

**INFORME DE GERENCIA DE RUHOTEL CIA. LTDA.**  
**EJERCICIO - 2009**

**Estimados socios:**

En el ejercicio económico del año 2009 no se mantuvo las tendencias del año 2008, fue un período de nerviosismo en el sector productivo y de actuaciones cautelosas por parte del sector corporativo y turístico, lo que se refleja en el siguiente cuadro de la renta por habitación disponible:

	Rev Par en USD Presupuesto	Rev Par Real en USD	Variación
Ene	38,3	29,5	- 8,80
Feb	37,48	34,33	- 3,15
Mar	36,86	36,64	- 0,22
Abr	43,83	24,82	- 19,01
May	37,09	28,28	- 8,81
Jun	38,98	32,72	- 7,26
Jul	46,35	34,89	- 11,46
Ago	39,00	32,72	- 6,28
Sep	41,58	29,72	- 11,86
Oct	44,53	39,58	- 4,95
Nov	43,84	38,16	- 5,68
Dic	30,19	29,17	- 1,02
TOTAL	39,83	32,47	- 7,36

De esto se deduce que la empresa dejo de percibir USD 7,36 por habitación disponible en el año 2009 o sea USD 147.752 al año de lo presupuestado en el departamento de habitaciones.

El presupuesto de ventas totales fue de 1'285.025 y la venta real fue de 1'125.216, lo que arroja un saldo negativo de USD 159.809.

El comportamiento hotelero en las propiedades afiliadas a Hoteles de Quito Metropolitano, en 2009 han tenido comportamientos similares a los del Hotel Sebastián, lo que denota que la crisis que creíamos estaba superándose se estanco y por el contrario retrocedió la demanda hotelera en la ciudad de Quito, además esto significa que la crisis es del sector y no solo del Hotel Sebastián.

La brecha de precios entre los hoteles de 4 y 5 estrellas ha bajado de USD 40 en el año 2008 a USD 35 en el 2009. Esto permite mantener la oferta del segmento de los hoteles de los segmentos y nichos de cuatro y cinco estrellas sin la amenaza de que los hoteles de la categoría superior nos arrebaten clientes por precio, aun que, precisamente por la tendencia a la baja de la brecha de precios que nos podría volver a afectar. Esto puede apreciarse en el siguiente cuadro:



<b>OCUPACIÓN, TARIFA Y REV. PAR. DE LOS HOTELES DE QUITO</b>						
Categoría	% ocupación 2009	% ocupación 2008	Tarifa promedio 2009	Tarifa promedio 2008	Rev. Par. 2009	Rev. Par. 2008
5 estrellas	62,61	70,75	91,57	90,93	57,33	64,33
4 estrellas	60,26	71,61	57,33	50,30	34,55	36,01

Datos de HQM.

NOTA: Baja la ocupación y la REV PAR y sube ligeramente la tarifa en los hoteles de 5 estrellas y apreciablemente en los hoteles de 4.

### VENTAS TOTALES DEL HOTEL, 2009

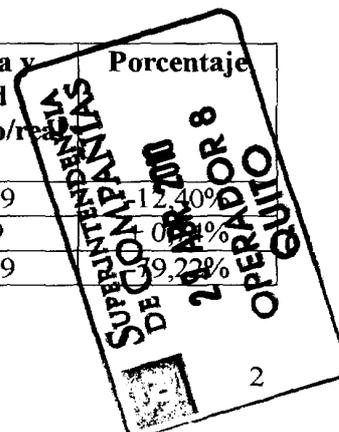
Las ventas totales del hotel en el 2009 se resumen del siguiente modo:

Año	2008 Real	2009 Presupuesto	2009 Real	2009 Diferencia Presp. Vs. Real	2009 Diferencia Presup. Vs. Real en %
Habitaciones	731.147	799.706	639.017	- 160.689	- 20,10 %
A & B	451.391	460.719	466.640	+ 5.921	+ 1,30%
Otros	26.254	24.600	19.559	- 5.041	-20,50%
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>1'208.792</b>	<b>1'285.025</b>	<b>1'125.216</b>	<b>-159.809</b>	<b>-12,40%</b>

Las ventas disminuyeron ostensiblemente, incluso bajaron si las comparamos con las del año 2008, esto denota que la perspectiva de recuperación del año 2008 no se prolongo al 2009, como se anticipo al elaborar el presupuesto 2009.

### INGRESOS Y GASTOS GENERALES PRESUPUESTADOS Y REALES EN EL 2009:

	Presupuesto en USD	Real en USD	Diferencia y utilidad presupuesto/real USD	Porcentaje
<b>Ingresos</b>	1.285.025	1.125.216	- 159.809	- 12,40%
<b>Egresos</b>	1.093.533	1.085.424	+ 8.109	+ 0,74%
<b>Diferencia</b>	191.492	39.793	- 151.699	- 9,22%



Vuelvo a insistir que mantengamos mayor control en el gasto, especialmente si no se cumple el presupuesto de ingresos.

Sugiero que dentro de las responsabilidades de cada jefe departamental esté el respeto al presupuesto de gastos, que responda y justifique por los incrementos no previstos, un mayor control en este aspecto nos permitirá adoptar respuestas rápidas y ágiles al incremento de costos por motivos de inflación. Esto debe reflejarse en los precios finales de venta al público de banquetes y restaurante especialmente.

## HABITACIONES

### OCUPACION Y TARIFA PROMEDIO:

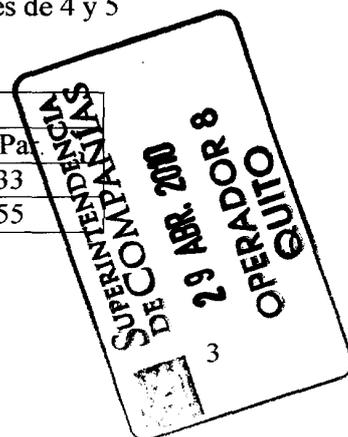
Evolución estadística del Hotel Sebastián 2004 / 2009								
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Variante anual tarifa 2008 - 2009	Variante anual en % 2008 - 2009
Tarifa Promedio en USD	46,15	47,36	49,05	50,29	51,41	53,92	+ 2,51 USD	+ 4,88 %
Ocupación %	58,76	52,23	57,45	62,23	72,08	60,08		- 12,0 %
Rev Par	27,11	24,73	28,17	31,30	37,05	32,40	- 4,65 USD	- 12,55 %

Podemos ver que se ha incrementado la tarifa promedio. Es relativo pero podría ser una de las causas de la baja en la ocupación y por ende en la REV PAR. Parece que las predicciones de una etapa de recesión causada por la crisis económica mundial del 2008, por lo menos en lo que a la hotelería en Quito se refiere nos afectó, esperemos que la economía mundial se recupere y que el precio del petróleo al alza favorezca la economía nacional.

### COMPARATIVO DE LOS HOTELES EN QUITO CON EL H. SEBASTIÁN

Las estadísticas de la Asociación de Hoteles de Quito Metropolitano establecen las siguientes cifras de ocupación y tarifa promedio para el 2009 en los hoteles de 4 y 5 estrellas de la ciudad de Quito:

HOTELES DE QUITO 2009			
Categoría	% ocupación	Tarifa promedio	Rev. Par.
5 estrellas	62,61	91,57	57,33
4 estrella	60,26	57,33	34,55



Comparadas con las del 2008:

<b>HOTELES DE QUITO 2008</b>			
Categoría	% ocupación	Tarifa promedio	Rev. Par.
5 estrellas	70,75	90,93	64,33
4 estrella	71,61	50,30	36,01

De estos cuadros se puede ver que el rendimiento de la ciudad ha descendido en el 2009, esto se refleja en la REV PAR de los hoteles de 5 estrellas que disminuye en USD 7,00 y en los hoteles de 4 en USD 1,46. La causa de esta disminución está en la baja del índice de ocupación en los hoteles de 5 estrellas: 8,14% y en los de 4: 11%.

<b>HOTELES DE QUITO VS: HOTEL SEBASTIÁN, 2009</b>			
	% ocupación	Tarifa Promedio	REV PAR
Hoteles de Quito 4 estrellas	60,26 %	57,33	34,55
Hotel Sebastián	60,08 %	53,92	32,40
Variante 2009	- 0,18 %	- 3,41	- 2,15

Comparada con el año anterior:

<b>HOTELES DE QUITO VS: HOTEL SEBASTIÁN, 2008</b>			
	% ocupación	Tarifa Promedio	REV PAR
Hoteles de Quito 4 estrellas	71,61	50,30	36,01
Hotel Sebastián	72,08	51,41	37,05
Variante 2008	+ 0,47	+ 1,11	+ 1,04

En estos cuadros podemos ver que los promedios del Hotel Sebastián han sufrido una disminución en la REV PAR comparado con el rendimiento de los hoteles de la misma categoría en la ciudad, las causas visibles son las altas tarifas promedio de los siguientes hoteles: Holiday USD 77, Howard Johnson USD 67, Lugano Suites USD 79 y a la alta ocupación promedio reportada por: Akros 70%, Howard Johnson 66%, La Rábida 65%, Amazonas 73%.

Esto demuestra que la inclusión de nuevos hoteles en la ciudad con infraestructura más nueva nos afecta, ahí la importancia de mantener las instalaciones con todos los adelantos nuevos.

Uno de los nichos en los que podemos crecer para defendernos de las adversidades que pueden presentarse, es en la ocupación en feriados y en fines de semana. Es urgente crear un producto que mejore la ocupación del hotel en estos periodos, en conjunto de



diseñar una oferta que nos permita ser competitivos, además es importante analizar el segmento de la tercera edad como potenciales clientes.

### ESTADÍSTICAS:

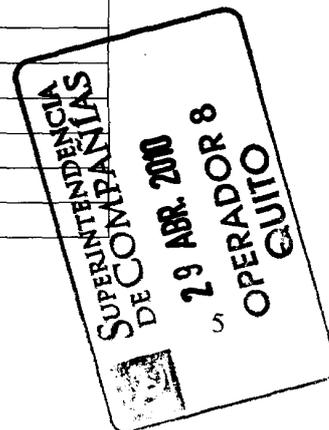
HABITACIONES				
INGRESOS				
AÑO	Presupuesto	Real	Diferencia en USD	% de diferencia
2006	588.769	575.906	- 12.863	- 2,18 %
2007	518.376	622.333	+ 103.957	+ 20,05 %
2008	652.506	731.147	+ 78.642	+12,05 %
<b>2009</b>	<b>799.706</b>	<b>639.017</b>	<b>-160.689</b>	<b>-20,10%</b>
EGRESOS				
AÑO	Presupuesto	Real	Diferencia en USD	% de diferencia
2006	108.421	122.348	+ 13.927	+ 12,85%
2007	103.857	141.981	+ 38.123	+ 36,71%
2008	128.050	159.004	+ 30.954	+ 24,17%
<b>2009</b>	<b>158.364</b>	<b>153.027</b>	<b>- 5.337</b>	<b>- 3,40%</b>

Es importante destacar que esa tendencia que se mantenía de gastar más de lo presupuestado se ha revertido en el departamento de habitaciones.

### OCUPACIÓN, TARIFAS Y REV. PAR. HISTÓRICOS DEL HOTEL SEBASTIÁN

Evolución histórica de la ocupación del Hotel Sebastián:

ESTADÍSTICAS HISTÓRICAS, HOTEL SEBASTIÁN			
AÑO	% OCUPACIÓN	TARIFA EN USD	REV. PAR. Renta por habitación disponible
1996	85	53,55	45,50
1997	81	55,43	44,89
1998	78	54,64	42,61
1999	65	43,77	28,45
2000	61,30	40,26	24,67
2001	59,69	43,67	26,06
2002	61,73	44,95	27,74
2003	53,75	47,59	25,57
2004	58,76	46,15	27,11
2005	52,23	47,36	24,73
2006	57,45	49,05	28,17
2007	62,23	50,29	31,30
2008	72,08	51,41	37,24
2009	60,08 %	53,92	32,40



<b>RENDIMIENTOS AÑO 2009 COMPARADO CON EL 2008</b>		
1.-	En la ocupación promedio en	- 12%
2.-	En la tarifa promedio en	+ USD 2,51
3.-	En la REV. PAR. en 5	- USD 4,84

### **ALIMENTOS Y BEBIDAS:**

<b>INGRESOS</b>				
<b>AÑO</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Real</b>	<b>Diferencia en USD</b>	<b>% de diferencia</b>
2006	319.109	361.772	+ 42.663	+ 13,37%
2007	387.142	405.300	+ 18.158	+ 4,69 %
2008	467.869	451.391	- 16.478	- 3,52 %
<b>2009</b>	<b>460.719</b>	<b>466.640</b>	<b>+5.921</b>	<b>+1,30%</b>

<b>EGRESOS</b>				
<b>AÑO</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Real</b>	<b>Diferencia en USD</b>	<b>% de diferencia</b>
2006	240.196	279.197	+ 39.001	+ 16,24 %
2007	292.719	317.698	+ 24.979	+ 8,53%
2008	310.586	357.751	+ 47.165	+ 15,19%
<b>2009</b>	<b>331.157</b>	<b>350.931</b>	<b>+19.774</b>	<b>+6,00%</b>

Recomiendo poner mayor atención al control de gastos, a pesar de haber cumplido con el presupuesto de ingresos, los gastos se hayan incrementado en un 4,7 %. Es importante que la gerencia de A&B haga un seguimiento a los insumos de temporada para evitar que la inflación nos afecte en los resultados y de ser así tomar medidas adecuadas a tiempo (uso de insumos de temporada, cambio de precios oportunos en cartas y banquetes, etc.).

### **TELÉFONOS**

<b>INGRESOS</b>				
<b>AÑO</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Real</b>	<b>Diferencia en USD</b>	<b>% de diferencia</b>
2006	15.559	17.093	+ 1.533	+ 9,86 %
2007	18.297	15.343	- 2.953	- 16,14 %
2008	18.297	13.311	- 4.986	- 27,25 %
<b>2009</b>	<b>14.647</b>	<b>10.357</b>	<b>- 4.290</b>	<b>-29,30%</b>

<b>EGRESOS</b>				
<b>AÑO</b>	<b>Presupuesto en USD</b>	<b>Real en USD</b>	<b>Diferencia en USD</b>	<b>% de diferencia</b>
2006	22.421	23.733	+ 1.311	+ 5,85 %
2007	21.078	16.903	- 4.175	- 19,81 %
2008	21.078	14.310	- 6.768	- 32,11 %
<b>2009</b>	<b>16.974</b>	<b>13.771</b>	<b>-3.203</b>	<b>-18,90%</b>

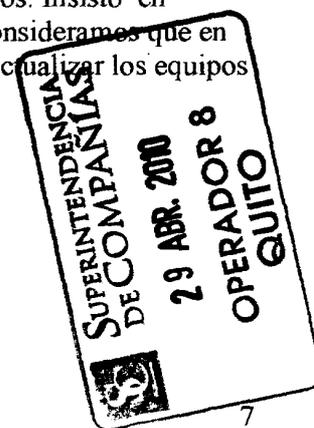
La baja de ingresos comparada con la de los egresos tiene un índice negativo del 10,4 %, esto preocupa ya que la tendencia al mayor uso de celulares y del Internet producirá eventualmente la eliminación de este departamento como uno productivo. Sugiero un mayor control en el uso de los teléfonos especialmente en llamadas a celulares.

### **LAVANDERÍA:**

<b>LAVANDERÍA INGRESOS 2008:</b>				
<b>AÑO</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Real</b>	<b>Diferencia en USD</b>	<b>% de diferencia</b>
2006	9.761	8.718	- 1.043	- 10,69 %
2007	10.725	8.722	-2.002	- 18,67 %
2008	12.925	9.927	- 2.998	- 23,20 %
<b>2009</b>	<b>9.954</b>	<b>7.698</b>	<b>-2.256</b>	<b>-22,70%</b>

<b>LAVANDERÍA EGRESOS 2008:</b>				
<b>AÑO</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Real</b>	<b>Diferencia en USD</b>	<b>% de diferencia</b>
2006	14.200	10.803	- 3.396	- 23,92 %
2007	11.869	11.476	- 392	- 3,31 %
2008	12.800	11.612	- 1.188	- 9,28 %
2009	12.907	11.968	- 939	-7,30%

No se ha logrado revertir la tendencia histórica a la baja de este departamento. Deberíamos buscar alternativas considerando la eficiencia del equipo que disponemos. Insisto en considerar la posibilidad de tercerizar este servicio, especialmente si consideramos que en un futuro cercano deberemos invertir importantes sumas de dinero en actualizar los equipos que ya han cumplido su vida útil.



## ADMINISTRACIÓN:

<b>ADMINISTRACIÓN OPERATIVA</b>				
EGRESOS	Presupuesto	Real	Diferencia en USD	% de diferencia
2006	191.198	205.413	+ 14.214	+ 7,43%
2007	177.923	166.263	- 11.660	- 6,55%
2008	196.044	181.354	- 14.689	- 7,49%
<b>2009</b>	<b>185.196</b>	<b>211.821</b>	<b>- 26.625</b>	<b>- 14,40%</b>

<b>ADMINISTRACION NO OPERATIVA 2008</b>				
EGRESOS	Presupuesto	Real	Diferencia en USD	% de diferencia
2006	142.260,00	163.812,43	+ 21.552,43	+ 15,15%
2007	149.304,00	159.032,21	9.728,21	+ 6,52%
2008	150.576,00	154.370,27	+ 3.794,27	+ 2,52 %
<b>2009</b>	<b>159.960,00</b>	<b>152.260,00</b>	<b>- 7.700,00</b>	<b>-4,80%</b>

Los valores arriba mencionados corresponden a los siguientes rubros:

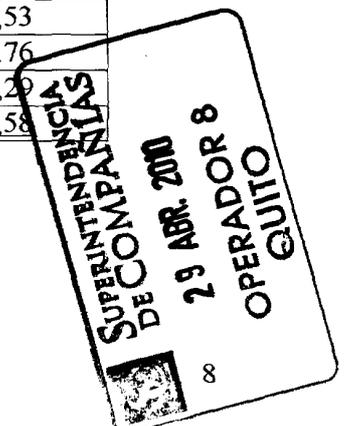
<b>Rubros</b>	<b>Año 2007</b>	<b>Año 2008</b>	<b>Año 2009</b>
Gastos financieros	USD 25.638,94	USD 22.622,16	<b>USD 23.358,15</b>
Honorarios profesionales	USD 12.630,96	USD 13.556,02	<b>USD 13.320,00</b>
Depreciaciones y amortizaciones	USD 77.645,81	USD 78.813,71	<b>USD 86.922,97</b>
Sueldos y beneficios sociales	USD 33.670,78	USD 33.913,64	<b>USD 27.600,44</b>
Varios	USD 789,61	USD 5.464,74	<b>USD 1.058,46</b>

## SITUACIÓN FINANCIERA Y EVOLUCIÓN PATRIMONIAL:

La deuda a largo plazo que la empresa mantiene con los socios, está dividida del siguiente modo:

<b>DEUDA A LARGO PLAZO 1</b>		
ACREEDOR	Año 2008	Año 2009
Gonzalo Rueda USD	26.959,60	35.080,53
Oswaldo Muños USD	16.904,60	15.055,76
Sebastián Cornejo	24.539,03	26.717,29
<b>TOTAL</b>	<b>68.403,23</b>	<b>76.853,58</b>

Los intereses pactados en esta deuda son del 8,0 % anual.



Además el hotel mantiene desde hace 4 años una segunda deuda con los socios, que al 31 de diciembre de 2009 ha evolucionado del siguiente modo:

<b>DEUDA A LARGO PLAZO 2</b>		
<b>Socio</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
Gonzalo	20.000	20.000
Oswaldo Muñoz	70.000	70.000
Sebastián Cornejo	75.000	75.000
<b>TOTAL</b>	<b>165.000</b>	<b>165.000</b>

NOTA: Estos préstamos devengan un interés del 11 %.

Se ha pagado puntualmente el préstamo que el Sr. Gonzalo Rueda efectuó de USD 50.000 pagadero a 5 años con una amortización mensual de interés y capital, con una tasa de 6,85 % anual. Al 31 de diciembre de 2009 restan por pagarse 9 cuotas de USD 992,29, el capital que se adeuda a la misma fecha es de USD 8.683,43

Las obligaciones que tiene la empresa al 31 de diciembre de 2009 ascienden a la suma de USD 250.537,01

#### **UTILIDAD 2009:**

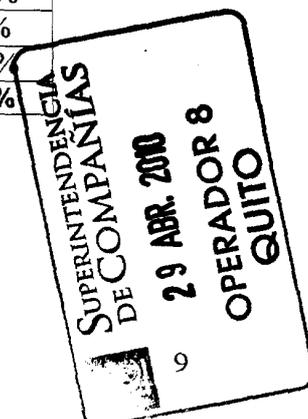
En el 2009 se ha disminuido la utilidad de la empresa pasando de una utilidad de USD 117.347 en el 2008 a USD 39.793 en el 2009.

#### **AMORTIZACIÓN DE LA PÉRDIDA DEL AÑO 2005:**

La pérdida del año 2005 que se encontraba con un saldo de USD 39.097,99 a finales del año 2008 se cruzó con las utilidades del 2008, de tal modo que el saldo quedo en cero.

#### **MANTENIMIENTO E INNOVACIONES:**

<b>MANTENIMIENTO</b>				
<b>EGRESOS</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Real</b>	<b>Diferencia en USD</b>	<b>% de diferencia</b>
2006	44.287,65	53.497,82	+ 9.210,17	+ 20,80%
2007	45.196,19	48.959,82	+ 3.763,63	+ 8,33%
2008	46.977,45	66.770,57	+ 19.793,12	+ 42,13%
<b>2009</b>	<b>69.168,99</b>	<b>53.785,38</b>	<b>- 15.383,61</b>	<b>- 22,20%</b>



## ACTIVOS FIJOS

A continuación se detalla las inversiones en activos fijos y/o reposiciones realizadas en el 2009:

<b>INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS, 2009</b>	
Variador de Frecuencia para ascensor	4.900,00
2 Monitores LG – Business Center	250,00
Pantalla plana de 17" - Sistemas	123,00
Computador Portátil Compac	446,43
Impresora Epson FX890	336,01
Sistema Wireless	4.883,70
Adecuaciones Lobby Bar	18.932,05
<b>TOTAL:</b>	<b>29.871,19</b>

## INVERSIONES FUTURAS

Aun están pendientes trabajos y aspectos que necesitan atención para mantenernos competitivos, no se los realizó en este ejercicio económico debido a los bajos rendimientos, los más importantes son:

### GENERALES:

1. Concluir con el cambio de las tuberías matrices de agua caliente y fría.
2. Overhauil del tercer caldero.
3. Cambio de los tanques hidroneumáticos.
4. Colocación de alarmas en puertas de salida de emergencia.
5. Cortina luminosa en puertas de los ascensores, para detección de obstáculos.
6. Solución a humedad en los corredores y el gimnasio.
7. Reemplazo del piso del lobby.
8. Construcción la vereda y gradas exteriores del Hotel.
9. Colocación de una división acústica para separar los salones El Prado del Pórtico.
10. Overhauil de las bombas de agua fría.

### HABITACIONES:

1. Reposición toallas.
2. Cambio del piso de los baños de varias habitaciones
3. Reposición de griferías dañadas y/o trisadas.
4. Cambio de jaboneras de los baños de las habitaciones.
5. Pulir los mesones de mármol de los baños de las habitaciones.
6. Colocación de cajas fuertes en las habitaciones.

**NOTA:** Los baños de las habitaciones del hotel necesitan reconstruirse, la cerámica esta deteriorada, las piezas sanitarias están pasadas de moda y de tecnología, los mesones de mármol necesitan ser pulidos y remozados y la grifería necesita una actualización.

### COMENTARIOS:

- 1.- El constante incremento de la inseguridad y la preocupación por esta, amerita que se instalen cajas de seguridad en cada habitación, con esta medida aumentaremos nuestra competitividad y el sentimiento de seguridad del huéspedes, además podríamos cobrar por este servicio una tarifa de 1, 5 a 2 USD diarios lo que nos permitiría financiar esta inversión en un corto tiempo. El tamaño si es posible debería permitir albergar a una computadora portátil.
- 2.- La humedad en ciertas paredes pueden obedecer a la edad de las instalaciones de agua, se debe hacer un estudio de las soluciones que podrían ser muy molestosas y costosas.
- 3.- El piso del lobby presenta una vejez que ya no se puede disimular, se debe considerar el cambio.

### MERCADEO Y VENTAS

Se continuó con la depuración de la base de datos de los clientes del Hotel.

Se entregó las tarjetas VIP, esperamos que esto produzca una mayor fidelización del cliente al Hotel y un apoyo al rendimiento del restaurante.

Se realizó envíos de correo electrónico (mailings) masivos especialmente para promocionar los feriados, fines de semana y eventos especiales.

Se inicio la planificación para el nuevo diseño de la página web la que se implementará el 2010.

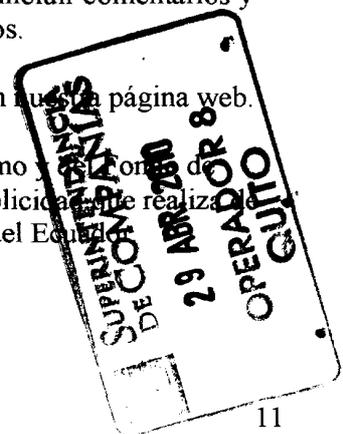
Mediante la instalación de una línea telefónica hacia los EEUU se ha iniciado un proceso de contactos con potenciales clientes en los Estados Unidos, gestión a mediano plazo que lamentablemente debido a la crisis global se ha producido una contracción en la demanda de servicios turísticos de Norteamérica al Ecuador puede tomar tiempo en dar resultados.

Se continuó con los contactos con Agencias de Viajes y Operadoras de Turismo, lamentablemente las tarifas piso que manejamos son un limitante además el flujo de clientes en este nicho de mercado se ha reducido, atribuyen a la crisis global del 2008, la que parece comienza a recuperarse.

Se continúa con la actualización de la información del hotel mediante el contacto a los web – masters para así mantenernos actuales en sus portales, tratando de incluir comentarios y recomendaciones de clientes como testimoniales de nuestros servicios.

Se implementó los meta tags para facilitar el contacto de clientes con nuestra página web.

Se han iniciado contactos con los nuevos personeros de Quito Turismo y la Promoción del Ecuador para reforzar la presencia del hotel en la publicidad que realiza la municipalidad de la ciudad de Quito y el Ministerio de Turismo del Ecuador.



Se mantienen varias publicaciones en revistas con canjes, especialmente con Vistazo y radiodifusoras de Cuenca y Guayaquil para las transmisiones de los partidos de fútbol.

Se ha diseñado anuncios creativos que nos permitan comunicar mejor y ser más competitivos. Se ha puesto énfasis en la oferta para el mercado nacional especialmente en fines de semana, feriados y fechas especiales.

### **PERSONAL:**

Al 31 de diciembre de 2009 la planta de empleados es de 65 personas lo que significa un promedio de 1,18 empleados por habitación.

Los cursos de capacitación este año han sido los siguientes:

Recepcionista en base a Competencias Laborales  
Técnicas Administrativas  
Ventas por Internet  
Técnicas de Ventas  
Legislación Laboral  
Administración de Empresas Familiares  
Normas Internacionales de Información Financiera

### **ROTACIÓN LABORAL**

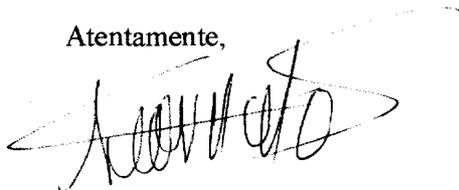
Se han producido 7 salidas de personal por renuncia a sus posiciones, las que han sido reemplazadas de acuerdo a las necesidades del Hotel, estos cambios se produjeron en el personal de saloneros, cocina y seguridad. Mantenemos una rotación baja lo que se puede interpretar como satisfacción de nuestro cliente interno.

### **ESTADOS FINANCIEROS**

Como es costumbre los estados financieros son del conocimiento de los socios de la empresa, se los presentaron con anterioridad, para su aprobación en esta Junta General.

Deseo expresar mis felicitaciones a Julieta Ordóñez de Muñoz por su dedicación a la empresa en estos tiempos difíciles, mi gratitud a mis socios por su confianza, que espero haberla correspondido y a todo el personal que labora en el Hotel Sebastián.

Atentamente,



Sebastián Cornejo.  
Gerente General

