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 2008, REALIZADA EL DIA MIERCOLES 25 DE MARZO DE 2.009.

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 2008.

A) ENTORNO GENERAL DEL PAIS:

Es lamentable, por decir lo menos, que cada año tengamos la obligación de referirnos a la recurrente crisis que agobia al país y que se convierte en tradicional norma de vida para todos los ecuatorianos que tienen que desarrollar sus actividades dentro de un permanente ambiente de inestabilidad social, política y jurídica que impide que la actividad productiva y económica se desarrolle con por lo menos alguna tranquilidad.

El año que se analiza, lejos de ser la excepción, más bien se ha convertido en uno de los más conflictivos y negativos para la actividad, justamente por haber sido opacada por la deficiente acción gubernamental que ha generado un deteriorado ambiente para el desenvolvimiento de todo el aparato productivo, generando divisiones radicales entre ecuatorianos, agrediendo permanentemente a nuestros aliados comerciales, y propiciando distanciamientos que sin lugar a dudas convirtieron al Pais en una isla sin opciones de negociación. Desde el mes de marzo, cuando sucedió el ataque de Angostura, se comenzaron a avizorar los distanciamientos inicialmente a

nivel gubernamental, lo que a la postre concluyo en distanciamientos comerciales con Colombia, pais con el cual siempre ha existido una ferrea relacion de toda indole, alejandonos de cualquier posibilidad de acercamientos, y lo que es mas grave la migración de capitales, esto sumado al excesivo y mal utilizado gasto publico, destinado exclusivamente a fortalecer la imagen del presidente y de su gobierno, que irresponsablemente utilizaron fondos publicos para crecer en burocracia y alimentar un escualido estado, desperdiciando de esta forma las oportunidades comerciales existentes y alejando sin criterio las inversiones.

B) EL SECTOR TURÍSTICO

Dentro de este tormentoso ambiente general, el sector ha sido otro que ha perdido la oportunidad de posicionarse adecuadamente cuando a nivel internacional el turismo receptivo ha tenido una interesante recuperación. No se diga del turismo interno, que fundamentalmente por las razones del entorno general, se ha mantenido estancado requiriendo 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.

C) LA EMPRESA

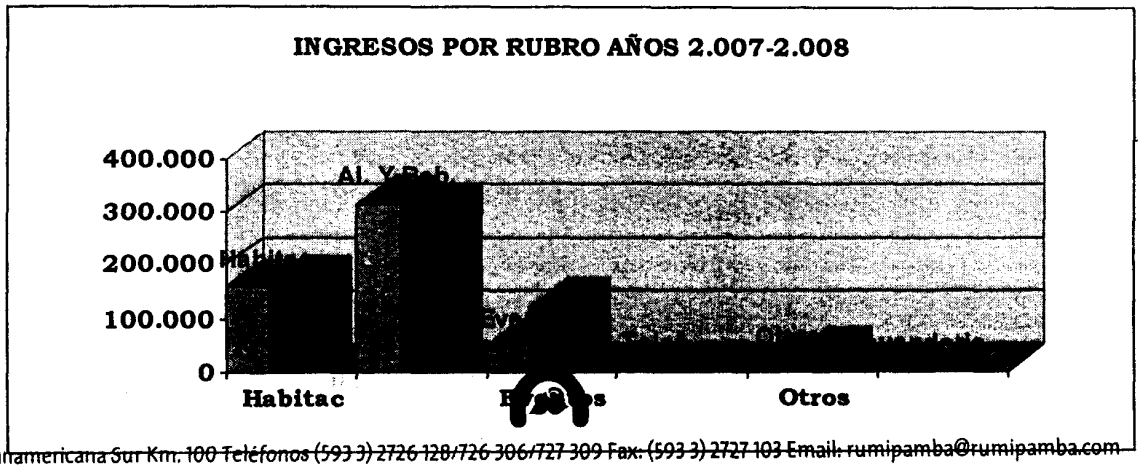
Pese a todos los problemas internos del Ecuador, a los que ineludiblemente nos hemos visto avocados y que hay que afrontarlos, la Empresa ha reaccionado positivamente frente a estos hechos, hubo un crecimiento en

ventas, pero por situaciones de Pais los costos se han incrementado al igual que los gastos, sin embargo de esto, se han canalizado los mejores esfuerzos para que mantengamos razonables indices financieros y no se vean afectados los resultados, el hecho mas importante gestionado en el año anterior fue la obtención de la certificación ISO 9001-2000.

Ventas.- Durante el año 2008 la empresa reforzó sus canales de ventas y continuó incrementándolos, 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 de manera que se promuevan los productos y servicios que ofrece el establecimiento.

Gracias a las gestiones comerciales realizadas durante el año 2008 se logró incrementar los ingresos, respecto al periodo anterior, en un 16.22%; las estadísticas de ventas se distribuyen de la siguiente manera:

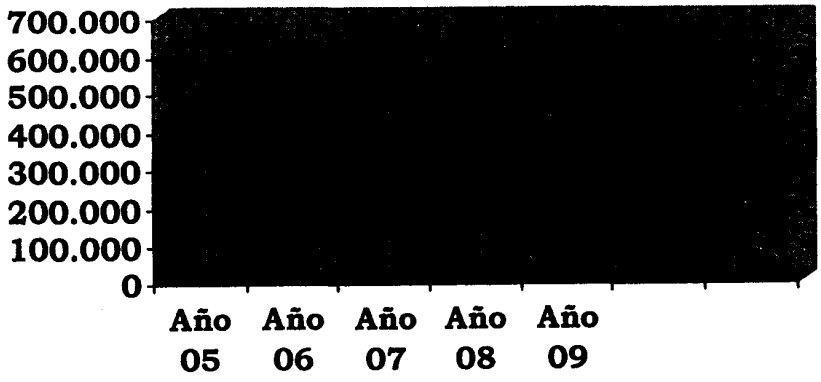
Ingresos por rubros.- La composición de los ingresos de este periodo constituyeron las ventas de los rubros según el siguiente cuadro:



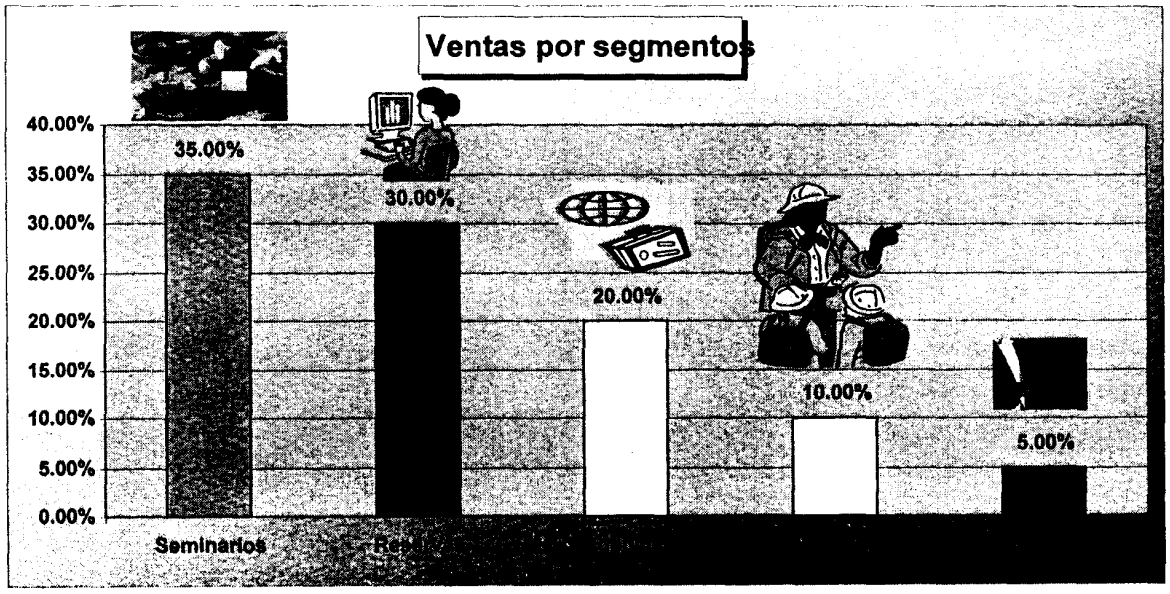
Alimentos y bebidas incluido eventos, fue el de mayor porcentaje de aportación a los ingresos gracias a las gestiones realizadas a nivel corporativo que logró la captación de seminarios, congresos y convenciones, es claramente deducible que siempre los mayores ingresos se encuentran en alimentos y bebidas, sin embargo estamos motivando los programas todo incluido para incrementar la ocupación.

El total de ventas de habitaciones en el año 2008 fue de $ 163.400,75, frente al 2.007 que fue de $ 157.176,24, y de alimento y bebidas incluido eventos en el 2.008 fue de $ 418.759,28 mientras que en el 2.007 fue de 360.144,05, el total de ventas del año 2.008 fue de $ 614.827,10 y el total en el año 2.007 fue de $ 529.039,66. En el cuadro que se presenta a continuación, podemos apreciar la variación en los ultimos 4 años.

ACUMULADOS POR AÑOS



- **Ventas por segmentos.-** El análisis estadístico llevado a lo largo del año 2008 respecto a los segmentos donde se consolidan nuestras ventas es analizado por las ventas que se realizan en los segmentos de seminarios, eventos varios, ventas a través de agencias, ventas a través de reservas y clientes directos o walk ins; gracias a las gestiones realizadas a nivel corporativo, se refleja que las ventas de seminarios comprenden el segmento de mayor contribución a los ingresos.

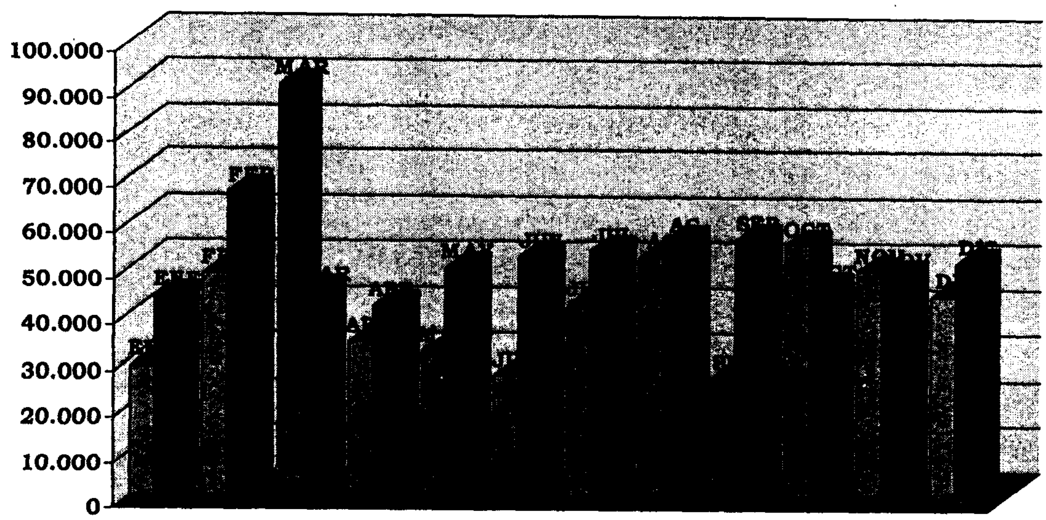


Del estudio de mercado realizado, se desprende que el potencial que existe para fortalecer las ventas por medio de agencias de viajes es muy óptimo, de hecho, el plan estratégico realizado apunta a incrementar las ventas en los segmentos en los que la tendencia no ha crecido, así como, apunta a fortalecer 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 2009,

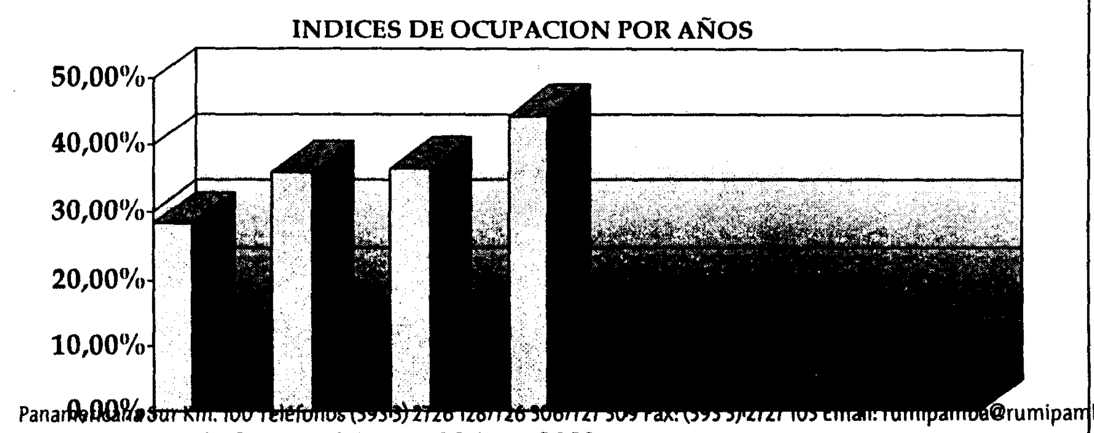
así como, a poner en marcha el plan de mejoramiento continuo que incluye mayores servicios y valores agregados para los walk ins.

Ventas mensuales.- La variación de ventas mensuales mantiene las curvas normales dentro de los parámetros históricos de ventas, según la siguiente tabla.

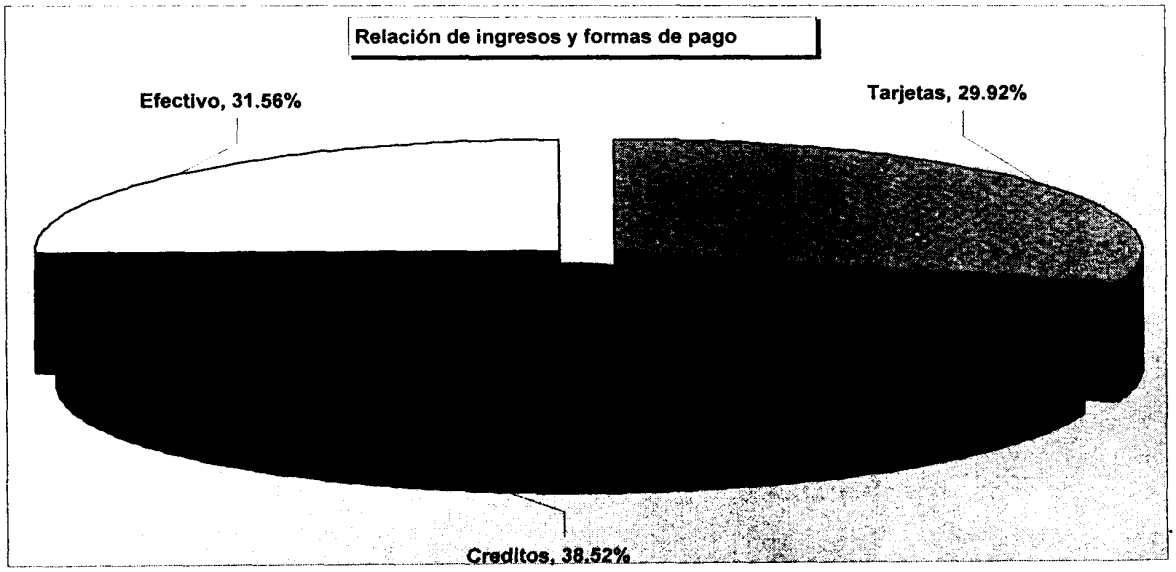
VENTAS POR MESES AÑOS 2.007-2,008



Indices de Ocupacion.- En este cuadro, se ve reflejado el esfuerzo realizado para incrementar la ocupación, el mismo que demuestra su incremento mayor en los ultimos 4 años.



Relación de ingresos y formas de pago.- La relación de ingresos y las formas de pago variaron considerablemente en relación a los años anteriores, esto se debe a los créditos empresariales otorgados por los servicios dados en eventos corporativos, que como se mostró en un cuadro anterior, se incrementaron notablemente lo que incidió en las formas de pago, sin embargo, nuestra cartera es completamente sana.



4.- Tarifas.- Debido a factores externos nuestros precios han tenido que ser ajustados tendiendo a modificar nuestra tarifa promedio, que en resumen, se debe al incremento en ventas de seminarios cuyos costos son inferiores al resto, por cuanto se los vende como un todo incluido, según se muestra en el cuadro siguiente:

VARIACION DE TARIFAS Y PORCENTAJES AÑO A AÑO

	AÑOS				
Dato de análisis	2004	2005	2006	2007	2008
Tarifa / habitación	32,94	36,56	36,27	37,62	33.86
Tarifa / huésped	16,55	17,52	19,54	20,17	20.82
% Ocupación	25,76%	25,77%	35,79%	36.61%	44,54%
% Doble ocupación	140,49%	113,21%	133,16%	104,65%	77,64%

UTILIDADES	-34.256,85	-36.038,00	48.380,22	36.400,00	5.021,60

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, pese a que tenemos previsto y esta pendiente remodelar algunas habitaciones para lo cual estamos haciendo provisiones para el año 2009 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 2.008, en el que se puede resaltar que los gastos administrativos crecieron en el 26.48% respecto al año anterior, esto debido a la politca de incremento de salarios por parte del gobierno, los gastos operacionales crecieron un 13.41% y

los costos de alimentos y bebidas se incrementaron por la constante variación de precios de los productos, teniendo asi que en el año 2.007 los costos fueron del 25.64% y en el año 2.008 del 28,42%, no es una cifra alarmante pero nos da la medida del control interno que existe en el manejo de costos.

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, a Lorena de Alvarez, 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.

RUMIPAMBA DE LAS ROSAS
HOSTERIA
SALCEDO - ECUADOR

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

Atentamente,

JORGE ALVAREZ PALACIO
Gerente General

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
VENTANILLA UNICA EMPRESARIAL
LATACUNGA
29 ABR 2009
Lcda. Sandra Sánchez
ASISTENTE ADMINISTRATIVO