

Quito, 29 de abril de 2020

## **INFORME PARA LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE HOTEL CASA GANGOTENA**

Me es grato poner a consideración de los Señores Accionistas el informe del ejercicio económico terminado al 31 de diciembre del año 2019, correspondiente a la gestión de Hotel Casa Gangotena.

### **ASPECTOS COMERCIALES**

El año 2019 se realizó una estrategia de posicionamiento por medio de campañas digitales para fortalecer los pilares comerciales del hotel con cuatro puntos relevantes: herencia, inmersión, servicio y reputación. Se cambiaron también los responsables de los canales comerciales, mejorando las cifras de ventas a partir del segundo semestre. Esto, junto con una estrategia de monitoreo constante de productividad e índices de penetración de ventas en el canal de Metropolitan Touring, dió resultados de crecimiento en ventas para el 2019. Adicionalmente, en junio del 2019, Casa Gangotena se convirtió en el primer y único hotel de la capital en formar parte de Relais & Châteaux, una prestigiosa red de hoteles y restaurantes únicos en el mundo, con lo cual se espera obtener un realce en brand awareness.

#### **Información de Mercado 2019:**

**Llegadas Internacionales:** Para el año 2019, los ingresos de extranjeros no residentes (sin Venezuela), creció en un 3.6% frente al 2018 de acuerdo a los datos del Ministerio de Turismo. Sin embargo, los datos proporcionados por el Ministerio de Gobierno reflejan que el principal incremento de arribos se dio a través de la ciudad de Guayaquil con un 9.0%, mientras que los arribos aéreos a Quito crecieron únicamente en un 1.5% con relación al año anterior.

**Tarifa promedio de la ciudad:** El número de arribos a la ciudad y la apertura del Hotel Ibis, afectaron a la hotelería en general de Quito, donde los datos de Hoteles Quito Metropolitan (HQM) reflejan bajas en tarifas promedio en -0.2% vs el 2018, llegando así a una tarifa promedio general de \$94.02 en el mercado. A pesar de esta caída en tarifa, los datos muestran además una caída en niveles de ocupación en un -0.9%. Abajo las cifras por hoteles en tarifas promedio acumuladas para el año 2019:

Hotel	# Hab	Tarifa Promedio		Var %
		2018	2019	
Casa Gangotena	32	\$ 371.08	\$ 373.36	0.6%
Patio Andaluz	31	\$ 111.99	\$ 107.05	-4.4%
Hilton Colon	275	\$ 102.06	\$ 101.09	-1.0%
Swissotel	255	\$ 101.24	\$ 109.50	8.2%
NH Collection	124	\$ 82.41	\$ 85.50	3.7%
Mercure Alameda	143	\$ 77.89	\$ 75.19	-3.5%
Dann Carlton	210	\$ 89.74	\$ 84.69	-5.6%
Sheraton	136	\$ 131.83	\$ 132.58	0.6%
Wyndham Garden	90	\$ 80.88	\$ 78.69	-2.7%
BW Casino Plaza	115	\$ 70.69	\$ 70.13	-0.8%
Le Parc	30	\$ 118.64	\$ 115.47	-2.7%
Wyndham Airport	150	\$ 113.39	\$ 111.87	-1.3%
Eurobuilding	94	\$ 102.17	\$ 100.41	-1.7%
San José de Puembo	78	\$ 84.89	\$ 86.51	1.9%
Rincón de Puembo	45	-	\$ 97.72	
Otros 4*	548	\$ 60.64	\$ 58.16	-4.1%
<b>Total general</b>	<b>2356</b>	<b>\$ 94.19</b>	<b>\$ 94.02</b>	<b>-0.2%</b>

## Ventas 2019:

A pesar de los indicadores antes presentados, el año 2019 en las cifras totales de ventas representaron un crecimiento total del 9.6% con respecto a las ventas alcanzadas en 2018. Si bien las cifras de la industria hotelera fueron negativas, el logro en Casa Gangotena fue obtenido predominantemente por las estrategias en el canal de Metropolitan Touring en donde existe el mayor control para colocar un mensaje comercial diferenciado con respecto a la oferta hotelera en Quito.

	R-2018	R-2019	Var (USD)	Var%
MT (ETICA)	990	1,252	262	26.5%
Agencias Loc+Int	913	910	(3)	-0.3%
WOD	581	551	(30)	-5.2%
Resto (No Com.)	14	24	11	75.8%
<b>TOTAL</b>	<b>2,498</b>	<b>2,738</b>	<b>240</b>	<b>9.6%</b>

**Canal Metropolitan Touring:** Como parte de las compañías del grupo, este canal de ventas nos permite tener un alto control de colocación de noches en Quito a través de up-selling realizando las diferencias entre Casa Gangotena y el resto de la oferta hotelera, usando el concepto de "more than a bed".

**Canal Agencias de Viajes Locales e Internacionales:** Por una actualización en el sistema de reservaciones, Opera, no se pudieron realizar sincronizaciones de nuestro synxis con el de AmericanExpress durante 2 meses, lo que afectó las ventas en -\$7K, dándonos una ligera baja frente al año anterior, pero manteniendo ventas por encima de los \$0.9 millones en este canal de ventas.

**Canal Directo (Web/OTAs/Directos):** Este canal de ventas se vio afectado por la falta del motor de reservas habilitado en la página web a principios de año. Esto afectó el objetivo final, pues la mayor demanda se la ve a principios de año. Una vez solventado este inconveniente, se hizo mucha gestión a través de promociones en mercado nacional y tarifas dinámicas en OTAS, logrando una caída relativamente pequeña pese a este inconveniente de inicios de año.

## Ocupación – Tarifa Promedio – RevPAR 2019:

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

	R-2018	R-2019	Var (USD)	Var%
Ocupación (Com)	61.6%	65.9%		4.2%
Tarifa Promedio (Com)	356	364	8	2.2%
RevPar	220	240	20	9.2%

## OPERACIONES DEL HOTEL

Cerramos el año 2019 con un índice EXCELENTE de satisfacción del huésped, este es el resultado de las siguientes acciones realizadas:

- Cambio de alfombra en los corredores de los pisos 1, 2 y 3.



Casa Gangotena

- Cambio de alfombra en las 31 habitaciones del hotel. Las alfombras anteriores habían cumplido 10 años de uso.
- Capacitación del personal en los programas de entrenamiento de Relais & Châteaux.
- Ruedas de prensa informativas por la vinculación del hotel a Relais & Châteaux.
- Participación en la convención anual de Relais & Châteaux
- Desarrollo del nuevo menú mestizo para el restaurante Casa Gangotena.
- Desarrollo de nuevos menús para eventos.
- Capacitación del personal de A&B en el nuevo menú.
- Implementación de encuestas digitales para medir la satisfacción de huésped durante su estadía en el hotel.
- Implementación de encuestas digitales en el restaurante para medir la satisfacción del servicio y comida del restaurante.
- Mantuvimos el distintivo de Travellers' Choice 2019 de TripAdvisor



## **RELACIONES PÚBLICAS Y PRENSA**

En el año 2019 Casa Gangotena se convirtió en el primer y único hotel de la capital en formar parte de la prestigiosa asociación *Relais & Châteaux*. Esta importante inclusión generó una gran cobertura en medios nacionales tales como Telerama, Radio Quito, El Comercio, Nuestro Mundo, etc. La develación de la placa fue un evento al que asistieron varias autoridades de la ciudad y del gremio, entre ellos el alcalde de Quito, Jorge Yunda, el Viceministro de Turismo, Mariano Proaño; así como también distinguidos concejales y miembros de CAPTUR y OPTUR y medios de prensa.

En términos de Relaciones Públicas, fue un año con buenos resultados llegando a tener 78 artículos de prensa en los medios más relevantes internacionales y nacionales como *Travel + Leisure*, *Curbes*, *Condé Nast Traveler*, *Virtuoso Travel magazine*, *The Week*, *Food & Travel*, *El País*, *Revista Nuestro Mundo*, entre otros. La cobertura de prensa para Casa Gangotena está valorada en 1.000.000 de dólares.

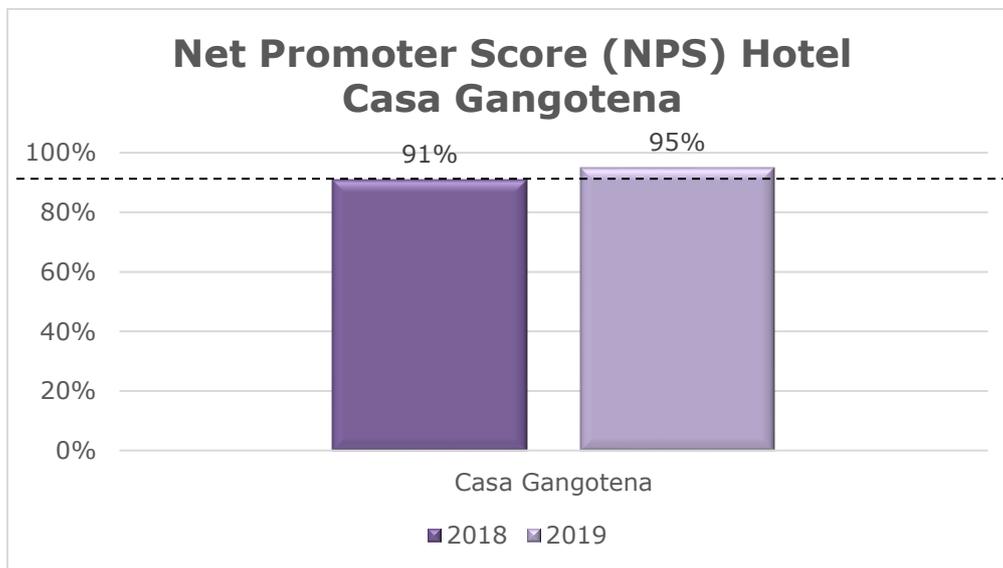
Durante 2019 Casa Gangotena recibió varios reconocimientos internacionales. Fue incluido dentro del Top 10 de los Mejores Hoteles de Ciudad y Sudamérica de la revista *Travel + Leisure*, Top 10 de los Mejores Hoteles de Ecuador y Hoteles para Romance en Ecuador de TripAdvisor. Además, fue elegido en la categoría Quintessential Classic entre los Mejores Hoteles de Sudamérica de Fodor's. Su

Rooftop fue incluido dentro de los 15 Mejores del Mundo por la prestigiosa revista Condé Nast Traveler de Estados Unidos.

Finalmente, en septiembre 2019, Casa Gangotena fue el anfitrión del coctel para clientes internacionales que se organizó aprovechando la coyuntura de que la feria Travelmart fue en Quito. A dicho cocteil asistieron los mayoristas principales que participaron de la feria. Por otro lado, Casa Gangotena fue uno de los auspiciantes del evento de apertura de la feria organizado por el ministerio de turismo logrando posicionar su marca frente a compradores internacionales y a los jugadores relevantes de la industria de turismo del país.

## **GESTIÓN DE CALIDAD & INNOVACIÓN**

A continuación, se muestran los resultados de calidad obtenidos en Casa Gangotena que cierra el año con un Net Promoter Score de 95, 4 puntos por encima del 2018.



En **Casa Gangotena** se obtuvieron resultados que alcanzan el 93% de satisfacción en la variable de hotelería y 88% en alimentos y bebidas. En el 2019 se realizó el cambio de menú en el restaurante del hotel, además de mejoras y variaciones al menú de Bar a la carta de vinos. Se implementó el servicio de atención en la terraza y se hicieron programas de entrenamiento en servicio a meseros. Por otro lado, se lanzó al mercado las "actividades de la tarde"; un servicio gratuito para los huéspedes bajo el cual cada tarde nuestros huéspedes son invitados a recorrer el barrio con uno de nuestros anfitriones. Las actividades de la tarde varían cada día e incluyen: vista a las cupulas de San Francisco, visita privada al Museo del Carmen, visita y degustación en la Cervecería de San Francisco y una tarde de chocolate Quiteño.

**Gestión por Procesos:** durante el 2019 se creó el departamento de procesos cuya gestión se enfocó en realizar el diseño y estandarización de procesos en las operaciones hoteleras, como resultado de esto se implementaron prácticas estándares en todos los hoteles con el fin de lograr un servicio que cumple con los más altos estándares de calidad y una experiencia memorable para nuestros huéspedes.

## **TECNOLOGIA**

Durante el año se realizaron las siguientes actividades:

### **INFRAESTRUCTURA / COMUNICACIONES**

- **Análisis de madurez de seguridad:** evaluación del nivel de madurez de la organización para determinar el plan a seguir en este ámbito. Al finalizar el año se tuvo un incremento del 20% y 7% en el sistema de gestión e implementaciones técnicas respectivamente.
- **Mejora de comunicaciones (enlaces de internet y de datos):** se realiza una renegociación con proveedores que logró una optimización de un 400% en internet y 36% en datos sin afectación de presupuesto. Se eliminaron las quejas de los huéspedes.
- **Renovación de infraestructura:** renovación completa de la infraestructura del hotel eliminando las quejas permanentes del servicio de internet y los incidentes del personal.
- **Escaneo y remediación de vulnerabilidades:** se validan y remedian vulnerabilidades informáticas de la infraestructura tecnológica.
- **Implementación del Antivirus regional:** Se implementa una solución estándar y altamente efectiva de antivirus con control centralizado.
- **Renovación de servidores:** Se cambian los servidores del hotel y se tiene un esquema de backup que reduce la tasa de incidentes.
- **Assessment de ciberseguridad:** evaluación del nivel de madurez de los componentes de nube que usa la organización en Office 365.
- **Generación de Políticas TI:** Se eleva el nivel de gobernanza del sistema de gestión de seguridad de la información con la definición de políticas.
- **Domotización de Sala Roja:** Implementación de la domotización de la Sala Roja con equipos de última generación.

### **APLICACIONES**

- **Implementación del sistema centralizado de facturación electrónica Satcom:** Se centraliza en un solo servidor la facturación electrónica de los 3 hoteles. Se estandariza el sistema de facturación electrónica con un solo proveedor.
- **Integración ventas de hoteles desde los sistemas Opera y Pixel a JD Edwards:** A partir de la emisión de documentos electrónicos estándar, se realiza la integración de los 3 hoteles con el sistema financiero JDE. La emisión de los documentos al SRI, y la integración con el sistema financiero es un proceso en línea, automático y estable.
- **Actualización Sistema Hotelero Opera:** Se actualizó los servidores antiguos, así como la base de datos Oracle a 11g. Se implementó el DataGuard que es un sistema de respaldos de información que se utiliza en caso de contingencias. Con la actualización de Opera también se actualizó la interfaz IFC que permite la comunicación con las centrales telefónicas, puntos de venta, cerraduras.
- **Actualización Interface Sistema Hotelero Opera y Sabre (Oxy):** Con la actualización de Opera y la interface Oxy, principalmente se recupera la conexión con Sabre para actualizar el inventario de las habitaciones y dar disponibilidad a las reservas a través del internet.
- **Implementación Interface con Relais&Chateaux:** Con esta integración incrementamos un 10% de la ocupación del hotel.

## **RECURSOS HUMANOS**

Durante el año 2019 continuamos orientando nuestro trabajo al fortalecimiento de la Cultura Corporativa y al cuidado del Ambiente Laboral. Ese año a través de la encuesta Delivering Happiness medimos nuestro clima laboral obteniendo una puntuación general de 8.3 que se compone de las siguientes puntuaciones por dimensión de análisis.

	FELICIDAD GENERAL	8.2
	VALORES Y COMPORTAMIENTOS	8.6
	SENSACION DE PROGRESO	8.0
	SENSACION DE CONTROL	8.0
	SENSACION DE CONECTIVIDAD	7.6
	PROPOSITO SUPERIOR	9.1

Adicionalmente por primera vez realizamos la medición del Índice Promotor Neto del Colaborador obteniendo una puntuación de 9.4.

Reforzamos en nuestro personal el compromiso corporativo con la reducción de las emisiones de carbono en nuestras operaciones, creando conciencia a través de lanzamiento de la Campaña de Carbono Neutro.

Uno de los objetivos del año 2019 fue contar con perfiles operativos más completos que generen constantemente iniciativas de mejora en los diferentes procesos y se acoplen adecuadamente en el trabajo de equipo para eso implementamos un programa de capacitación cruzada interna entre las áreas de housekeeping, mantenimiento, servicio y recepción.

Trabajamos sobre la Ecuatorianidad que es uno de los pilares del Hotel, para ellos desarrollamos módulos on line para todo el personal y también talleres vivenciales.

## **ASPECTOS FINANCIEROS**

El año 2019 se unificó el área de Finanzas con la de ETICA, de esta forma se aprovecharon las sinergias de sistemas y personal, además se consolidaron estrategias corporativas que nos permiten obtener mejores negociaciones con proveedores, clientes, instituciones financieras etc.

El área de Controlling tuvo un cambio de estructura, lo que ha permitido que el control de costos y gastos sea socializado con los responsables de cada rubro logrando que cada uno se empodere de estos valores y sean utilizados de una manera eficiente

La operación del año 2019 generó un leve incremento en el gasto por sobre el presupuesto de aproximadamente 24 mil USD (+1% vs P-19), el excedente obedeció a ciertos eventos no presupuestados que necesariamente se los tuvo que realizar, entre los principales podemos mencionar: indemnizaciones por reestructuración en equipos de trabajo, horas extras y suministros de limpieza, mantenimiento y de cocina por incremento en el volumen de tráfico del restaurante.

Casa Gangotena en 2019, pese a no alcanzar los 126 mil USD de utilidad planteados en su presupuesto, mantuvo un resultado similar al generado en 2018 de -126 mil



USD a -129 mil USD al cierre del año 2019. La variación negativa vs presupuesto en el resultado final de 254 mil USD son el resultado del no cumplimiento de las ventas planificadas por 231 mil USD, una parte debido al paro de octubre, y un incremento en los gastos de operación por 24 mil USD.

En el año 2018, 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, durante el año 2019 estos aportes han permitido mejorar las operaciones del hotel. Sin embargo, para el año 2019 el hotel ha tenido que contraer créditos con terceras personas por la suma de 1,250,000 USD a una tasa del 8% con plazos de 24 a 60 meses.

A partir del año 2018 el hotel no ha contado con el aporte en su flujo de liquidez por la devolución de IVA por no ser sujeto a percibir este beneficio; pese a ello, y como se mencionó en el párrafo anterior, Hotel Casa Gangotena manejó sus cuentas en orden, y de forma planificada y estructurada ha honrado todas y cada una de sus obligaciones.

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 DE DICIEMBRE DE 2019

Expresado en miles USD

dic-2018		mil \$	%	dic-2019	
mil \$	%			mil \$	%

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA					
TOTAL ACTIVOS	9,451	100%	112 ▲ 1%	9,563	100%
TOTAL PASIVOS	4,576	48%	229 ▲ 5%	4,805	51%
TOTAL PATRIMONIO	4,875	52%	(117) ▼ -2%	4,758	51%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	9,451	100%	112 ▲ 1%	9,563	100%

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES					
VENTAS	3,773	100%	214 ▲ 5%	3,987	100%
COSTOS Y GASTOS	(3,899)	-103%	(217) ▲ 5%	(4,116)	-103%
IMPUESTO A LA RENTA	(64)	-2%	64 ▬ 0%	0	0%
RESULTADO NETO	(190)	-5%	61 ▼ -47%	(129)	-3%

### **CONCLUSIÓN**

Quiero agradecer a todo mi equipo y en especial a Juan David, 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 cambio y grandes desafíos.

Paulina Burbano de Lara  
Gerente General