

Quito, 22 de marzo de 2019

Me es grato poner a consideración de los Señores Accionistas el informe del ejercicio económico terminado al 31 de diciembre del año 2018, correspondiente a la gestión de Hotel Casa Gangotena.

INFORME PARA LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE HOTEL CASA GANGOTENA

El 2018 fue un año de muchos logros para el hotel, a pesar de que, habiendo el Municipio de Quito ofrecido abrir la Plaza de San Francisco a diciembre del 2017, recién lo hizo en abril del 2018, con las consecuencias respectivas para el hotel tanto por las complicaciones operativas, como por la indisponibilidad de este icónico atractivo, parte de nuestra promesa de venta. Esta situación nos planteó grandes desafíos durante un cuatrimestre en el desarrollo de la gestión hotelera y de restaurante.

La fortaleza adquirida por las sinergias generadas con nuestra empresa hermana ETICA ha agregado, de manera definitiva y contundente, un impulso positivo a la pendiente de crecimiento del negocio en general; su know-how de años de trabajo en el sector turístico, más su posición estratégica como generador de demanda hacia nuestros destinos, ha permitido que, pese a situaciones adversas como las mencionadas en el párrafo anterior, se logre un importante crecimiento vs el año 2017, y que los resultados queden ligeramente por debajo de la ambiciosa meta planteada para el 2018.

ASPECTOS COMERCIALES 2018

Información general

El año 2018 estuvo marcado por 3 eventos externos relevantes: 1) Establecimiento de nuevos competidores directos tipo Boutique para Casa Gangotena (*Hotel Illa, Hotel Mama Cuchara, Hotel Carlotta*), 2) nuevo decrecimiento de tarifa promedio de hospedaje en la ciudad de Quito, 3) Reapertura de la Plaza San Francisco en el mes de abril del 2018.

En la industria en general, se evidenció un incremento en el número de turistas que llegaron a la ciudad con relación al año 2017, cerrando con un crecimiento cercano al 6%; sin embargo, la tarifa promedio de hoteles no experimentó crecimiento alguno debido al incremento de oferta y competencia vía tarifas.

	R-2017	R-2018	Var	Var%
Llegadas UIO (miles PAX)	652,9	692,5	39,6	6%
Tarifa Promedio (USD)	90,1	89,8	-0,3	0%

Ventas hotel Casa Gangotena 2018:

Las cifras totales de venta representaron un crecimiento total del 22% con respecto a las alcanzadas en 2017. Casa Gangotena se enfocó en recuperar los clientes y noches de hospedaje perdidos por el cierre de la Plaza San Francisco, evento que duró casi 20 meses en

su totalidad, buscando no sacrificar la tarifa promedio a pesar de la presión constante del mercado.

Adicionalmente, la nueva estrategia de enfoque en las ventas por canales directos (WOD: Web/Ota's/Directos) va dando sus resultados, presentando el mayor nivel de crecimiento en su primer año de implementación alcanzando el 41% de crecimiento.

	R-2017	R-2018	Var	Var%
MT (Etica)	768	940	172	22%
Agencias Loc+Intl	802	913	111	14%
WOD	438	619	181	41%
Corporativo	21	17	-4	-20%
Resto (No Com)	10	9	-1	-13%
TOTAL	2.040	2.497	458	22,4%

Canal Metropolitan Touring: Al ser compañía del grupo, es el canal por el cual tenemos mayor control para recuperar los niveles perdidos de ventas por los trabajos en la Plaza. Se realizaron acciones cliente por cliente para retomar los niveles de reserva esperados, obteniendo respuesta positiva de todos. La mayor barrera de nuevo crecimiento fue la presencia de nuevos actores en la oferta hotelera (Ej. Hotel Illa) que son de preferencia en mercados como el Reino Unido. Sin embargo, alcanzar el 22% de crecimiento en este canal estuvo dentro de nuestras previsiones.

Canal Agencias de Viajes Locales e Internacionales: Al igual que el resto de los canales, enfocamos los esfuerzos en recuperar los clientes perdidos por los trabajos en Plaza. En este canal nuestra prioridad se enfocó en el crecimiento de volumen de noches de hospedaje, en donde alcanzamos un crecimiento 10% y por el lado de tarifa un 4%.

Canal Directo (Web/OTAs/Directos): Se puso mucho cuidado en mantener la reputación digital del hotel a través de un monitoreo constante de comentarios de los huéspedes por medios digitales. El nivel de visitas a nuestras páginas se incrementó importantemente (tráfico virtual) por la implementación de la nueva estrategia digital en 2018, logrando un crecimiento total del 41%. Aquí el enfoque principal fue volumen y apuntar a mantener la tarifa, por lo cual el crecimiento en noches en este canal es del 41% y 0% en la tarifa.

Ocupación – Tarifa Promedio – RevPAR 2018:

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

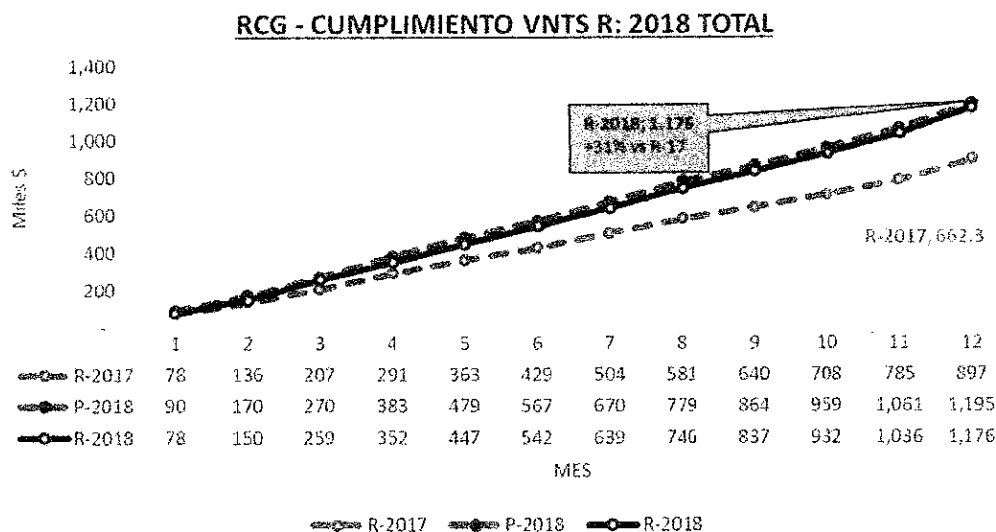
	R-2017	R-2018	Var	Var%
Ocupación	51%	59%	8%	
Tarifa Promedio (Com)	352	374	21	6%
RevPAR	180	221	40	22%

Restaurante:

Para el Restaurante Casa Gangotena durante el 2018 se implementó una nueva estrategia de administración comercial del mismo, cambiando el enfoque hacia un exhaustivo seguimiento de indicadores (KPI) y tablero de control comercial. Se descompone el análisis en el cliente interno (huéspedes que usan el restaurante) y cliente externo (comensal tradicional de Quito), esta división nos permite focalizar acciones para cada segmento, en el cliente interno, buscaremos la mayor cobertura posible (tasa de huéspedes que consumen en el restaurante), y su consumo promedio, mientras que para el cliente externo debemos enfocarnos en el tráfico hacia el restaurante basado en el análisis de días y horarios de preferencia, generando durante este año un fuerte presencia de marca colocando al restaurante Casa Gangotena como una opción para el mercado quiteño, y sacarlo de su imagen inicial de “exclusividad” para huéspedes o turistas únicamente.

Los resultados son muy alentadores. En el cliente interno (consumo por huéspedes), logramos un crecimiento del 26% versus el 2017, en el cliente externo (comensales mercado Quito), logramos un crecimiento del 33% versus el 2017.

Con esto, el restaurante Casa Gangotena en 2018 alcanza un volumen total de ventas de 1,176 millones de USD, que equivale a un crecimiento del 31% versus los 897 mil USD logrados en 2017, quedando marginalmente por detrás del presupuesto planteado para este año.



PROYECCIÓN 2019

Es relevante mencionar que el año 2019 se presenta con tendencias positivas, nuestra meta de presupuesto ha sido establecida en un crecimiento del 13%, a pesar de que dichos crecimientos superan al crecimiento promedio de la ciudad. Entre los cambios más relevantes que en 2019 sustentarán nuestros crecimientos está la reingeniería de nuestra oferta de actividades complementarias al hospedaje, continuidad de la nueva estrategia digital y venta directa, y la exploración del mercado local corporativo y de eventos.

MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS:

En el año 2018 la gestión de promoción y publicidad se centró en la generación de contenido promocional que refuerce el lanzamiento del concepto de “Cocina Mestiza” y del nuevo “Rooftop Bar”. Se realizaron fuertes campañas en radio, redes sociales, revistas y contenido de web. 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. Dimos fuerza a participar con auspicios y posicionamiento de marca en eventos nacionales relevantes.

En términos de Relaciones Públicas, fue un año con buenos resultados llegando a tener 95 artículos de prensa en los medios más relevantes internacionales y nacionales. Tuvimos la visita de alrededor de 30 periodistas de varias partes del mundo, principalmente de Estados Unidos y Reino Unido y alrededor de 22 periodistas líderes de opinión invitados al restaurante como parte del lanzamiento de Cocina Mestiza y Rooftop Bar.

Durante 2018 Casa Gangotena recibió varios reconocimientos internacionales,

- *Condé Nast Traveler – Premio Reader’s Choice Awards 2018 – Top 30 Hoteles de Sudamérica*
- *Condé Nast Traveler, Among the 10 Best Roof Top Bars in the World*
- *Condé Nast Traveler, Readers Choice Top 30 Hotels in South America*
- *Travel + Leisure: Premio World’s Best Awards 2018 - Top 10 de los Mejores Hoteles de Ciudad de Centro y Sudamérica*
- *TripAdvisor 2018: Travelers’ Choice – Top 25 de los Mejores Hoteles de Sudamérica*
TripAdvisor 2018: Travelers’ Choice – Top 10 de los Mejores Hoteles en Ecuador

Durante el 2018 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).

En agosto se hizo un lanzamiento específico para el mercado local que logró captar a los medios más relevantes ecuatorianos, se invitó a participar de mesas del Chef a disfrutar del nuevo Rooftop Bar y esas invitaciones fueron reforzadas con entrevistas en radio, publicidad pagada en radio, videos de testimoniales y una campaña de redes sociales.

Finalmente, en agosto 2018, Casa Gangotena fue uno de los anfitriones del fam trip VIP “Platinum Jubilee” con 30 de los clientes mayoristas internacionales más importantes.

En el mes de diciembre de 2018 Casa Gangotena aplicó a la afamada afiliación Relais & Chateaux, y en febrero 2019 recibimos confirmación de haber sido aceptados.

GESTION OPERACIONES

Durante el año 2018 diseñamos actividades con nuestros vecinos para nuestros huéspedes, las mismas que se ofrecen a estos de manera complementaria, enriqueciendo su estadía en el hotel y generando con esto un diferenciador con otros hoteles; entre las actividades definidas tenemos las siguientes:

- Visita a las Torres de San Francisco
- Visita a la cervecería de San Francisco
- Visita al Convento del Carmen Alto
- Preparación y degustación del Chocolate quiteño

Adicionalmente, buscando mantener el nivel de elegancia y majestuosidad del hotel, así como mejorar las facilidades logísticas para nuestros clientes, se realizaron varios trabajos relevantes:

- Cristalización de mármol en lobby, devolviendo el brillo original de la piedra.
- Re-tapización de las salas del lobby.
- Nueva ambientación de la terraza con su respectivo menú de tapas y tragos.
- Construcción de 14 parqueaderos en la parte posterior del Hotel.

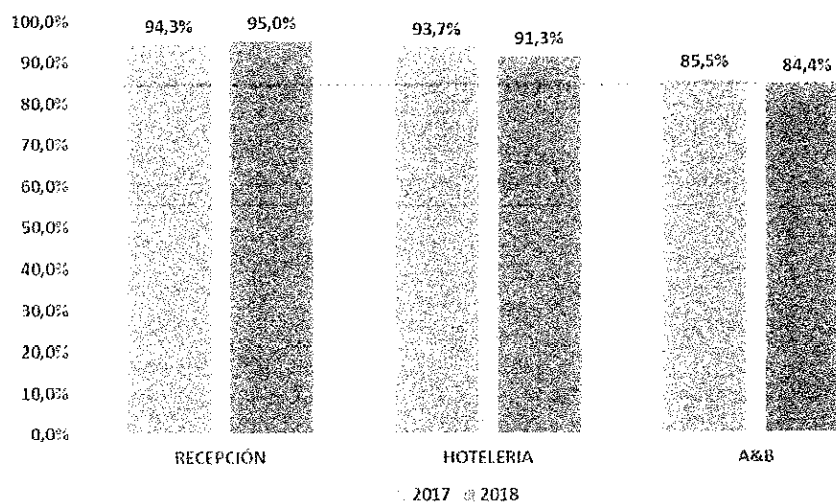
La suma de estos esfuerzos más el compromiso constante de nuestro equipo llevó al hotel a obtener índices de calidad altísimos (índice promotor neto IPN e índice de satisfacción neto INS), tanto en hospedaje como en hotelería:

Hospedaje

IPN 2018



INS POR CATEGORIAS 2018

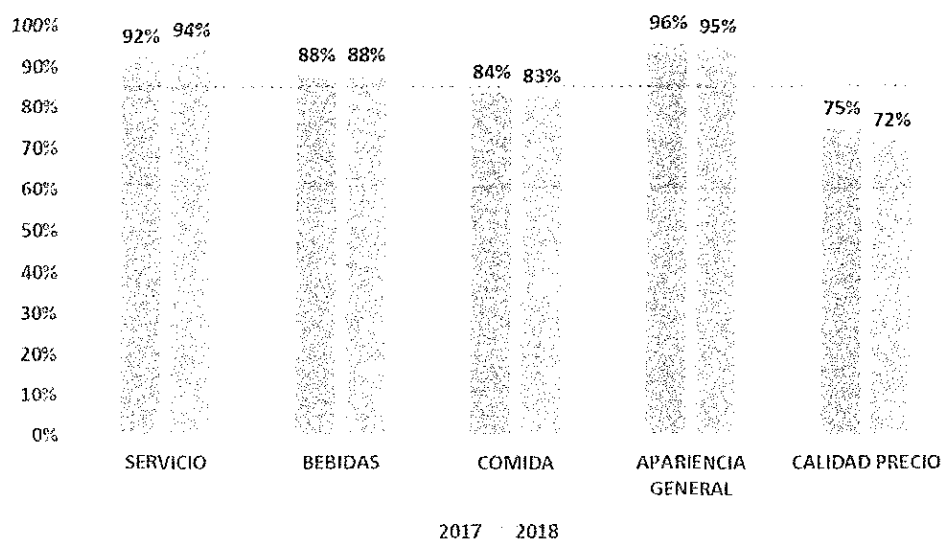


Restaurante

IPN 2018



INS POR CATEGORIAS 2018



Finalmente, con el servicio brindado y las inversiones realizadas, Casa Gangotena se mantuvo dentro del listado de los mejores Hoteles de Sudamérica emitido por Trip Advisor durante el año 2018.



Casa Gangotena is a 2019 Travelers' Choice Award Winner

INFORMACION Y TECNOLOGIA

Durante 2018 se trabajó en los siguientes frentes:

- Proporcionar a colaboradores herramientas adecuadas de trabajo (tablets, laptops, servidores de respaldo, impresoras);
- Mejorar los sistemas de comunicación tanto para la operación, así como para huéspedes (internet, wifi, canal de datos, telefonía);
- Actualizar y dar mantenimiento a los ERP que operan en el hotel, así como crear un ambiente-proceso de respaldos seguro y confiable.
- Construir barreras tecnológicas de seguridad robustas que minimicen los impactos que pudieren causar ciberataques.

RECURSOS HUMANOS

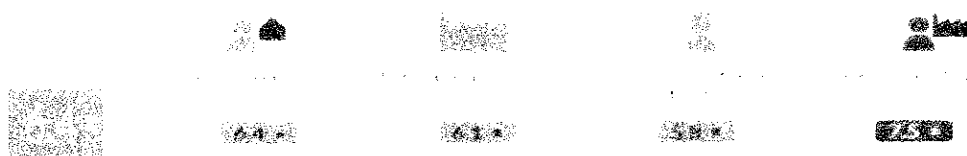
Durante el año 2018, una vez finalizado el proceso de migración de la administración de RRHH al ámbito corporativo, se inició la estandarización y automatización de procesos para tener una visión integral de cada uno de nuestros colaboradores y enfocar con precisión las estrategias y planes de acción de Recursos Humanos.

Cumpliendo con uno de los pilares del ADN de Casa Gangotena, con el fin de contar con un personal capacitado en La Ecuatorianidad y el conocimiento de la Historia de la Casa, se realizaron cursos de capacitación en los siguientes temas:

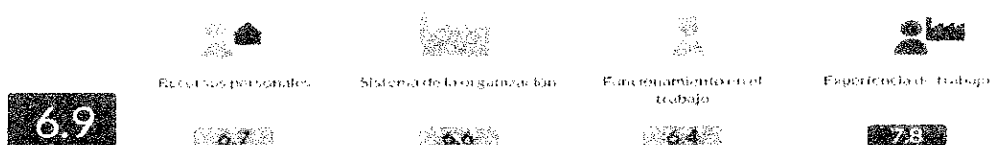
- Quito Patrimonio de la Humanidad / Historia de la Plaza San Francisco
- La Casa Gangotena, su historia y los vecinos de la Casa.
- Rescatando tradiciones. Historia de los festejos de Corpus Cristi, Inti Raymi.
- Genealogía Culinaria de Casa Gangotena.

En cuanto al clima laboral se continuó con el plan de trabajo Happiness definido para este año, cada una de las actividades planificadas contaron con la participación de los colaboradores y su impacto positivo se vio reflejado en índice Happiness que tuvo un incremento respecto a la medición del año anterior.

RESULTADOS MEDICION 2017



RESULTADOS MEDICION 2018



CONTROLLING Y BUSINESS INTELLIGENCE

La operación del año 2018 generó un leve incremento en el gasto por sobre el presupuesto, de aproximadamente 71 mil USD (+2% vs P-18), el excedente obedeció a ciertos eventos no presupuestados que necesariamente se los tuvo que realizar, entre los principales podemos mencionar: cambio de proveedor de seguridad externa, indemnizaciones por reestructuración en equipos de trabajo, horas extras y suministros de limpieza por incremento en el volumen de tráfico del restaurante.

La mejora en el uso y bondades de las herramientas de planificación, 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.

A lo largo del 2018 el uso de la herramienta de consulta “data warehouse” se ha extendido, aplicándose ya no solo a la columna de negocio hospedaje, sino también al análisis y evaluación de la data proveniente del negocio Restaurante.

El valor que ha agregado este modelo de análisis en el entendimiento del negocio, y la construcción de estrategias eficientes y efectivas, ha sido invaluable y se lo puede palpar en el crecimiento de esta línea de ingresos.

RESULTADOS FINANCIEROS

Casa Gangotena en 2018, pese a no alcanzar los 60 mil USD de utilidad planteados en su presupuesto, redujo significativamente la pérdida generada en 2017 de -663 mil USD a -126 mil USD al cierre del año 2018, una recuperación de 537 mil USD. La variación negativa vs presupuesto en el resultado final de 187 mil USD son el resultado del no cumplimiento de las ventas planificadas por 116 mil USD, y un incremento en los gastos de operación por 71 mil USD; situaciones que se han explicado a lo largo de este informe.

El impacto en el flujo de caja empujó a la administración a plantear a la Junta de Accionistas un aumento de capital por 750 mil USD, situación que se realizó y aprobó en la Junta de Accionistas celebrada en abril del 2018, este proceso fue concluido exitosamente y aportó de forma sólida al cumplimiento de las obligaciones financieras que tiene el hotel por su deuda a largo plazo con Banco Bolivariano, el flujo que se destinó a honrar el primer año de esta obligación ascendió a 1.233 mil USD, es decir el hotel pudo generar flujo positivo operacional para aportar en el pago de la misma por 483 mil USD.

Al cierre del año 2017 Hotel Casa Gangotena logró recuperar casi en un 100% el último beneficio tributario por todo el IVA que mantenía a su favor, es decir, 2018 ha sido el primer año en el cual no ha contado con este aporte en su flujo de liquidez; pese a ello, y como se mencionó en el párrafo anterior, Hotel Casa Gangotena generó ingresos suficientes y manejó

sus cuentas de forma planificada, de tal forma que ha honrado todas y cada una de sus obligaciones.

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).

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 2018

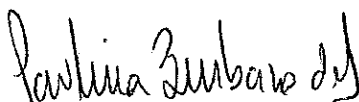
Expresado en miles USD

	2017			2018	
	mil \$	%		mil \$	%
TOTAL ACTIVOS	9.429	100%	22 ▲	9.451	100%
TOTAL PASIVO	5.127	54%	-550 ▼	4.576	48%
TOTAL PATRIMONIO	4.303	46%	572 ▲	4.875	52%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	9.429	100%	22 ▲	9.451	100%
VENTAS	3.021	100%	752 ▲	3.773	100%
COSTO y GASTOS	-3.688	-122%	-210 ▼	-3.898	-103%
IMPUESTO A LA RENTA	-38	-1%	-14 ▼	-51	-1%
RESULTADO NETO	-705	-23%	528 ▲	-177	-5%

Hemos cerrado el año 2018 con un significativo crecimiento con relación al 2017; el recuperar nuestro nivel de ventas y reducir la pérdida del negocio de manera significativa, así como mantener nuestra imagen de mejor hotel boutique del país, nos permite concluir que la gestión y esfuerzo comercial, operativo y financiero han sido acertados y exitosos, y marcan el inicio de una curva de crecimiento sólida y sostenida para los años venideros.

Quiero agradecer a todo mi equipo por su trabajo del día a día, por su accionar creativo y comprometido con sus objetivos. Me siento muy orgullosa y agradecida de trabajar junto a un grupo de personas que asumen con responsabilidad y alegría sus funciones.

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



Paulina Burbano De Lara
Gerente General