

Quito, 27 de abril de 2020

INFORME PARA LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE HOTEL MASHPI LODGE

Me es grato poner a consideración de los Señores Accionistas el informe del ejercicio económico terminado al 31 de diciembre del año 2019, correspondiente a la gestión de Hotel Mashpi Lodge.

ASPECTOS COMERCIALES

El año 2019 fue un año de consolidación de equipo comercial y de reasignaciones de personal en los canales de venta, dando resultados positivos y logrando alcanzar los objetivos planteados en el presupuesto. Esto, en conjunto con el monitoreo constante de la productividad y la continuidad en las buenas prácticas adquiridas en el 2018, rindieron el fruto que se ve reflejado en las cifras obtenidas. Hay que tener en cuenta que el efecto del cierre de octubre tuvo un impacto estimado de - \$116K en las cifras finales.

Información de Mercado 2019:

Llegadas Internacionales: Para el año 2019, los ingresos de extranjeros no residentes a Ecuador (sin Venezuela), crecieron en un 3.6% frente al 2018 de acuerdo a los datos del Ministerio de Turismo. Sin embargo, los datos proporcionados por el Ministerio de Gobierno reflejan que el principal incremento de arribos se dio a través de la ciudad de Guayaquil con un 9.0%, mientras que los arribos aéreos a Quito crecieron únicamente en un 1.5% con relación al año anterior.

Ventas 2019:

El año 2019 las cifras de presupuesto fueron sobrepasadas, rompiendo la barrera de los 4 millones de USD. El crecimiento fue obtenido en todos los canales comerciales de venta, según indica el cuadro a continuación.

	R-2018	R-2019	Var (USD)	Var%
MT (ETICA)	1,402	1,594	191	13.6%
Agencias Loc+Int	978	1,170	193	19.7%
WOD	1,227	1,451	223	18.2%
Resto (No Com.)	44	74	30	67.2%
TOTAL	3,651	4,288	637	17.4%

Canal Metropolitan Touring: El crecimiento a través de este canal se obtuvo por la adquisición de un nuevo cliente para promoción de extensiones a sus programas de chárteres del Isabela, Orbridge Travel, y el monitoreo del nivel de "penetración" de la oferta del producto en los paquetes que negocia MT con sus clientes. Considerando que todo destino dentro de Ecuador continental se convierte en potencial competencia de Mashpi por la restricción de tiempo de viaje de nuestros pasajeros, las ventajas de visitar Mashpi Lodge versus destinos tradicionales a

través de la clara definición de pilares comerciales, brindan resultados positivos para mantener crecimiento año a año con este canal.

Canal Agencias de Viajes Locales e Internacionales: Durante 2019, se hizo un plan de capacitación a todas las agencias locales con el fin de ampliar el portafolio de clientes. Apalancándonos en los mensajes comerciales de ubicación, expedición y exclusividad, se han tenido excelentes resultados. Con estos mensajes también se ha depurado el contenido en las plataformas de las asociaciones para mejorar la presencia con agencias internacionales.

Canal Directo (Web/OTAs/Directos): El fortalecimiento de un equipo especializado en estrategia digital con crecimiento de posicionamiento orgánico en lugar de posicionamiento basado en campañas pagadas digitales, ha mejorado la calidad de visitantes y contactos capturados por este canal. Se han implementado además tarifas dinámicas en OTAs (Booking, Expedia, entre otros), con el fin de buscar mejorar la ocupación por noche en el hotel.

Ocupación – Tarifa Promedio – RevPAR 2019:

Considerando lo antes mencionado a nivel de canal, los indicadores hoteleros relevantes y su evolución cierran de la siguiente manera:

	R-2018	R-2019	Var (USD)	Var%
Ocupación (Com)	55.0%	57.9%		2.9%
Tarifa Promedio (Com)	749	830	81	10.8%
RevPar	412	481	68	16.6%

Como se puede observar, el crecimiento en ocupación comercial y tarifa promedio, dan como resultado una mejora en RevPar. A pesar de las campañas para incentivo de ventas en el mercado local, las tarifas obtenidas en mercado internacional permiten mantener una tarifa promedio muy buena.

OPERACIONES HOTELERAS

Durante este año, se continua aplicando estrictos procedimientos operacionales en todas las áreas, lo que nos permite ofrecer servicios óptimos y de calidad.

Un cambio importante en la operación del hotel fue la implementación de la nueva modalidad de servicio de transporte entre Quito y Mashpi, a través del contrato de renting con la empresa AVIS para una flota de 4 vehículos con capacidad de hasta 5 pasajeros. Los vehículos cuentan con monitoreo GPS en vivo y protecciones e implementos acoplados a las condiciones de viaje específicas de este recorrido. El nivel de satisfacción de los huéspedes del lodge ha mejorado sustancialmente. En infraestructura se realizaron las siguientes obras.

Mejoras Casa Staff

Se concluyó con las obras de las casa staff, cuidando detalles para el bienestar de los empleados. Ahora cuenta con una sala de capacitación y sala de TV que les permite realizar estas actividades de forma adecuada, adicionalmente se construyó 3 habitaciones para el Gerente de Operaciones, Gerente de Expediciones, y Jefe de Housekeeping; de esta forma se liberan habitaciones del hotel que eran ocupadas para su estancia de manera ocasional y se les otorga la privacidad necesaria.

Mejoramiento Lavandería

Las máquinas caseras ya no tenían la capacidad para atender las necesidades del Lodge por la alta ocupación y estaban ubicadas en el acceso lateral a cocina, sin ventilación alguna. Por esta razón se adecuaron áreas más grandes y funcionales equipándolas con máquinas industriales que nos han permitido trabajar mayor volumen y velocidad, con este cambio eliminó el costo de lavado de lencería por proveedores externos en Quito.



Ampliación del Laboratorio

El laboratorio se convirtió en una de las actividades importantes en el Lodge. Cada vez son más los huéspedes interesados en ver de primera mano, las investigaciones científicas que se llevan a cabo en la reserva. Es así, que en poco tiempo, el laboratorio quedó pequeño, por esa razón se decidió expandir el mismo. Adicionalmente se requería un área seca para la conservación apropiada de la colección de especies que maneja el laboratorio.

Mantenimiento Teleférico

Se cambiaron los trenes de poleas de la torre 1 por trenes auto centrables. Esto evita tensión en el tren y el salto que da la góndola al pasar sobre este, con lo cual se garantiza mayor durabilidad porque se reduce el desgaste de los elementos y se ofrece mayor comodidad. Adicionalmente se cambiaron brazos y mordazas de las 4 góndolas.



Proyecto Mashpi Lab

Con el fin de explorar el potencial comestible del ecosistema del Chocó Andino se creó el Laboratorio de Investigación "MashpiLAB" en asociación con la Fundación

Futuro, de esta forma se ofrece a la comunidad la posibilidad de cosechar ingredientes del bosque y cultivar ingredientes únicos con una propuesta de mercado sostenible. También se busca ofrecer a los huéspedes una experiencia culinaria única que esté conectada con el ecosistema.

RELACIONES PÚBLICAS Y PRENSA

En el año 2019 la gestión se centró en la generación de cobertura de prensa en los mercados más relevantes de Estados Unidos, Inglaterra y Ecuador, dando realce al proyecto carbono neutro y al trabajo científico que se lleva a cabo en el Lodge. La cobertura de prensa para Mashpi Lodge está valorada en 1.500.000.

Durante el 2019, Mashpi Lodge recibió importante cobertura en medios internacionales, incluyendo *Lonely Planet*, *The New York Times*, *The Telegraph*, *Condé Nast Traveller*, *Selling Travel Magazine*, *You & Your Wedding*, *BBC Gardener's World*, entre otros.

En cuanto a premios, en los *World Travel Awards*, Mashpi fue reconocido como el Mejor Eco Lodge de Sudamérica y Mejor Resort/ Spa del Ecuador. Recibió también reconocimientos de varias revistas: Top 5 de Mejores Hoteles de Sudamérica de *Luxury Lifestyle Magazine*, Top 50 de los Mejores Hoteles del Mundo del diario inglés *The Telegraph* y dentro de los Mejores Hoteles de Sudamérica de la revista *Square Mile*. Asimismo, Mashpi Lodge recibió el reconocimiento como *Emerging Leaders* en los premios *World Responsible Tourism Awards*.

GESTIÓN DE CALIDAD & INNOVACIÓN

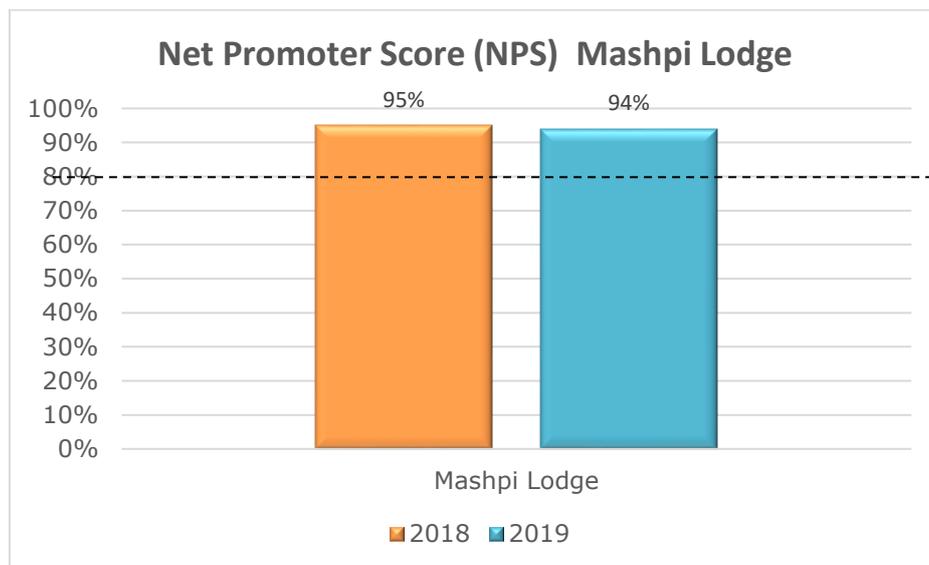
En Mashpi Lodge se realizó la ampliación y remodelación de Mashpi Lab con nuevos implementos científicos, además de que se amplió el número de biólogos residentes y se dio mucho énfasis en la investigación. En línea con nuestra política de sostenibilidad se implementaron dispensadores grandes de productos nacionales biodegradables, todos los materiales de empaquetado ahora son de caña de azúcar. Finalmente se realizó la implementación programa Mashpi Rangers cuyo programa se encuentra enfocado en familias y niños en base a conciencia en el cuidado del bosque.

Se realizaron algunos programas de capacitación para los guías, entre ellos una capacitación profunda de botánica para que tengan mejores herramientas de interpretación. En Mashpi además tuvimos más de una decena de científicos invitados que dictaron conferencias in situ tanto para nuestros huéspedes como para nuestros guías.

Durante el 2019 se creó el departamento de procesos cuya gestión se enfocó en realizar el diseño y estandarización de procesos en las operaciones hoteleras, como resultado de esto se implementaron prácticas estándares en todos los hoteles con el fin de lograr un servicio que cumple con los más altos estándares de calidad y una experiencia memorable para nuestros huéspedes.

A continuación, se muestran los resultados de calidad obtenidos durante el 2019 en Mashpi Lodge. Como se puede ver, estos resultados han sido consistentes en el tiempo y demuestran un grado alto de satisfacción de nuestros huéspedes.

Mashpi cierra el año con un Índice Promotor Neto de 94%



TECNOLOGIA

INFRAESTRUCTURA / COMUNICACIONES

Las siguientes actividades fueron desarrolladas a lo largo del año:

- **Análisis de madurez de seguridad:** se hizo la evaluación del nivel de madurez de la organización para determinar el plan a seguir en este ámbito. Al finalizar el año se tuvo un incremento del 20% y 7% en el sistema de gestión e implementaciones técnicas respectivamente.
- **Mejora de comunicaciones (enlaces de internet y de datos):** se realizó una renegociación con proveedores que logró la optimización de un 50% en internet y 200% en datos con un ahorro de \$617. Se eliminaron las quejas de los huéspedes
- **Renovación de infraestructura:** se hizo la renovación completa de la infraestructura del hotel eliminando las quejas permanentes del servicio de internet y los incidentes del personal.
- **Escaneo y remediación de vulnerabilidades:** se validaron y remediaron vulnerabilidades informáticas de la infraestructura tecnológica.
- **Antivirus regional:** Se implementó una solución estándar y altamente efectiva de antivirus con control centralizado.
- **Renovación de servidores:** Se cambiaron los servidores del hotel y se desarrolló un esquema de backup que redujo la tasa de incidentes.
- **Assessment de ciberseguridad:** se evaluó el nivel de madurez de los componentes de nube que usa la organización en Office 365.
- **Políticas TI:** Se elevó el nivel de gobernanza del sistema de gestión de seguridad de la información con la definición de políticas.

APLICACIONES

- **Implementación del sistema centralizado de facturación electrónica Satcom:** Se centralizó en un solo servidor la facturación electrónica de los 3 hoteles. Se estandarizó el sistema de facturación electrónica con un solo proveedor, lo que permite optimizar costos, mantenimiento e integraciones.
- **Integración ventas de hoteles desde los sistemas Opera y Pixel a JD Edwards:** A partir de la emisión de documentos electrónicos estándar, se

realizó la integración de los 3 hoteles con el sistema financiero JDE. La emisión de los documentos al SRI, y la integración con el sistema financiero es un proceso en línea, automático y estable.

- **Actualización Sistema Hotelero Opera:** Se actualizó los servidores antiguos, se actualizó la base de datos Oracle a 11g. Se implementó el DataGuard que es un sistema de respaldos de información que se utiliza en caso de contingencias, para garantizar la continuidad del servicio. Con la actualización de Opera también se actualizó la interfaz IFC que permite la comunicación con las centrales telefónicas, puntos de venta, cerraduras.
- **Actualización Interface Sistema Hotelero Opera y Sabre (Oxy):** Con la actualización de Opera y la interface Oxy, se recuperó la conexión con Sabre para actualizar el inventario de las habitaciones y con ello se abre la disponibilidad a las reservas a través del internet.

RECURSOS HUMANOS

Durante el año 2019 continuamos orientando nuestro trabajo al fortalecimiento de la Cultura Corporativa y al cuidado del Ambiente Laboral. Este año, a través de la encuesta Delivering Happiness medimos nuestro clima laboral obteniendo una puntuación general de 8.2 que se compone de las siguientes puntuaciones por dimensión de análisis.

	FELICIDAD GENERAL	7.8
	VALORES Y COMPORTAMIENTOS	8.4
	SENSACION DE PROGRESO	7.8
	SENSACION DE CONTROL	8.1
	SENSACION DE CONECTIVIDAD	7.9
	PROPOSITO SUPERIOR	8.9

Adicionalmente por primera vez realizamos la medición del Índice Promotor Neto del Colaborador obteniendo una puntuación de 9.4.

Reforzamos en nuestro personal el compromiso corporativo con la reducción de las emisiones de carbono en nuestras operaciones, creando conciencia a través de lanzamiento de la Campaña de Carbono Neutro.

Hemos trabajado junto a la Fundación Futuro en iniciativas en beneficio de las comunidades cercanas al Lodge; Mashpi, Pacto y Pachijal, con el objetivo de fortalecer la identidad y sentido de pertenencia de nuestros colaboradores que en su mayoría pertenecen a estas comunidades. Durante el 2019 implementamos el programa Huésped de Lujo que consistió en recibir en el Lodge como invitados especiales a personas de la comunidad para que conozcan nuestra operación.

Buscamos generar espacios adecuados para la reunión y esparcimiento de nuestros colaboradores, para esto se habilitó una sala que cuenta con computadoras, televisión, libros y es además un espacio propicio para la reunión y camaradería.

Dotamos de equipamiento completo al comedor de personal para que sea un lugar más acogedor y funcional.

ASPECTOS FINANCIEROS

El año 2019 se unificó el área de Finanzas con la de ETICA, de esta forma se aprovechó sinergias de sistemas y personal, además se consolidaron estrategias corporativas que nos permiten obtener mejores negociaciones con proveedores, clientes, instituciones financieras etc-

El área de Controlling tuvo un cambio de estructura, lo que ha permitido que el control de costos y gastos sea socializado con los responsables de cada rubro logrando que cada uno se empodere de estos valores y sean utilizados de una manera eficiente.

Los costos y gastos de la operación del año 2019 generaron una variación desfavorable neta total (mayor gasto) de un 3% (134 mil USD) sobre el gasto presupuestado, esta variación desfavorable se generó principalmente en:

- Gastos de nómina (82 mil USD) y correspondió a incorporación de nuevas posiciones necesarias por el crecimiento inesperado de la operación, esto consecuentemente trajo crecimiento en horas extras y todo redundó en un mayor gasto de beneficios sociales de ley atados a la variable sueldos y horas extras, adicional en nómina también se tuvo que desvincular a varios colaboradores.
- Gastos mantenimiento teleférico (9 mil USD); ya que a lo largo del 2019 se tuvo que realizar un mantenimiento del sistema, inversión importante necesaria para garantizar su óptimo y seguro funcionamiento, las mismas que no se han realizado desde el inicio de su operación.
- Participación en una feria internacional PURE (12 mil USD); esto no se lo planificó, pero ha sido una buena estrategia comercial para dar a conocer los beneficios de conocer Mashpi.
- Pago de intereses por préstamos contraídos con terceros (38 mil USD), se contempló la premisa de no renovación de estas obligaciones, sin embargo, durante el año 2019 fueron necesarios para fortalecer las operaciones del hotel.

El desfase en gastos, mencionado precedentemente, se justifica de buena manera considerando el sobre cumplimiento en ventas (+2%), de tal forma que la relación gasto sobre ventas pasó de un 96% (gastos menores a los ingresos) a un 92% (gastos menores a los ingresos), relación y tendencia completamente sanas y positivas para la operación.

La recuperación del IVA durante el año 2019 tuvo un éxito del 100%, este hecho generó un ingreso a la caja por 434 mil USD, este proceso lo realiza directamente el hotel sin incurrir en costos adicionales con terceros. Se sigue recibiendo notas de crédito desmaterializadas de parte de la autoridad tributaria.

El informe final de auditoría no tiene salvedades. Una vez presentados estos estados financieros a la Junta de Accionista se procederá al ingreso en los organismos de control (SRI, Súper Intendencia de Compañías, Bolsa de Valores).

A continuación, los resultados de HOTEL MASHPI LODGE:



CIFRAS FINANCIERAS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019

Expresado en miles USD

dic-2018		mil \$	%	dic-2019	
mil \$	%			mil \$	%

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
TOTAL ACTIVOS	9,441	100%	(103) ▼	-1%	9,338	100%
TOTAL PASIVOS	2,261	24%	(384) ▼	-20%	1,877	20%
TOTAL PATRIMONIO	7,180	76%	281 ▲	4%	7,461	80%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	9,441	100%	(103) ▼	-1%	9,338	100%

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES						
VENTAS	4,124	100%	733 ▲	15%	4,857	100%
COSTOS Y GASTOS	(4,005)	-97%	(505) ▲	11%	(4,510)	-93%
IMPUESTO A LA RENTA	(64)	-2%	(17) ▲	21%	(81)	-2%
RESULTADO NETO	55	1%	211 ▲	79%	266	5%

CONCLUSIÓN

Considero que los resultados obtenidos en el 2019 son excelentes. La acertada focalización de todos nuestros esfuerzos hacia el perfeccionamiento del producto en todos sus aspectos y hacia la productividad, dio sus resultados.

Quiero agradecer a todo mi equipo, en especial a Marc, por su trabajo del día a día, por su perseverancia y lealtad. Me siento muy orgullosa y agradecida de trabajar junto a un grupo de personas que demuestran su profundo compromiso con lo que hacen. Esa es la característica que nos ha permitido alcanzar uno a uno nuestros objetivos.

Mi especial agradecimiento para los señores directores y accionistas que han acompañado a la administración en un año de grandes desafíos y sueños.

Paulina Burbano de Lara
Gerente General