

Guayaquil, marzo 12 del 2015.

Señores

MIEMBROS DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

TRAHOTELETURIS S. A., HOTELERÍA Y TURISMO.

Ciudad.

Apreciados señores accionistas:

En cumplimiento con las disposiciones legales y estatutarias de TRAHOTELETURIS S. A., HOTELERÍA Y TURISMO, me permito someter a su consideración el Informe Anual sobre las operaciones y resultados de nuestra empresa, correspondiente al ejercicio económico del AÑO 2014.

PRIMERO.-) CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS PREVISTOS PARA EL EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO DOS MIL CATORCE.-

En términos generales, las metas propuestas para el presente ejercicio económico 2014 se han cumplido parcialmente, sin embargo, seguimos realizando ajustes operativos para optimizar el funcionamiento de la empresa.

SEGUNDO.-) LAS DISPOSICIONES DE LA JUNTA GENERAL.-

En mi calidad de representante legal de la compañía, he cumplido y vigilado el cumplimiento de todas las resoluciones adoptadas en las Juntas Generales de Accionistas celebradas durante el año dos mil catorce.

TERCERO.-) HECHOS EXTRAORDINARIOS.-

Como hechos extraordinarios debo mencionar que he trabajado en conjunto con el Directorio y Comité Ejecutivo de la compañía, a fin de buscar las mejores condiciones operativas que permitan cumplir los objetivos de la empresa.

Por otra parte, cabe mencionar que la toma de la administración del hotel en junio 2014 fue con un Capital de Trabajo de us\$65.433,30, pero el inicio de las operaciones prácticamente en septiembre de 2014, fueron incidentes en el resultado de las metas proyectadas para el presente año 2014, pese a ello, consideramos que se han sentado bases para mejorar los procesos y resultados en el año 2015.

Durante los primeros meses desde nuestra administración, fue esencial readecuar y construir mejoras en el hotel, a fin de presentar a los huéspedes un hotel de primer orden, eso nos demandó tiempo y recursos económicos, finalmente se logró gran



parte de ese objetivo. Faltan aún otras adecuaciones e inversiones para que el total de las instalaciones estén al 100%, confiamos que en el año 2015, lo logremos.

El resultado económico de la compañía durante el periodo operativo: septiembre-diciembre 2014, fue una pérdida de us\$ 34.578.57, donde las ventas fueron us\$ 34.891.65 y los costos y gastos totales us\$ 69.470.22, estos costos y gastos incluyen gastos financieros por us\$ 12.471.65.

La Empresa hasta el mes de agosto 2014 no había tenido un verdadero movimiento operativo, pero la Contabilidad había registrado a cuentas de resultado todos los valores egresados por gastos y por inversión, mostrando una pérdida que no correspondía al negocio a esa fecha, por lo que el Directorio, luego de analizar el balance, solicitó a la Contadora de la empresa regularice los movimientos a las cuentas que correspondan, procediendo la Contadora a regularizar los movimiento a: Activos Fijos (Mejoras de Inmuebles) us\$ 43.918.77 y Otros Activos (Gastos Pre-Operativos) us\$ 77.888.66

El Hotel se inició con 17 personas, actualmente operamos con 10 incluido el Gerente General-Administrador: un administrador encargado, una camarera, un cocinero, un guardián nocturno, uno de mantenimiento, dos recepcionistas y dos Saloneros.

La competencia regional y/o nacional (alternativas y puntos turísticos ofertados), nos obliga a seguir en el proceso de mejoramiento continuo, optimizar costos y gastos, analizar precios y gestión, a fin de ser mucho más competitivos.

CUARTO.-) LA SITUACION FINANCIERA DE TRAHOTELETURIS S. A., HOTELERÍA Y TURISMO DURANTE EL AÑO 2014 FUE:

Al cierre del ejercicio 2014 los Activos fueron US \$ 632.485.23, los pasivos US\$ 487.063.80; el patrimonio US\$ 145.421.43 representó el 23.00% del total de los Activos, nuestro empeño y objetivo es mejorar este índice en función de hacer crecer las venta y las utilidades.

En el presente año, inicio de operaciones, la empresa completó los aportes de los socios que se venían realizando desde el año 2012 por valor de us\$ 178.900.00, más el aporte inicial para capital de us\$ 1.100.00, completó el valor comprometido para el arranque de este proyecto que era entregar inicialmente us\$ 180.00.00 como aporte para futuras capitalizaciones, lo cual se cumplió por parte de los socios.

La empresa tiene una deuda con el Banco del Pacífico de us\$ 420.00.00, a 6 años plazo con un periodo de gracia de 6 meses, actualmente estamos gestionando la ampliación de un periodo de gracia adicional por 12 meses, lo que nos permitirá empezar a pagar capital recién a partir de diciembre 2015, los intereses se vienen

pagando regularmente cada mes, a excepción de diciembre que por estrechez de flujo, nos quedó pendiente un saldo de us\$ 1.500.00 por pagar.

QUINTO.-) SOBRE EL RESULTADO OPERACIONAL DE LA EMPRESA.

El resultado de la empresa fue una pérdida de us\$ 34.578.57; la junta de socios decidirá como la compañía absorberá esta pérdida.

SEXTO.-) SOBRE LAS INSTALACIONES DE LA EMPRESA.

El Hotel se encuentra totalmente operativo, sus instalaciones han recibido el cuidado y mantenimiento adecuado y a diferencia de como tomamos el hotel en el mes de junio 2014, actualmente podemos sentir el orgullo de tener un hotel de primera línea, tal como lo manifiestan los huéspedes que lo visitan y se hospedan.

Todos los bienes del hotel están asegurados con la compañía de SEGUROS SUCRE, cuya vigencia es desde 21/03/2015 hasta 21/03/2016.

SEPTIMO.-) SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL.-

El nombre del Hotel Valdivia está registrado como propiedad de la compañía TRAHOTELETURIS S.A. HOTELERIA Y TURISMO.

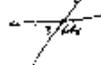
OCTAVO.-) POLITICAS Y ESTRATEGIAS PARA EL AÑO 2015.-

Implementaremos las siguientes estrategias para mejorar las ventas y la rentabilidad en el año 2015:

PLAN DE NEGOCIOS HOTEL VALDIVIA

PLAN REGIONAL Y ALEDAÑOS

- Promoción de la Piscina para colegios e instituciones y particulares en el sector y alrededores, a fin de lograr una constante como ingreso fijo ya contratado durante el año. Colonia vacacional, acción que nos permite familiarizarnos con el cliente inmediato (familia) plan en la cual canalizaremos y fortaleceremos la relación con el cliente fiel, acción que involucra la venta de la Tarjeta Fidelidad a un año cuyo costo es de USD20.- hasta conseguir cubrir el valor de inversión y posteriormente se obsequiará como estrategia de marketing, promoción y publicidad del hotel, a corporativos y potenciales clientes.
- Promoción del restaurante a través de sus almuerzos ejecutivos para empleados del sector y corporativos de lunes a domingos
- Eventos sociales con tres opciones de presupuestos ya establecidos.
- Creación de eventos con música dentro del Hotel para el año en curso con auspicios que redundaran en beneficio de éste.
- Cena show con artistas para este target regional.
- Plan o campaña a través de Radio regional, sociedad con la emisora para convocar al público a los eventos de piscina porcentaje en entrada. Eventos puntuales programados uno o dos por mes.



PLAN GENERAL A NIVEL NACIONAL

- Lanzamiento de un nuevo diseño de web en Abril 2015
- Promoción de las novedades del Hotel a través de las redes sociales (nuevas) áreas: hamacas y la cabaña "la Pequeña Montañita" área social dedicada a los eventos como un anexo del restaurante y bar.
- Promoción del hotel en Loja y Cuenca (inmediato Abril)
- Paquetes completos de hospedaje y comida, como hace la cadena hotelera DECAMERON (artes por redes)
- Convenio con Centro de Viajes Ecuador, DESPEGAR.com y BOOKING.com
- Convenio con las organizaciones e instituciones y empresas regionales y rubros sectoriales que se reúnen mensualmente,
- Acuerdos de tarifas con corporativos. (Corporación El Rosado S.A.)
- Lanzamiento del programa televisivo desde la Península en el cual se mostrará el hotel en todas sus áreas, siendo el auspiciante principal. (proyecto en el segundo semestre)
- Alianza estratégica con medios Televisivos, radiales y Gráficos.

PLAN DE PROMOCIÓN Y VENTA INTERNACIONAL

- Ofrecer primeramente el Hotel en Perú a los operadores receptivos.
- Crear una fuerte campaña en redes (FACEBOOK) dirigida al target y núcleo que consume nuestro servicio, buscando perfiles de viajeros.
- Dirigir la campaña a Europa por redes.Ciudades/opciones.
- Participación en ferias de turismo internacionales, preferentemente en Europa. A través de embajadas y consulados, apoyo de éstos y asesoría de ellos para nuestra participación como agregados culturales o bien a través de publicidades contratadas en los catálogos de las ferias.
- Promoción en los diferentes organismos consulares y diplomáticos del país. Tarifas especiales.

Con la seguridad que todas las metas se cumplirán en el año 2015, para bienestar de la empresa, los trabajadores y accionistas, pongo a consideración de los señores accionistas mi informe anual.

Atentamente,

Por Trahoteleturis S.A. Hotelería y Turismo



Ing. Holguer Viteri Plazaerte
Gerente General