



**INFORME QUE LA GERENCIA GENERAL DE RUMIPAMBA DE LAS ROSAS S.A.
PRESENTA A CONSIDERACION DE LA JUNTA GENERAL ORDINARIA DE
ACCIONISTAS CORRESPONDIENTE AL PERIODO DEL AÑO 2010, REALIZADA
EL DIA JUEVES 31 DE MARZO DE 2.011.**

Señores Accionistas:

Cúmpleme, como responsable de la Empresa, entregar a consideración de los señores accionistas el informe de actividades y resultados de la gestión desarrollada durante el ejercicio correspondiente al año 2010.

A) ENTORNO GENERAL DEL PAIS:

El año que se analiza, ha sido caracterizado por la misma tónica de algidez política vivida en los últimos años, desde la asunción al poder del actual presidente Rafael Correa, teniendo que desarrollar nuestras actividades dentro de un permanente ambiente de inestabilidad social, política económica y jurídica que impide que la actividad productiva se desenvuelva con tranquilidad y confianza.

Siendo el sector en el que nos desenvolvemos, susceptible y frágil a cualquier factor interno, las consecuencias de inseguridad vividas en este ultimo año, que han sido las de mas alto nivel en la historia del País, han provocado una alta depresión en la afluencia turística a nivel nacional e internacional.

El hecho que marco trascendencia en este año fue el 30 de Septiembre cuando un grupo de policias insurgentes, pretendieron desestabilizar el Pais, a traves de una





protesta muy poco usual, agrediendo físicamente al Presidente de la Republica y generando un alto caos institucional convirtiéndose en una pseudo guerra entre instituciones policiales y militares, causando la paralización total de actividades y el descontrol de las autoridades, cuyas consecuencias se vieron reflejadas en semanas posteriores e incluso en los meses posteriores en lo que a nuestra actividad se refiere.

En el mes de noviembre, se realizo el Censo poblacional, arrojando un resultado de mas de 14 millones de habitantes, un alto índice de desempleo y de vivienda, los índices de pobreza crecieron considerablemente debido a la recesion económica que vive el País.

B) EL SECTOR TURÍSTICO

Dentro de este entorno político, debo indicar que lamentablemente el sector turístico se ha visto avocado a tener que asumir las consecuencias de las grandes falencias provocadas por una pasiva acción por parte del ministerio del ramo, notándose que desde que asumió esta cartera de estado el Señor Fredy Ehlers, no es un ministerio que ha tenido trascendencia dentro del gabinete, pues su acción ha sido por decir lo menos completamente desapercibida.

Mencionando el turismo interno, que fundamentalmente por las razones del entorno general, se ha mantenido estancado, se ha requerido de enormes esfuerzos para combatir los factores negativos que durante el año se han presentado continuamente, la falta de eficacia en las acciones de un ministerio de turismo que al decir lo menos no ha realizado el menor esfuerzo para fortalecer la actividad,





teniendo que, como empresa privada buscar los mecanismos que nos permitan desarrollar nuestras actividades. Estimo que un punto positivo para promover el turismo interno ha sido la rehabilitación vial del País, pero lamentablemente las acciones paralelas como el de seguridad, no han sido reforzadas, teniendo en estos sectores un alto índice de delincuencia que afectan el desarrollo interno, sobre todo en el sector turístico.

C) LA EMPRESA

A pesar de las adversidades en la que nuestro sector se desenvuelve, hemos puesto nuestro mayor esfuerzo y criterio para sobrellevar las dificultades, y que pese a esto no hemos logrado obtener los resultados deseados, a continuación me permito detallar algunos criterios del manejo* de la Empresa.

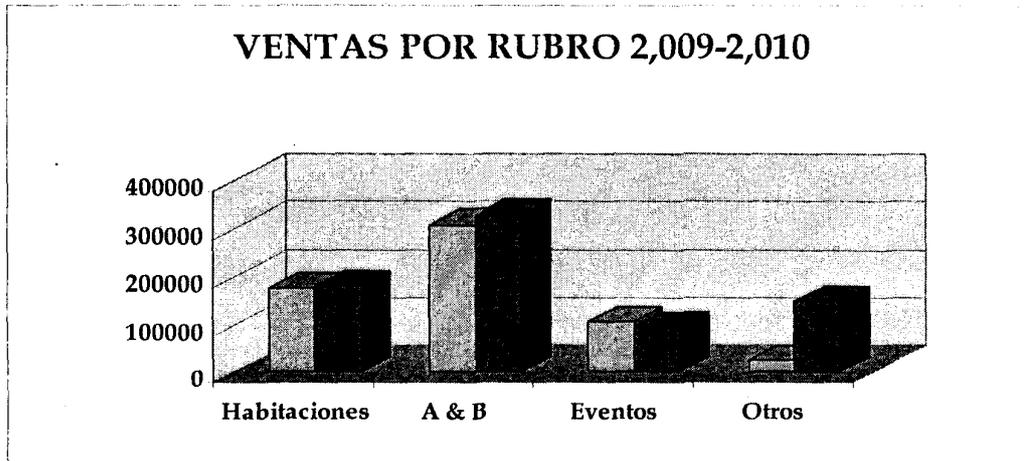
Ventas.- Durante el año 2010 la empresa continuo y reforzó sus canales de ventas, para este efecto se realizaron visitas programadas a todos los agentes y agencias de viajes, mayoristas y clientes directos con el fin de dotarles de toda la información necesaria para la comercialización nacional e internacional, de igual manera se trabajó en conjunto con Cialcotel para que se promuevan los productos y servicios que ofrece el establecimiento.

Pese a las gestiones comerciales realizadas durante el año 2010 los ingresos sufrieron una disminución en relación al periodo anterior de un 2.39%; las estadísticas de ventas se distribuyen de la siguiente manera:





Ingresos por rubros.- La composición de los ingresos de este periodo constituyeron las ventas de los rubros según el siguiente cuadro:



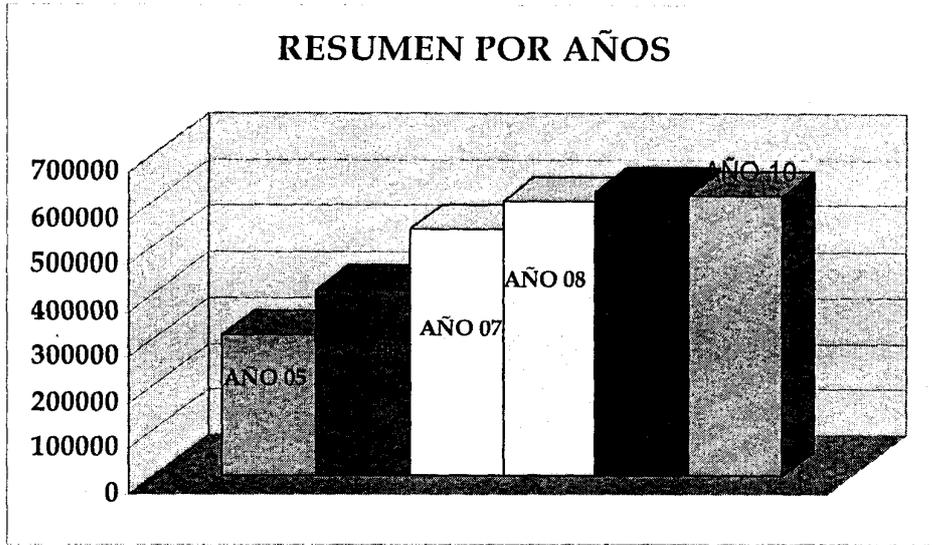
Alimentos y bebidas incluido eventos, fue el de mayor porcentaje de aportación a los ingresos.

El total de ventas de habitaciones en el año 2010 fue de \$ 173.348.01, frente al 2.009 que fue de \$179.712,14, y de alimentos y bebidas incluido eventos en el 2.010 fue de \$ 415.415.49 mientras que en el 2.00 fue de \$ 420.184.58, el total de ventas del año 2.010 fue de \$ 610.741.58 y el total en el año 2.009 fue de \$ 624.422,98. En el cuadro que se presenta a continuación, podemos apreciar la variación de ventas en los últimos 6 años.



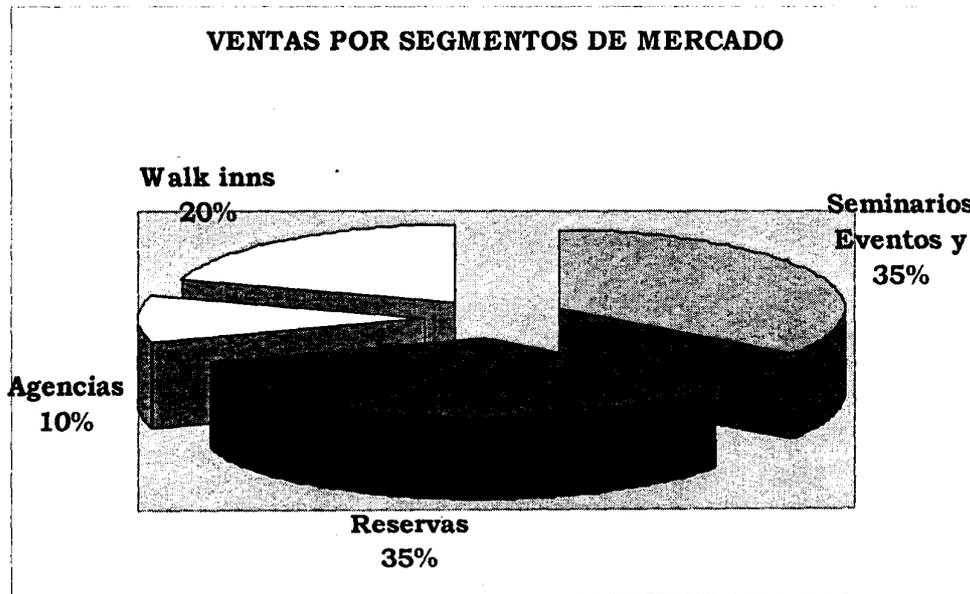


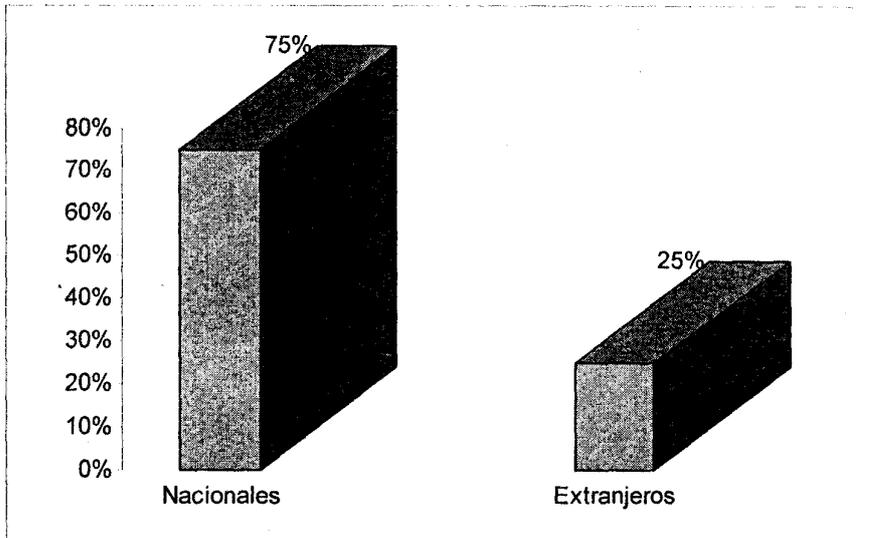
RESUMEN POR AÑOS



- Ventas por segmentos.- El análisis estadístico llevado a lo largo del año 2010 respecto a los segmentos donde se consolidan nuestras ventas es analizado por las ventas que se realizan tanto en eventos varios, ventas a través de agencias, ventas a través de reservas y clientes directos o walk inns;

VENTAS POR SEGMENTOS DE MERCADO





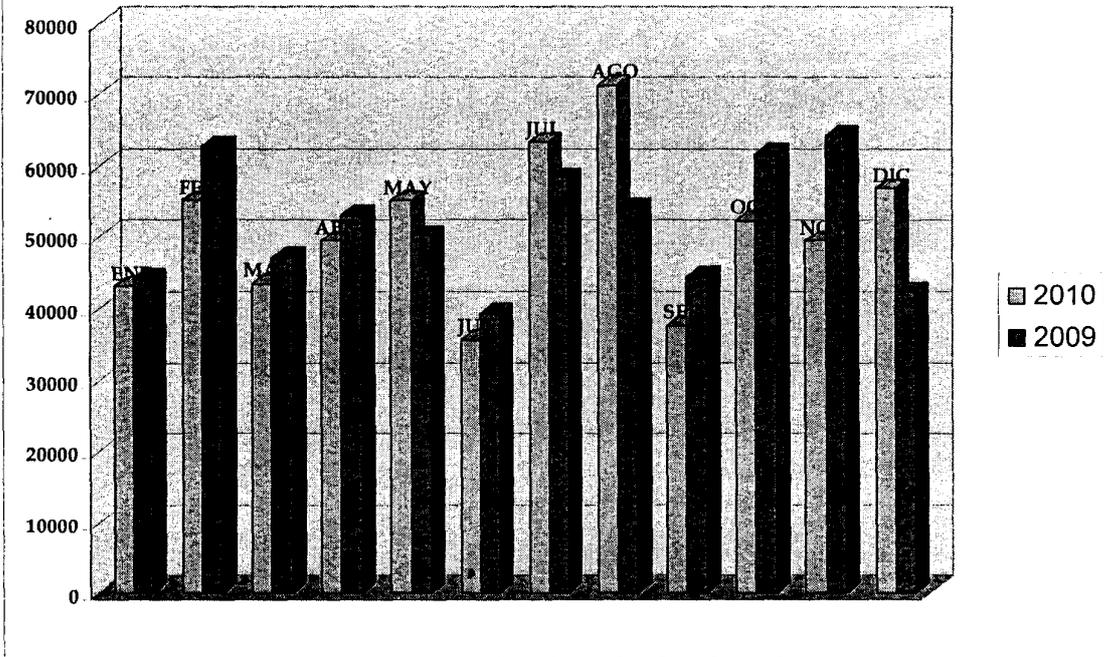
Del estudio de mercado realizado, se desprende que el potencial que existe para fortalecer las ventas nacionales, muy óptimo, de hecho, el plan estratégico realizado apunta a incrementar las ventas en los segmentos en los que la tendencia no ha crecido, así como, apunta a fortalecer e incrementar las ventas de los segmentos que si han crecido, para este efecto el marketing plan desarrollado está orientado a estos clientes objetivos (Agentes y mayoristas) y a clientes directos, tanto a nivel nacional como internacional. Respecto al segmento de eventos se pondrá en práctica una estrategia para captar la mayor cantidad de eventos posibles en el año 2011, así como, a poner en marcha el plan de mejoramiento continuo que incluye mayores servicios y valores agregados para los walk inns.

Ventas mensuales.- La variación de ventas mensuales mantiene las curvas normales dentro de los parámetros históricos de ventas, según la siguiente tabla, siendo el mes de agosto, el mes en el que se ha marcado un record de ventas.



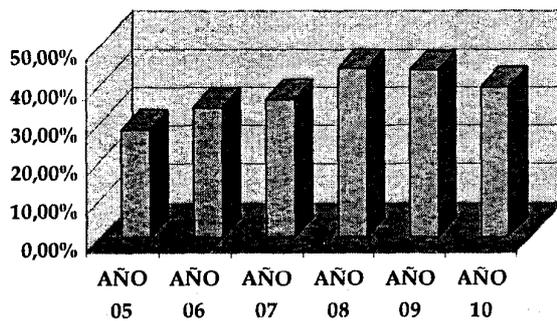


COMPARATIVO AÑO 2,009-2,010



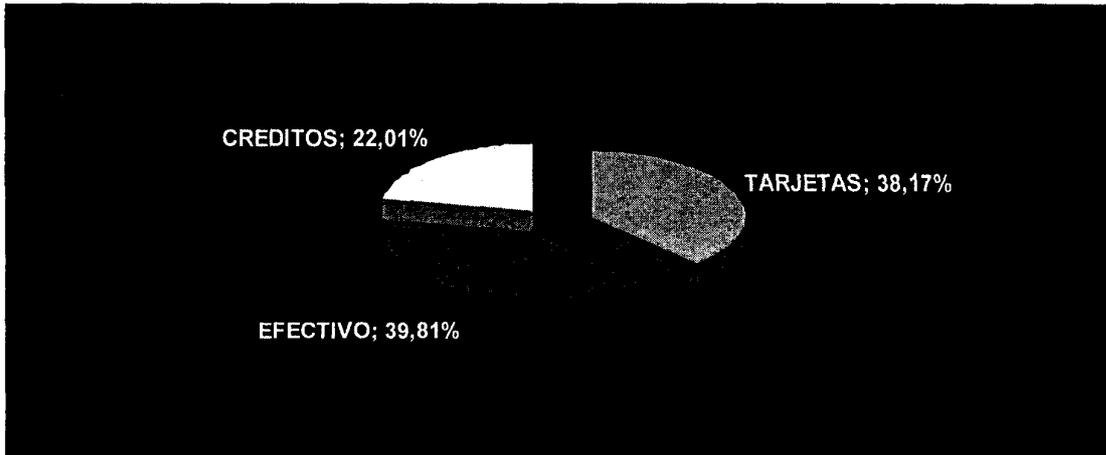
Índices de Ocupación.- Se aprecia en este cuadro que el índice de ocupación respecto al periodo anterior, disminuyo en un 10.06%, siendo en el año 2.009 un promedio del 43.50% y en el año 2.010 el 39.13%.

RESUMEN OCUPACION POR AÑOS





Relación de ingresos y formas de pago.- La relación de ingresos y las formas de pago se mantienen en el mismo porcentaje de relación que los años anteriores, siendo una cartera completamente sana.



4.- Tarifas.- Tal como estaba previsto en el presupuesto, la tarifa promedio cumplió la meta de USD 45, sin embargo el porcentaje de ocupación no logró ser alcanzado

VARIACION DE TARIFAS Y PORCENTAJES AÑO A AÑO

Dato de análisis	AÑOS					
	2005	2006	2007	2008	2009	
Tarifa / habitación	36,56	36,27	37,62	33,86	41,27	45,49
Tarifa / huésped	17,52	19,54	20,17	20,82	22,55	23,70
% Ocupación	25,77%	35,79%	36,61%	44,54%	43,50	39,13
% Doble ocupación	113,21%	133,16%	104,65%	77,64%	90,27	99,89
UTILIDADES				1.850,97	-13.234,47	-28.771,34





Recursos Humanos.- En cuanto al personal que labora en la Empresa, cabe resaltar que no contamos con ningún problema laboral, continuamos con programas de capacitación y estamos al día en todas las obligaciones patronales. Una vez concluida la planeación estratégica y el marketing plan se realizará una exposición de la misma con el fin de dar a conocer a toda la organización sobre los proyectos que se van a ejecutar, así como, se les va a involucrar en el proceso de implementación con el fin de que conozcan cuales son los objetivos organizacionales y su cultura, así como, su misión y visión.

Inversiones.- Durante este año no se realizaron inversiones mayores, tenemos previsto y esta pendiente remodelar algunas habitaciones para lo cual estamos haciendo provisiones para el año 2011 y de esta forma cumplir con uno de los objetivos de la planeación estratégica de convertir a Rumipamba de las Rosas en un destino turístico.

Análisis del Balance General y de Resultados.- Me permito poner a su consideración, el balance y estado de resultados cortado al 31 de diciembre del año 2010, en el que se puede resaltar que los gastos administrativos disminuyeron en un 4.76% respecto al año anterior, los gastos operacionales crecieron un 17.11%, esto debido a la política de incremento de salarios por parte del gobierno y debido a que se incremento el costo del gas industrial, los costos de alimentos y bebidas se incrementaron por la constante variación de precios de los productos, en un 6.13%, teniendo un costo de alimentos y bebidas del 31.00%.

Conclusiones.- La Empresa, durante el periodo, ha dado cumplimiento estricto con las obligaciones sociales y laborales, resaltando la especial consideración que impera por parte de esta gerencia en lo que se refiere al manejo de Recursos





Humanos, igualmente la Empresa vela por las mejores relaciones comerciales y profesionales lo que ha evitado tener problemas de orden legal que afecten a los intereses de la Compañía.

Por último tan sólo me resta dejar constancia de mi especial agradecimiento a todos y cada uno de los empleados y trabajadores que laboran en nuestra Empresa, , ya que sin su aporte no se hubiesen logrado cambios operativos importantes, a CIALCOTEL, nuestra Cadena Hotelera Colonial, por brindarnos su apoyo tanto en el área de comercialización y ventas como en la parte Administrativa, a los miembros del Directorio quienes contribuyen activa y permanentemente para cumplir con las metas trazadas.

A Ustedes señores Accionistas, gracias por la confianza depositada en esta gerencia.

Atentamente,

JORGE ALVAREZ PALACIO

Gerente General

