

Guayaquil, marzo 10 del 2016

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 mi Informe anual sobre las operaciones y resultados de nuestra empresa correspondiente al *ejercicio económico del AÑO 2015.*

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

En términos generales, las metas propuestas para el presente ejercicio económico 2015 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 quince.

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.

El resultado económico de la compañía durante el periodo operativo: del año 2015, fue una pérdida de us\$ 59.939,67, donde las ventas fueron us\$ 135.846,40 y los costos y gastos totales us\$195.786,07, estos costos y gastos incluyen gastos financieros por us\$ 45.643,38.

El Hotel inició el periodo 2015 con 16 personas, actualmente operamos con 8, que son: Gerente General, Contadora, un recepcionista, una camarera, un cocinero, un guardián nocturno, uno de mantenimiento, y un saloner.

La competencia regional y nacional, más las 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.

Por decisión de la Junta General de socios, en el año 2015 se absorbió la pérdida del ejercicio económico del año 2014 por valor de us\$ 34.413.37, con una parte de las aportaciones de los socios.

CUARTO.-) LA SITUACION FINANCIERA DE TRAHOTELETURIS S. A., HOTELERÍA Y TURISMO DURANTE EL AÑO 2015 FUE:



Al cierre del ejercicio 2015 los Activos son US\$ 631.103.61, los pasivos US\$ 502.606.65; el patrimonio US\$ 128.496.96, nuestro empeño y objetivo es mejorar este índice en función de hacer crecer las ventas y las utilidades.

El aporte de los socios al cierre del ejercicio económico diciembre 31 de 2015 era de us\$ 187.336,63.

El Capital social de la empresa es de us\$ 1.100.00

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, durante el año 2015 se consiguió ampliar el periodo de gracias por 12 meses adicionales lo que nos permitirá empezar a pagar capital recién a partir de Marzo 28 del 2016; los intereses se pagaron regularmente durante todo el año 2015, incluido el mes de diciembre.

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

El resultado de la empresa fue una pérdida de us\$59.939,67 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 están recibiendo el cuidado y mantenimiento adecuado, solo faltan una mejor adecuación para 6 casitas que se encuentran en el sector derecho.

Todos los bienes del hotel están asegurados con la compañía de SEGUROS SUCRE, cuya vigencia es desde 21/03/2015 hasta 21/03/2016. Actualmente hemos entregado la documentación para su renovación por un año más.

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 2016

A fin de mejorar las ventas y la rentabilidad de la empresa en el año 2016, contrataremos una persona especializada en Ventas y Marketing, con manejo de redes sociales para poder cumplir con el siguiente plan de negocios,

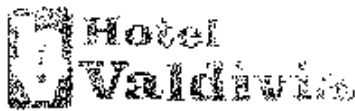
PLAN DE NEGOCIOS HOTEL VALDIVIA

PLAN REGIONAL Y ALEDAÑOS

Promover la Piscina para colegios e instituciones y particulares en el sector y aledaños, a fin de lograr una constante como ingreso fijo. A partir de este año 2016 se incrementó el costo por el uso de la piscina a \$6,00 Adultos y \$3,00. Las tarjetas de Fidelidad se obsequiarán 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 2016

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 eventos, esto 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.

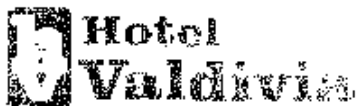
PLAN DE PROMOCIÓN Y VENTA INTERNACIONAL

Ofrecer 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.



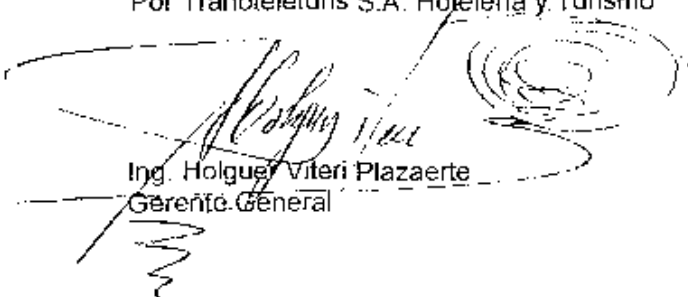
Promoción en los diferentes organismos consulares y diplomáticos del país. Tarifas especiales.

Con la seguridad que todas las metas se cumplirán en el año 2016, para bienestar de la empresa, los trabajadores y accionistas, pongo a consideración de los señores accionistas mi informe anual.

Confiamos que todas estas acciones nos permitirán cambiar los resultados económicos de la empresa durante el próximo año 2016 y de los siguientes años.

De los señores accionistas

Por Trahoteleturis S.A. Hotelería y Turismo



Ing. Holguer Viteri Plazaerte
Gerente General