

Quito, 12 de Abril de 2017

Me es grato poner a consideración de los Señores Accionistas el informe del ejercicio económico terminado al 31 de diciembre del año 2017, correspondiente a la gestión de Hotel Casa Gangotena.

INFORME PARA LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE HOTEL CASA GANGOTENA

El año 2017 se gestionó bajo una nueva administración, buscando se introduzcan de manera intensa KPI's del negocio que permitan proyectar el mismo al futuro.

Durante este año se consolidó el proceso de sinergia entre el hotel y nuestra empresa hermana ETICA en lo que respecta a las áreas estratégicas del negocio como son la parte comercial y la parte de operaciones hoteleras, hecho que inevitablemente implicó una revisión de procesos internos y un aseguramiento de la calidad del servicio brindado a nuestros clientes y huéspedes.

El año estuvo caracterizado por la afectación negativa por el cierre de la Plaza de San Francisco debido a la construcción del proyecto Metro de Quito, hecho que es el origen de algunos de los indicadores que revisaremos a continuación.

ASPECTOS COMERCIALES 2017

El año 2017 fue un año marcado por 3 eventos externos relevantes y cuyos efectos por separado son difíciles de medir: 1) Incremento de la oferta de hoteles en la ciudad y decrecimiento de tarifa promedio de hospedaje en la ciudad, 2) Obras civiles del Metro de Quito que significó el cierre de la Plaza San Francisco y la calle Bolívar, y 3) La caída de llegadas internacionales de extranjeros no residentes a la ciudad.

Información de Mercado 2017:

Llegadas internacionales: Al igual que 2016 este año se mantuvo la tendencia de disminución de llegadas internacionales a la ciudad, aunque en menores valores durante los últimos trimestres, cerrando el año con una contracción del 5%.

Llegadas internacionales de turistas extranjeros no residentes, período 2016 - 2017.

Mes	2016	2017	% var
Trim 1	142,556	124,303	-12.8%
Trim 2	132,550	130,831	-1.3%
Trim 3	135,834	131,464	-3.2%
Trim 4	132,823	129,185	-2.7%

Fuente: Quito Turismo

Tarifa promedio de la ciudad: Un efecto esperado debido a la contracción de visitantes es la reducción de la tarifa promedio en general de los hoteles en Quito, la ocupación promedio reportada por los hoteles pertenecientes a la asociación HQM para el año 2017 fue del: 55.68%. A continuación, un resumen de la variación anual de las tarifas promedio:

**TARIFA PROMEDIO MENSUAL (ADR) - HQM HOTELES 5* Y 4*,
período 2016 - 2017**

Mes	2016	2017	Prom	% var
Enero	\$ 101.08	\$ 90.20	\$ 95.64	-10.76%
Febrero	\$ 99.84	\$ 90.64	\$ 95.24	-9.21%
Marzo	\$ 99.19	\$ 92.37	\$ 95.78	-6.88%
Abril	\$ 101.07	\$ 96.38	\$ 98.73	-4.64%
Mayo	\$ 97.83	\$ 91.65	\$ 94.74	-6.32%
Junio	\$ 96.03	\$ 90.53	\$ 93.28	-5.73%
Julio	\$ 94.48	\$ 90.73	\$ 92.61	-3.97%
Agosto	\$ 97.43	\$ 90.69	\$ 94.06	-6.92%
Septiembre	\$ 94.18	\$ 86.96	\$ 90.57	-7.67%
Octubre	\$ 128.43	\$ 91.10	\$ 109.77	-29.07%
Noviembre	\$ 96.63	\$ 88.36	\$ 92.50	-8.56%
Diciembre	\$ 93.47	\$ 92.21	\$ 92.84	-1.35%

Fuente: HQM

Ventas 2017:

El año 2017 en las cifras totales de venta representaron un decrecimiento del total del 10% con respecto a las ventas alcanzadas en 2016. Si bien es cierto tanto la oferta general hotelera de Quito sufrió un decrecimiento en su tarifa promedio del 9% y el arribo en general al destino Quito de igual forma sufrió una caída del 5%, consideramos que el mayor factor negativo que enfrentamos y difícil de evaluar su impacto directo, fue el cierre de la Plaza San Francisco y las vías frente al hotel.

Los esfuerzos realizados para minimizar el impacto se pueden evidenciar cuando se analizan las ventas por los diferentes canales, ya que en algunos canales tenemos más control directo que en otros.

	2016	2017	Var	Var%
MT (Etica)	688	793	105	15%
Agencias Loc+Intl	886	794	-92	-10%
Directos	459	407	-52	-11%
Corporativo	167	19	-148	-89%
Resto (No Com)	66	27	-40	-60%
TOTAL	2.266	2.040	-227	-10.0%

Canal Metropolitan Touring: Una vez conocidas las fechas de trabajos en la Plaza San Francisco, se coordinó directamente con este canal para tomar contacto con sus principales clientes y de manera directa manejar un mensaje comercial unificado del impacto potencial que el huésped tendría debido a los trabajos de la Plaza San Francisco. Como canal recibimos la colaboración absoluta de su equipo con el fin de invitar a sus clientes a no realizar movimientos de sus reservas y así mantener el crecimiento que se esperaba para el 2017 (+18%). Se alcanzó un crecimiento del +15% lo cual consideramos exitoso debido al peso de este canal en nuestras ventas, mostrando casos excepcionales que prefirieron mover sus reservas hacia otros hoteles.

Canal Agencias de Viajes Locales e Internacionales: A pesar de realizar los contactos con todas las agencias para brindar la máxima tranquilidad en lo referente a los trabajos en la Plaza, su presencia local siendo testigos de lo invasivo de las obras, sumado a su decrecimiento general de visitantes a Quito, en general optaron por no correr mayores riesgos, lo cual se tradujo en un decrecimiento del 10% con respecto a 2016.

Canal Directo (Web/OTAs/Directos): Aquí se trabajó de manera especial en cuidar la reputación digital del hotel a través de un monitoreo constante de comentarios y reclamos de los huéspedes por medios digitales. Como política de transparencia de información hacia nuestros clientes, nuestras páginas WEB siempre presentaron información clara referente a las obras realizadas con el fin de evitar potenciales reclamos por falta de información al respecto. En estos canales, el nivel de visitas a nuestras páginas no se vio afectado (tráfico virtual), más sin embargo la tasa de solicitud de información y la tasa de cierre se redujo, dejando como resultado un decrecimiento del 11% comparado con las cifras del 2016.

Canal Corporativo: Para este año se presupuestó una caída considerando la no realización de una venta especial dada en 2015 a una empresa petrolera. Sin embargo, se preparó un plan amplio de invitación a las principales empresas locales para conocer nuestras instalaciones y ampliar nuestro portafolio de oferta en este segmento. Sin embargo, visto el potencial impacto que podría generar a nuestros "evaluadores" invitados de las empresas, se decidió posponer la implementación de dicho plan hasta la reapertura de calle Bolívar por lo menos. Lamentablemente esto sucedió a finales de Noviembre, por lo cual la caída en ventas comparado con 2016 se concentró en este segmento.

Si evaluamos las ventas sin el caso puntual del segmento Corporativo, en resumen tenemos una caída del 3,7% (aprox. 78 mil USD) versus 2016, lo cual considerando los efectos en tarifa de mercado y caída de visitantes, podemos concluir haber mitigado de manera positiva estos efectos negativos.

Ocupación – Tarifa Promedio – RevPAR 2017:

Considerando lo antes mencionado a nivel de canal, los indicadores hoteleros relevantes y su evolución cerraron de la siguiente manera:

	2016	2017	Var	Var%
Ocupación	54%	51%	-2%	
Tarifa Promedio (Com)	374	352	-21	-6%
RevPAR	200	180	-20	-10%

Cabe señalar que para el cálculo del RevPAR 2017 se consideró la totalidad de las 31 habitaciones sin contemplar el retiro temporal del inventario de las habitaciones Plaza View durante los meses críticos de las obras civiles en la Plaza San Francisco.

PROYECCIÓN 2018

Es relevante mencionar que el año 2018 se presenta con tendencias positivas y que nos hacen prever que nuestra meta de presupuesto va a ser cumplida exitosamente, las cifras detrás de esta conclusión con corte a la 2da semana de marzo 2018 son; cumplimiento del presupuesto respectivo de un 108% en producción de reservas, y 104% en ventas facturadas.

MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS:

En el año 2017 la gestión de promoción y publicidad se centró en la generación de contenido promocional que trasmite la nueva oferta gastronómica y de cocteles del hotel. Se realizaron fuertes campañas en redes sociales de posicionamiento del restaurante y de los atractivos del centro histórico. El objetivo fue posicionar a Casa Gangotena en el *top of mind* del consumidor local como el lugar favorito para disfrutar en familia, con amigos o celebrar algún evento importante. Se dio mucha importancia a rescatar las celebraciones locales y al segmento corporativo también. Logramos un incremento del 92% de seguidores en Facebook, un 221% de incremento en *engagement* y un 132% de incremento de seguidores en Instagram.

En términos de Relaciones Públicas, fue un año con buenos resultados llegando a tener 60 artículos de prensa en los medios más relevantes internacionales y nacionales como *Travel + Leisure*, *Forbes*, *Lonely Planet*, *Condé Nast Traveler*, *TV Día a Día*, *Revista La Familia*, *A Bordo*, *Dolce Vita* entre otros. Tuvimos la visita de alrededor de 20 periodistas de varias partes del mundo, principalmente de Estados Unidos y Reino Unido.

Durante 2017 Casa Gangotena recibió varios reconocimientos internacionales,

- *Condé Nast Traveler – Premio Reader’s Choice Awards 2017 – Top 25 Hoteles de Sudamérica*
- *Travel + Leisure: Premio World’s Best Awards 2017 - #4 del Top 10 de los Mejores Hoteles de Ciudad de Centro y Sudamérica*
- *FlightNetwork.com 2017: Ganador #17 Hoteles Boutique dentro de los 100 Mejores Hoteles del Mundo.*
- *TripAdvisor 2017: Travelers’ Choice – Top 10 de los Mejores Hoteles para Romance en Ecuador*
- *TripAdvisor 2017: Travelers’ Choice – Top 10 de los Mejores Hoteles en Ecuador*
- *TripAdvisor 2017: Travelers’ Choice – Top 25 Hoteles de Servicio en Ecuador*

Durante el 2017 a parte de participar en ferias tradicionales como WTM Londres, ITB Berlin, TMLA Ecuador, participamos en ferias internacionales especializadas en el segmento de Lujo: *Emotions – Argentina*, *Experience Latin América – Inglaterra*, y *Traveler Made – Francia.*

Finalmente en el 2017, en septiembre Casa Gangotena fue el anfitrión y protagonista del fam trip VIP de Quito con clientes mayoristas internacionales aprovechando la presencia de la feria Latin American Travel Mart que se realizó en Guayaquil.

GESTION OPERACIONES Y ALIMENTOS & BEBIDAS.

Durante el año 2017 tuvimos como reto manejar la construcción de la estación del Metro de Quito en la Plaza San Francisco de tal manera que podamos garantizar una experiencia inolvidable para nuestros huéspedes, a pesar del aspecto negativo de la obra en construcción, ubicada frente a nuestro hotel.

Las acciones tomadas fueron:

1. Reemplazo de ventanas en todas las habitaciones del hotel por ventanas de PVC con tecnología alemana que garantizan 38 decibeles dentro de las habitaciones.
2. Clausura del ingreso principal por la calle Bolívar con una pared de vidrio de 10 cm y películas anti ruido en su interior
3. Doble ventana en el restaurant para garantizar 37 decibeles dentro del salón y no comprometer el diseño de los vitrales decorativos.
4. Reacondicionamiento del ingreso por la calle Cuenca
5. Instalación de un cubo anti ruido al ingreso de la logia del hotel

Estas medidas sumadas al compromiso de todos nuestros colaboradores permitieron que Casa Gangotena se mantenga dentro del listado de los mejores Hoteles de Sudamérica distribuido por Trip Advisor durante el año 2017.



Tell the World You're a Winner

Con relación a alimentos y bebidas, el chef Byron Rivera desarrolló una oferta gastronómica donde buscó interpretar la comida tradicional en base a técnicas contemporáneas y a una relación estrecha con los productores y proveedores del restaurant, generando así la cocina MESTIZA de Casa Gangotena, misma que fue estratégicamente complementada con el diseño y desarrollo exclusivo de una vajilla artesanal, que además se encuentra a la venta.

En base al concepto de cocina mestiza, se desarrolló una propuesta de coctelería que no solamente guarde plena relación con los sabores desarrollados por el Chef sino que se presente como un homenaje a los colores, aromas y sabores tanto de las frutas como de las especerías ecuatorianas infusionadas con licores tradicionales como la caña manaba.

Nuestra experiencia gastronómica nos permitió mantenernos dentro de la lista de los mejores restaurantes de la Ciudad de Quito.



Casa Gangotena

6.10 opiniones

Nº 3 de 46 resultados

\$\$\$ Sudamericana Ecuatoriana Apto para vegetarianos Opciones veganas Up

Por el día del amor 31/02/2018

Buen apetito! 31/01/2018

INFORMACION Y TECNOLOGIA

Durante 2017 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:

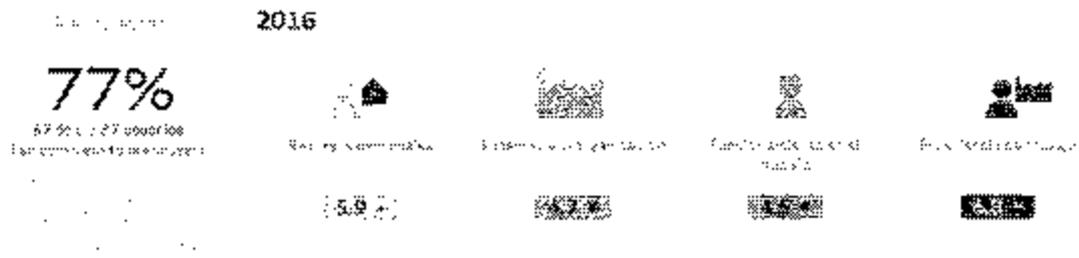
1. Instalación del sistema Pixel, como POS, para ventas del restaurante, con esto se pudo diseñar el data warehouse.
2. Retorno del IVA del 14% al 12%, se lo realizó de manera interna para no generar ningún costo para el Hotel
3. Diseño y configuración de factura electrónica para el POS.
4. Actualización del portal de Factura Electrónica a la modalidad Offline, requerimiento de SRI.
5. Renovación del certificado digital para interface de Oxy, con Sabre.
6. Cambio de computadores para área de Contabilidad y compras.
8. Actualización y configuración del cambio del valor de la tasa Municipal.

RECURSOS HUMANOS

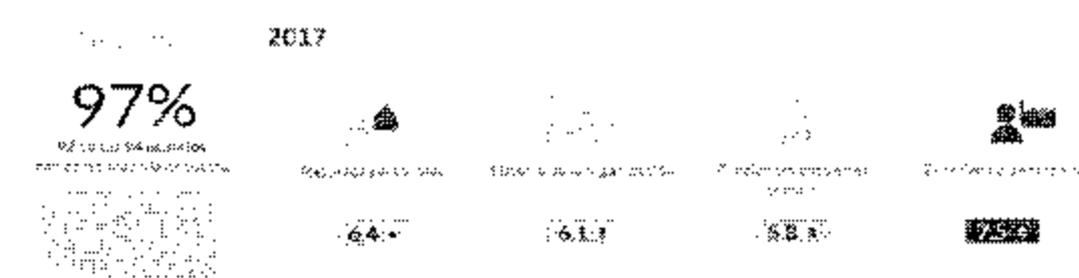
Durante el año 2017 el ambiente laboral y la cultura corporativa tuvieron especial atención y relevancia para el área RRHH, se implementó rigurosamente el plan definido para introducir Filosofía Happiness como herramienta para desarrollar el clima laboral y alinear la cultura corporativa.

Este trabajo tuvo una amplia y positiva aceptación del personal, la misma que se vio reflejada en un significativo incremento del índice de satisfacción de los colaboradores medido por Happiness cuyos resultados se observan a continuación.

RESULTADOS MEDICION MAYO 2016



RESULTADOS MEDICION MAYO 2017



Paralelamente al programa Happiness, se trabajó en una redefinición de la estructura organizacional, dando más claridad al personal sobre el organigrama, niveles de reporte y funciones por cargo.

Bajo el paraguas corporativo se implementó un programa de capacitación cruzada para el personal que atiende a los huéspedes (Housekeeping, Salón) este programa permitió a los colaboradores de Casa Gangotena conocer otros productos de Metropolitan Touring, compartir experiencias y adquirir nuevos conocimientos.

Se implementó el programa de inglés "Be My Guest" para el personal con atención a Huéspedes con excelentes resultados en los índices de satisfacción de nuestros clientes y también de nuestros colaboradores que buscan superarse día a día y lo hacen a través de este programa con el apoyo de la Compañía.

Buscamos facilitar el acceso a la información de Recursos Humanos para todo el personal de Casa Gangotena a través de la Intranet corporativa "Metro In".

CONTROLLING

La operación del año 2017 generó un incremento neto en el gasto por sobre el presupuesto de aproximadamente 30 mil USD, el excedente obedeció a la realización de ciertos eventos no presupuestados que necesariamente se los tuvo que ejecutar y representaron aproximadamente 123 mil USD, entre los principales podemos mencionar: bono especial de reconocimiento ofrecido al primer gerente del hotel, incremento significativo en las tasas de impuesto predial por parte del Municipio de la ciudad, costos generados por la cancelación de la emisión de obligaciones necesaria para reestructurar nuestros pasivos y obligaciones financieras, incremento en el head count de A&B con el fin de reforzar la operación, y liquidaciones por despidos asociados a una necesaria renovación para lograr la excelencia en nuestro servicio.



La operación normal del negocio se centró en optimizar su gestión y flujo de gastos, de tal forma que logró minimizar el impacto de los desfases mencionados en el párrafo anterior, generando un ahorro aproximado de 93 mil USD a lo largo de todo el año.

La mejora en el uso y bondades de las 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; han permitido que la generación del gasto se haya enmarcado dentro de rangos de razonable proporción.

BUSINESS INTELLIGENCE

Durante 2017 se consolidó el uso de la herramienta de consulta “data warehouse” para la columna de negocio hospedaje, logrando depurar la misma casi en su totalidad y sobre todo dándole un mantenimiento constante con el fin de que se le dé el uso productivo y estratégico por el cual fue concebida.

En la columna de negocio A&B, se concluyó la migración del ERP MICROS a PAR alrededor del mes de abril-17, una de las principales razones de este cambio radicó en la flexibilidad que nos da PAR para la generación y obtención de datos; a partir de esto se inició con el diseño y desarrollo de la “data warehouse” correspondiente, se ha logrado concluir la mayor parte de este proyecto al cierre del año 2017, aún quedan tareas de revisión, validación y depuración de la data y así tener también una herramienta de alta confiabilidad y gran aporte estratégico-analítico para el negocio.

Están en la carpeta de proyectos BI a desarrollar para el siguiente año (2018): la gestión comercial de A&B (fase de depuración-validación), la consulta de la gestión financiera, y la gestión del área logística.

RESULTADOS FINANCIEROS

Casa Gangotena en 2017 generó un resultado negativo mayor al de 2016, la caída significativa en ventas por 134 mil USD vs el año anterior es una de las principales causas, sumado a esto se generó un incremento en los gastos de operación motivado por eventos no planificados y que eran ineludibles.

Un hecho relevante en 2017 ha sido el haber cancelado de manera definitiva y exitosa la emisión de obligaciones que tenía el hotel, esta opción financiera no generó el beneficio esperado y por el contrario se convirtió en una camisa de fuerza para poder ejecutar con libertad las operaciones inherentes al negocio. La cancelación de la emisión se logró con un proceso de reestructuración de pasivos, cambiando las condiciones negativas de ese financiamiento con un préstamo a largo plazo con Banco Bolivariano por 4,5 MIO USD a una tasa del 7,75% a 5 años plazo y con un periodo de gracia de capital más intereses de 6 meses, condiciones realmente favorables y que nos han permitido oxigenar nuestra liquidez.

La recuperación del IVA durante el año 2017 tuvo un éxito de un 100%, este hecho generó un alivio a la caja por 202 mil USD, este proceso lo realiza directamente el hotel sin incurrir en costos adicionales con terceros. Es importante mencionar que este es el último año que Hotel Casa Gangotena tendrá derecho a reclamar ya que ha logrado recuperar el crédito tributario

que tenía a su favor en casi su totalidad. Se sigue recibiendo notas de crédito desmaterializadas de parte de la autoridad tributaria, la efectivización de estos documentos se la está realizando de la manera más eficiente logrando recuperar hasta un 99,3% de las mismas en las negociaciones en bolsa de valores.

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 un resumen del Estado de Situación y Estado de Resultados de HOTEL CASA GANGOTENA cuya fuente son los Informes auditados:

CIFRAS FINANCIERAS AL 31 DICIEMBRE 2017

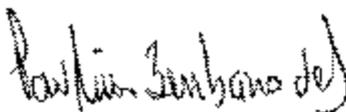
Expresado en miles USD

	dic-16		dic-17	
	mil \$	%	mil \$	%
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA				
TOTAL ACTIVOS	9.823	100%	(417) ▼	9.406 100%
TOTAL PASIVO	5.965	60%	(238) ▼	5.127 55%
TOTAL PATRIMONIO	4.458	45%	(179) ▼	4.279 45%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO*	9.823	100%	(417) ▼	9.406 100%
ESTADO DE RESULTADOS				
VENTAS	3.158	100%	(134) ▼	3.021 100%
COSTO y GASTOS	(3.567)	-113%	(118) ▼	(3.684) -122%
IMPUESTO A LA RENTA	(67)	-2%	1 ▲	(66) -2%
RESULTADO NETO	(478)	-15%	(251) ▼	(729) -24%

Considero que los resultados obtenidos en el 2017 son excelentes dado el efecto de la obra de construcción del metro de Quito. La acertada focalización de todos nuestros esfuerzos hacia la preservación de nuestro prestigio, así como a la generación de los mayores márgenes en el restaurante dio sus resultados y se sentirá con mayor fuerza en los años venideros. La compañía se encuentra en una posición más sólida desde todos los puntos de vista.

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 tan complejo y de grandes desafíos.



Paulina Burbano De Lara
Gerente General