangotena el 2016 fue un año "atípico" en el segmento corporativo ya que fuimos sede del directorio de Schlumberger, evento que generó un crecimiento del 335% versus el 2015. Por otra parte, para la feria Hábitat se logró colocar todas las noches disponibles a la tarifa más alta del mercado.

Todas estas acciones generaron un resultado final de crecimiento del 8% en las ventas de hospedaje comparado con el año 2015; un crecimiento importante tomando en cuenta el decrecimiento experimentado por el mercado de un -12% según la asociación de hoteles de Quito Metropolitano y con una caída del -13% de arribos internacionales al aeropuerto de Quito, según datos proporcionados por Quiport.



MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS:

En el año 2016 la gestión de promoción y publicidad se centró en la generación de contenido *promocional* que trasmite y realce las experiencias auténticas del hotel, originadas gracias a su ubicación y la enorme riqueza cultural que le rodea.

En términos de Relaciones Públicas, fue un año con excelentes resultados llegando a tener 123 menciones dentro de publicaciones en medios relevantes internacionales.

Durante 2016 Casa Gangotena recibió varios reconocimientos internacionales, así tenemos que en los premios *Travelers Choice* de Trip Advisor es uno de los "25 mejores hoteles en el Mundo", en los premios *Travel + Leisure World's Best Awards* se destacó como el "Mejor Hotel de América Central y Sudamérica", encabezó la lista de los hoteles más románticos del mundo según *Travel + Leisure*, *Condé Nast Traveller* incluyó a la terraza del hotel dentro de la lista de las "10 mejores terrazas del Mundo", y finalmente en los *World Travel Awards* fuimos reconocidos como el mejor hotel Boutique del Ecuador.

Durante el 2016 participamos en ferias de turismo internacionales especializadas en el segmento de Lujo: *Emotions* – Argentina, *Experience Latin América (ELA)* – Inglaterra, *PURE Life Experience* – Marruecos.

GESTION OPERACIONES Y ALIMENTOS & BEBIDAS.

Durante el año 2016 trabajamos en diferentes proyectos que contribuyeron a garantizar el servicio y la experiencia de nuestros clientes. Entre estos proyectos tenemos:

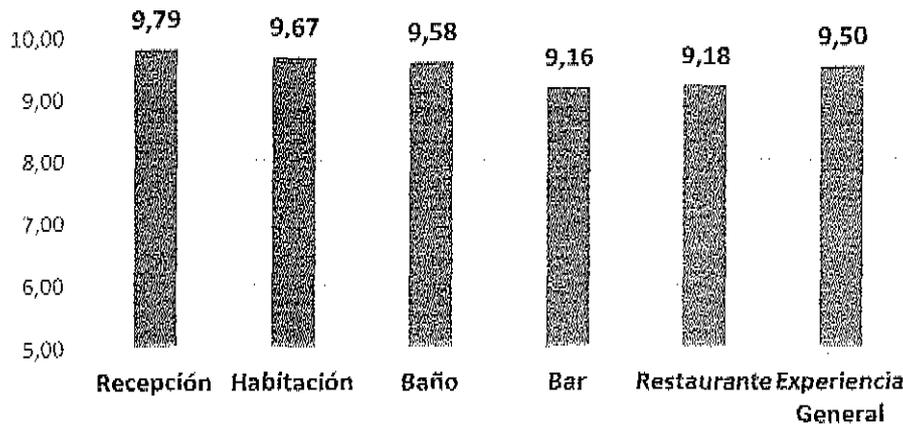
Reemplazo de tuberías PVC del sistema de agua caliente por tuberías de cobre, este proyecto actualmente tiene un avance del 80% garantizando el suministro constante de agua caliente a las habitaciones.

Anticipándonos a los posibles efectos de la construcción de la estación del Metro de Quito en la Plaza de San Francisco, se realizaron varias acciones:

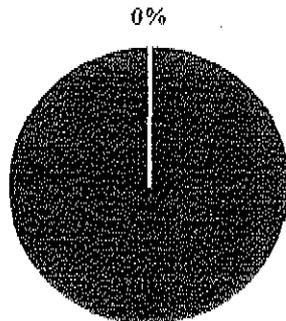
- Se colocó una pasarela cubierta en el jardín posterior del hotel por donde ingresarán los huéspedes una vez que el acceso de la calle Bolívar se cierre.
- Se inició la instalación de ventanas con láminas anti ruido en las habitaciones que tiene vista a la Plaza San Francisco para mitigar el ruido causado por los trabajos de construcción.
- Se adecuó, organizó y diseñó el servicio de Casa Escudero para que opere como extensión de Casa Gangotena para aquellos huéspedes que sean derivados por causa de la construcción de la estación del Metro de Quito.

Gracias a la comprometida acción de todo nuestro personal, cerramos el año 2016 con los siguientes indicadores de satisfacción que reflejan la calidad del producto y su aceptación en la categoría a la que pertenece:

ÍNDICE DE CALIDAD 2016 POR CATEGORÍA

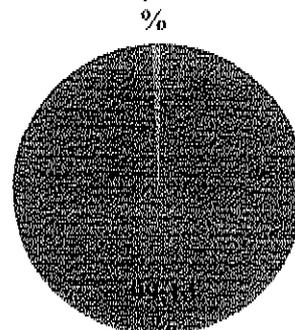


¿RECIBÍ LO QUE SE LE OFRECIÓ AL MOMENTO DE SU COMPRA?



■ SI ■ NO

¿NOS RECOMENDARÍA?



■ SI ■ NO

Con relación al departamento de Alimentos y Bebidas, se incorporó al equipo el Chef Andrés Robles, en reemplazo de Andrés Dávila, quien junto al Director Gastronómico Byron Rivera iniciaron el proceso de renovación de concepto de comida en el restaurant.

Se implementó una política de puertas abiertas con lo cual se eliminaron todas las restricciones para el ingreso de posibles clientes del restaurant que, junto con una campaña de publicidad en redes, han dado como resultado el incremento en las de ventas del mismo.

Manteniendo el estilo del diseño y decoración, se reemplazó la alfombra en el restaurant por otra cuyos colores no solamente aportan elegancia y resaltan los detalles del ambiente, sino que extiende la durabilidad de la misma.

Se mantuvieron continuas capacitaciones con nuestros proveedores de vinos para mantener al personal de servicio instruido sobre las diferentes opciones y posibles maridajes con los platos de la carta y se realizó la primera fase de entrenamiento en cocktelería, conducida por un experto Peruano.

INFORMACION Y TECNOLOGIA

Durante 2016 se desarrollaron un número significativo de tareas y proyectos con miras a reforzar y potencializar la operación del hotel, así como optimizar y generar ahorros sobre los diferentes recursos tecnológicos. Entre las acciones más relevantes a mencionar tenemos:

- ✓ Se cambió el proveedor de comunicación telefónica de Level 3 a Alcatel, bajando los costos telefónicos en un 52%, esta acción incluyó cambio a equipos telefónicos en las habitaciones más modernos.
- ✓ Coordinación, instalación de facturación electrónica para Micros (Restaurante) y Opera (recepción), se realizó toda la coordinación y capacitación al personal concluyendo con éxito el funcionamiento.
- ✓ *Coordinación y asistencia en la creación de la interface entre factura electrónica y JDE*
- ✓ Asistencia desde la parte de Opera para la construcción del Data Warehouse que es la base informativa para el desarrollo de las estrategias comerciales.
- ✓ Actualización del certificado de seguridad para la comunicación entre Sabre y Opera para las reservas de las OTAS y pagina web, como la disponibilidad en línea.
- ✓ Actualización del IVA del 12% al 14%, se realizó las respectivas coordinaciones con Micros, consumiendo horas del contrato de soporte y en el caso de Opera se realizaron todas las pruebas para hacerlo de manera local y no con Oracle generando un ahorro de 2.400 usd. *Se logró realizar todas las pruebas de manera exitosa y se realizó de manera interna sin costo para la empresa.*
- ✓ Optimización de equipos de computación, como de impresoras, reasignación de los mismos y recuperación de 3 equipos evitando invertir en equipos nuevos de manera innecesaria.
- ✓ Capacitación de Opera en las diferentes áreas especialmente recepción.
- ✓ Reconfiguración de Opera para mejorar la operación, creación de reportes personalizados.

RECURSOS HUMANOS

El año 2016 ha sido un año de transición en la gestión del Talento Humano, evidenciándose una predominante gestión enfocada a la parte administrativa-operativa del recurso humano y no al desarrollo del mismo; es por ello que proyectos importantes como Cultura y Clima Laboral (Happiness), desarrollo y formación (capacitación), procedimientos y políticas que se alinean a la estrategia corporativa no han tenido mayor impacto en el personal. Es por ello que la nueva administración del Talento Humano tiene enfocada su gestión en obtener los siguientes resultados:

El objetivo del Proyecto Happiness 2017 es Incrementar el índice de felicidad del trabajador con la empresa, a través de metodologías y eventos que permitan integrar los conceptos en la cultura y el clima organizacional. El lanzamiento del plan se realizará la última semana de marzo y la medición 2017 (referente inicial) la primera etapa de abril.

Adicionalmente, se continuará trabajando en los siguientes campos:

- Procedimientos de Talento Humano, homologados al paraguas corporativo y el giro de negocios de los hoteles.
- Establecimiento de políticas que beneficien al personal y a la empresa.
- Levantamiento de información del personal para los sistemas integrados a manejarse en los hoteles.

- Manejo de conflictos en el personal.
- Seguimiento y control de procesos administrativos de Talento Humano.

CONTROLLING

La operación del año 2016 generó un ahorro significativo en el nivel de gastos que representó un 3% del presupuesto correspondiente (115 mil usd); este hecho obedece a un control estricto en la evolución del gasto, optimizando e impulsando el uso eficiente de los recursos del hotel. En este sentido se han desarrollado herramientas de planificación y seguimiento al flujo de efectivo, análisis constante y participativo de las desviaciones al presupuesto de gastos, y constantes campañas de buscar oportunidades de optimización en los procesos de operación.

BUSINESS INTELLIGENCE

2016 marcó el inicio del desarrollo de la herramienta BI en coordinación con el equipo de nuestra empresa hermana ETICA, este proceso arrancó en una primera fase con la construcción de la base de datos de la gestión comercial de hospedaje, la misma que ha permitido diseñar una estrategia comercial en todos los niveles, analizando la historia del negocio para así asegurar el logro de los objetivos planteados en el corto plazo y armar una base sólida para la venta de años futuros.

Están en la carpeta de proyectos BI a desarrollar para el siguiente año: la gestión comercial de A&B, la consulta de la gestión financiera, la gestión del área logística.

RESULTADOS FINANCIEROS

CasaGangotena en 2016 generó un resultado aún negativo; la contracción económica a nivel país y más aún a nivel mundial (en especial la revaluación del dólar, Brexit y caída del precio del petróleo), sumado a la serie de eventos naturales (alertas de erupción y terremoto) y fenómenos epidemiológicos (sika), han afectado el logro de las metas de venta planteadas para el año, lo cual pese a haber trabajado en optimizar los costos y gastos, repercutió en el resultado deficitario de la operación.

Pese a lo mencionado, CasaGangotena generó un crecimiento vs el año 2015 en sus ventas totales de un +7%, contrario a la tendencia del mercado que fue decreciente (-12%); esto sumado al control-optimización de costos y gastos generó una reducción en la pérdida final de un 19%.

Con relación al estado de la "Emisión de Obligaciones" que mantiene el hotel es relevante mencionar el puntual reconocimiento y pago de los compromisos adquiridos, así como el cumplimiento de los indicadores de resguardo exigidos por el mercado de valores. Al cierre del ejercicio 2016 el saldo de la Emisión de Obligaciones asciende a 4,7 MIO USD de los 5,0 MIO USD con que se inició. La calificadora de riesgos CLASS realizó su última evaluación con corte octubre 2016 con la cual emitieron su informe en el cual se mantiene la calificación del hotel en "A-".

Considerando que 2016 fue un año de una dura crisis económica y recesión significativa para la industria turística, lo cual afectó al cumplimiento de las metas económicas planteadas, se requirieron tomar varios préstamos para cubrir puntuales necesidades de caja, estos préstamos se concretaron con empresas relacionadas como son TECNISEGUROS e INVERNAL, ambos a una tasa del 8% anual.

La recuperación del IVA durante el año 2016 tuvo un éxito de un 100%, este hecho generó un alivio a la caja por 230 mil usd, este proceso lo realiza directamente el hotel sin incurrir en costos adicionales con terceros. Es importante mencionar que la situación económica del Gobierno ha impedido que la devolución del IVA sea en efectivo, empujando a los contribuyentes a solicitar notas de crédito desmaterializadas emitidas por la autoridad tributaria, para hacer efectivo estos documentos se los negoció en el mercado de valores lo cual implicaba un costo financiero, ante esto hemos logrado una excelente tasa de negociación de nuestras notas de crédito con lo cual logramos recuperar en promedio el 99,3% del valor devuelto.

El informe final de auditoría es un informe limpio, una vez presentados estos estados financieros a la Junta de Accionista se procederá al ingreso en los organismos de control (SRI, Súper Intendencia de Compañías, Bolsa de Valores).

A continuación los resultados de HOTEL CASAGANGOTENA:

CIFRAS FINANCIERAS AL 31-Diciembre-2016

Al 31 de Diciembre de 2016

Expresado en miles USD

2016	2015	%	2016	2015
------	------	---	------	------

ESTADOS FINANCIEROS

Total Activos	10.297	(474) ▾	-5%	9.823
Total Pasivo	5.361	4 ▲	0%	5.365
Total Patrimonio	4.936	(478) ▾	-10%	4.458
Total Pasivo y Patrimonio	10.297	(474) ▾	-5%	9.823

ESTADOS DE RESULTADOS

Ventas	2.953	202 ▲	7%	3.155
Costo	(374)	(18) ▲	5%	(356)
Gasto	(3.173)	104 ▾	-3%	(3.278)
Resultado Neto	(594)	(116) ▲	19%	(478)

Quiero agradecer a todo mi equipo por su trabajo del día a día, por su perseverancia y lealtad. Me siento muy orgullosa y agradecida de trabajar junto a un grupo de personas que demuestran su profundo compromiso con lo que hacen. Esa es la característica que nos ha permitido alcanzar uno a uno nuestros objetivos.

Mi especial agradecimiento para los señores directores y accionistas que han acompañado a la administración en un año de grandes desafíos y sueños


Ignacio Paz
Gerente General

