

Informe de Gerencia
Enero a Diciembre – Año 2013
O.V. Hotelera Machala S.A.
28 de Marzo del 2014

Señor Presidente, Señores Accionistas, Señores Directores:

En cumplimiento con las disposiciones legales y estatutarias, presento a ustedes el informe de los resultados financieros de O.V. Hotelera Machala S.A. del 2013.

Entorno Mercado de Machala

Durante el año 2013, la actividad comercial en Machala ha mantenido un constante crecimiento, debido a que sus autoridades han creado un ambiente favorable que invita a la inversión local, nacional e internacional.

La percepción de nuestra ciudad ha cambiado en estos últimos años, pasando de ser una ciudad productora de banano y camarón, a ser una ciudad que se está abriendo hacia otras actividades productivas y de servicios como la minería, el petróleo, el comercio y el turismo. Es por este motivo que las necesidades de hospedaje y realización de eventos se han incrementado.

Gracias a los trabajos de remodelación y a la expectativa creada mediante una gran campaña publicitaria en los diferentes medios de comunicación, fuimos capaces de captar la atención de la Sociedad Machaleña y de distintas compañías; quienes supieron responder de excelente manera. Estamos seguros que con una agresiva gestión de ventas podremos conquistar el segmento de Congresos y Convenciones en la Provincia y proyectarnos a nivel nacional como uno de los establecimientos preferidos por las grandes empresas nacionales y multinacionales; ya que en la actualidad contamos con instalaciones de primer orden que compiten a los niveles más altos.

Oro Verde Machala como hotel orgullosamente sigue ocupando el lugar más representativo en la Provincia de El Oro.

Análisis de Llegadas al Aeropuerto de Santa Rosa				
	2013 Llegadas	2012 Llegadas	Diferencia	% Incr.
Enero	2036	1533	503	32,81%
Febrero	2092	1831	261	14,25%
Marzo	2120	1641	479	29,19%
Abril	1812	1866	-54	-2,89%
Mayo	2358	2107	251	11,91%
Junio	2084	1547	537	34,71%
Julio	2175	1610	565	35,09%
Agosto	2114	1831	283	15,46%
Septiembre	2106	1641	465	28,34%
Octubre	2041	1866	175	9,38%
Noviembre	2087	1779	308	17,31%
Diciembre	2114	1712	402	23,48%
TOTAL	25139	20964	4175	19,92%

Las Operaciones de TAME en el aeropuerto internacional de Santa Rosa se han incrementado, a pesar de haber eliminado el vuelo de las 13H45 a partir de Junio.

En la actualidad se oferta dos vuelos diarios, ida y vuelta a la Capital de la República, que van completamente llenos.

La publicidad que tenemos del Hotel tanto en las Salas de Arribo como de Salida, mantiene latente nuestra presencia de marca.

Análisis del Mercado

	Ocupación Promedio		Tarifa Promedio		RevPar	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Ene – Dic						
Hotel Oro Verde	62.90	64.40	99.41	118.14	62.53	76.08
Hillary Resort		38.00		112.00		42.56
Regal	70.00	76.00	52.20	50.00	36.54	38.00
Veuxor	79.00	90.00	56.50	58.30	44.64	52.47
Americano	56.00	63.00	42.20	33.10	23.63	20.85
Total General	66.98%	66.28%	62.58	74.31	41.84	45.99

La ciudad de Machala mantiene la misma oferta en número de camas, no se prevé la construcción de nuevos establecimientos hoteleros; sin embargo, Hotel Veuxor está en proceso de ampliación de habitaciones y cafetería, lo que aumentará la oferta de la ciudad en veinte habitaciones más en este año 2014.

El Hotel Hillary Nature Resort en Arenillas se mantiene con 147 Habitaciones y 260 camas.

Capacidad Alojamiento Principales Hoteles			
Hoteles	Nro. Hab. 2012	Nro. Hab. 2013	Dif.
Oro Verde	65	65	0
Regal	35	35	0
Veuxor	23	23	0
Americano	53	53	0
Royal	48	48	0
Oro Hotel	32	32	0
Rizzo	30	30	0
Hillary	25	147	122
Total General	311	433	122

Nuestra tarifa promedio de \$118.14 es la más alta del mercado local y una de las mejores a nivel país, en segundo lugar le sigue Hillary Resort con \$112.00, el Hotel Veuxor con una tarifa promedio de \$ 58.30 y el Hotel Regal con \$50.00

Si bien es cierto los demás hoteles en Machala son de categoría inferior, algunas empresas buscan reducir gastos por lo que ocupan estos hoteles.

Hemos logrado con una campaña agresiva atraer a varias empresas ofreciendo tarifas especiales y de larga estadía.

Análisis de los Ingresos de Habitaciones 2013

Ingresos y Noches por Segmento 2013				
Segmento	Total US\$	%	Cant. Noches	Tarifa Prom. US\$
Corporativos	731,461	51%	6,333	115.50
Web	216,246	15%	1,983	109.05
Tour & Travel	163,020	11%	1,482	110.00
Walk In	325,956	23%	2,362	138.00
TOTAL	1,436.683	100%	12,155	118.14

Más del 50% de nuestros ingresos de habitaciones son generados por el segmento corporativo; el mismo que está cada vez más reñido por la ardua competencia en precios con hoteles de menor categoría, lo que nos ha llevado a ofrecer una Tarifa Corporativa Especial \$79+22%, \$89+22% y \$99+22% a empresas que nos den al año por lo menos 100 room nights garantizadas, también estamos en los buscadores Web de más prestigio (mediante la presencia de Oro Verde en múltiples motores de reservas) y Tour & Travel por medio de acuerdos con Buenavista, Le Club, Visita Ecuador y otros, además mediante nuestro paquete de fin de semana de \$ 189 + 22% que nos ha dado resultados positivos.

Principales decisiones y acciones del 2013

- La Gerencia General y los Ejecutivos de Ventas mancomunadamente hacen visitas a las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca para conseguir la mayor efectividad posible en la captación y recuperación de clientes.
- Atención personalizada a cuentas tanto nuevas como antiguas, con el fin mantener un vínculo más cercano con nuestros clientes.
- Las nuevas cartas y oferta gastronómica, son parte de las mejoras constantes para fidelizar a nuestra clientela.
- Implementación de un TV LED con Alta Definición en Piano Bar y otro en la Cafetería.
- Ampliar espacio para la realización de eventos en el área de la piscina.
- Culminación de trabajos de remodelación de los salones de eventos el día 01 de Diciembre y su apertura al público el día 02 de Diciembre con una excelente acogida.

- Masiva campaña publicitaria en el mes de Diciembre, ofertando nuestros modernos salones de eventos, promoción en nuestros Restaurantes, Gourmet Deli y Actividades especiales como la Cena de Noche Buena y Celebración de Fin de Año; vía prensa local, mailings y redes sociales.
- El Gerente General como miembro activo de la Cámara de Industrias y Comercio y Club Rotario ha consolidado varias negociaciones de eventos de empresas que habían dejado de utilizar nuestras instalaciones.
- El evento de la Reina Mundial del Banano, a pesar de que estaba designado el Hotel Hillary como sede oficial, se gestionó ante la Prefectura para que se hospeden en nuestro Hotel los últimos seis días de su estadía.
- Se debe mencionar la participación decidida de la Alcaldía de Machala para todos sus eventos y de la Gobernación en reuniones gubernamentales.

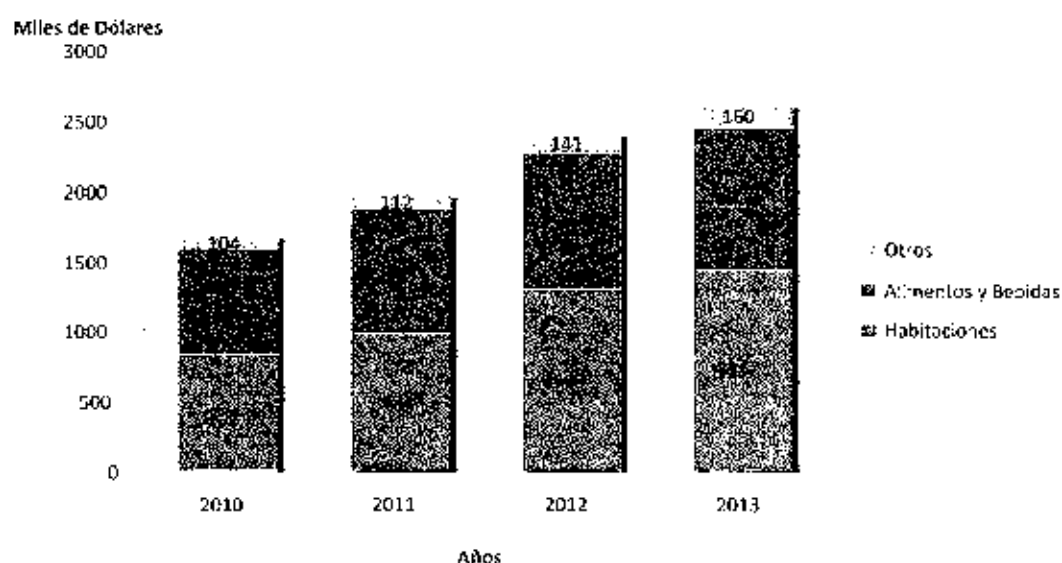
Actividades y Promociones de A&B y Eventos	
Cafetería y Restaurante	Salones / Eventos
Parrillada Buffet Dominical Día del Padre	Buffet Dominical Día de la Madre
Festivales Gastronómicos	Exposición de Arte Maestro Olmedo Quimbita
Buffet Dominical con las Candidatas a Reina Mundial del Banano	Convención Cámara Nacional de Acuicultura
Cena de Noche Buena	Sesión Solemne Municipalidad (Conferencia Magistral Dr. Pastrana)
	Hospedaje y Actividades de la Actual Miss Universo.
	Cena de Solca
	Celebración de Diario El Correo
	Celebración de Fin de Año

Resultados Generales

Resultados en Relación a Presupuesto y Año Anterior (En Miles USD)					
Acum. a Diciembre	2013	Presup. 2013	2012	2013 vs Presup.	2013 vs 2012
Total Ventas	2,604	2,878	2,402	-10%	8%
GOP	772	997	485	-23%	59%
Utilidad antes Impuestos	485	451	404	8%	20%
Utilidad Neta	302	299	399	1%	-24%

- Nuestro GOP se incrementó en relación al año anterior, debido a dos factores importantes, el primero es el crecimiento de las ventas y el segundo es la reducción sustancial de los gastos no distribuidos. En el año 2012 se registró la liquidación del Gerente anterior, y se realizaron fuertes trabajos de mantenimiento en el hotel.
- Pese a superar el año anterior, el GOP presupuestado no fue alcanzado principalmente porque no se llegó a la venta del presupuesto.
- Si bien nuestra utilidad antes de impuestos aumentó con respecto al año pasado, la utilidad neta está por debajo del año 2012 porque este año ya no tuvimos un efecto positivo en el impuesto a la renta por NIIF.

Composición de Ingresos



El incremento en los Ingresos se debe a lo siguiente:

Habitaciones

Gracias a la remodelación de habitaciones, hemos logrado captar un mayor número de clientes. En el segmento corporativo, la oferta de tarifas especiales a sub-segmentos claves como el farmacéutico y bancario, han permitido incrementar nuestras ventas.

Alimentos & Bebidas

Se han logrado superar las ventas, debido a las nuevas propuestas gastronómicas en restaurantes y eventos, las cuales han sido del agrado de nuestra clientela, esto ha permitido incrementar los precios de nuestros productos y servicios, recibiendo por lo tanto más ingresos. Cabe recalcar que a partir de este año el personal de servicio en los eventos se cobra como un rubro adicional.

Otros Ingresos

A más de Petrex (USD\$ 3.5k), se ha logrado arrendar la antigua guardería a la empresa Fyfield Minera (USD\$ 1k).

Análisis de los Ingresos de Habitaciones:

Utilidad Departamento de Habitaciones en US\$ K										
Acumulado a Diciembre	2013	% Rel.	Presup 2013	% Rel.	2013 vs Presup.	% Var.	2012	% Rel.	2013 vs 2012	% Var.
INGRESOS	1,437	100%	1,572	100%	-135	-2%	1,303	100%	134	10%
COSTO										
ALIMENTO	67	5%	0	0%	67	0%	0	3%	67	0
G. PERSONAL	178	12%	185	12%	-7	-4%	157	11%	21	13%
G. DIRECTO	88	6%	105	7%	-17	-16%	92	9%	4	-4%
G. FIJO	99	7%	100	6%	-1	-1%	63	5%	36	57%
TOTAL GASTOS	432	30%	390	25%	42	11%	312	28%	120	38%
Utilidad										
Departamental	615	43%	819	52%	-204	-25%	633	49%	-18	-3%

Principales Indicadores Habitaciones OV Machala					
Acum. Diciembre	2010	2011	2012	2013	2013 vs 2012
% Ocupación	31,90%	44,10%	62,00%	64,40%	4%
Tarifa promedio US\$	109,68	99,84	99,41	118,14	19%
Habitaciones Disponibles	19,760	19,760	17,474	18,874	8%
Habitaciones Ocupadas	6,310	8,711	10,835	12,155	12%
RevPAR US\$	34,99	44,03	61,63	76,08	23%

En el 2013 la cantidad de habitaciones vendidas han aumentado un 4% en comparación al año pasado. Nuestra tarifa promedio creció un 19% lo que nos llevó a superar las ventas del año anterior en habitaciones.

Ingresos de Alimentos y Bebidas

P&G Departamento de Alimentos y Bebidas (Miles USD)										
Acum. Diciembre	2013	% Rel.	Presup 2013	% Rel.	2013 vs Presup.	% Var.	2012	% Rel.	2013 vs 2012	% Var.
Ingresos	1,007	100%	1,174	100%	-167	-14%	957	100%	50	5%
G. A&B	238	24%	291	25%	-53	-18%	340	36%	-102	-30%
G. Personal	727	23%	218	19%	9	4%	175	18%	52	30%
G. Directos	99	10%	135	11%	-36	27%	108	11%	-9	-8%
G. Fijos	29	3%	0	0%	29	0%	0	0%	29	0%
Total Gastos	593	59%	644	55%	-51	-8%	623	65%	-30	-5%
Margen Contribución	505	50%	752	64%	-247	-33%	725	76%	-220	-30%

Ventas A&B por Área (Miles USD)								
Acum. Diciembre	2013	%	Presup. 2013	%	2012	%	2013 vs Presup	2013 vs 2012
Restaurantes	366	36%	361	31%	299	31%	1%	22%
Banquetes	464	46%	584	50%	473	49%	-21%	-2%
FastFood	177	18%	209	18%	168	18%	-15%	5%
Mini Bar	0	0%	20	2%	18	2%	-100%	-100%
Total	1,007		1,174		958		-14%	5%

Las ventas de los restaurantes han tenido un considerable incremento en relación al año anterior. En busca de mejorar los ingresos, así como la calidad en nuestros puntos de ventas de A&B, hemos reestructurado nuestras cartas en aras de conseguir clientes que aprecien una nueva oferta.

Las ventas generadas por Banquetes representan la principal fuente de ingresos de A&B. A pesar de que los salones no generaron ventas en los meses de octubre y noviembre debido a la remodelación de los salones, estuvimos ligeramente por debajo del año anterior.

El Minibar fue eliminado éste año por asuntos operacionales, motivo por el cual en el año 2013 no generó ingresos.

Restaurantes (Miles USD)					
Acum. Diciembre	2013	Mix	2012	Mix	2013 vs 2012
Oro Café	321	88%	251	84%	28%
Lobby Bar	45	12%	48	16%	-6%
Total	366		299		22%

Si bien es cierto que las ventas de restaurantes han logrado un incremento en general, podemos apreciar que Lobby Bar ha disminuido sus ingresos en comparación al periodo anterior. Estamos en la búsqueda de nuevas estrategias para mejorar las ventas.

El 2013 ha sido un año de reencuentro con la sociedad Machaleña. Hemos recuperado su atención y aspiramos consolidar su confianza.

Banquetes y Servicio Domicilio (Miles USD)					
Acum. Diciembre	2013	Mix	2012	Mix	2013 vs 2012
Banquetes/Eventos	464	100%	473	100%	-2%

Los ingresos por eventos han disminuido muy poco en relación al 2012. Nuevamente tenemos que señalar como la principal causa, la paralización por renovaciones de los salones en los meses de Octubre y Noviembre.

FastFood (Miles USD)					
Acum. Diciembre	2013	Mix	2012	Mix	2013 vs 2012
Gourmet Deli	177	100%	168	100%	5%

El Gourmet Deli ha incrementado sus ventas frente al año anterior. Esto se debe a una mejora de la oferta, sin embargo continuamos en la búsqueda de nuevas alternativas.

Entre las principales acciones que se han llevado a cabo, podemos mencionar:

- Variar la oferta de productos cada mes.
- Fidelizar los productos estrella.

- Hacer hincapié en la presentación y decoración de los productos acompañados de la excelencia en el servicio.

Análisis de Gastos y Costos

Análisis de Costos Totales (Miles USD)							
Acum. Diciembre	2013	Mix	Presup. 2013	2012	Mix	2013 vs Presup	2013 vs 2012
Costo Venta	1056	58%	1060	968	51%	0%	9%
Administrativo	376	21%	351	440	23%	7%	-15%
Ventas y RP	62	3%	69	67	4%	-10%	-8%
Mantenimiento	152	8%	184	237	12%	-17%	-36%
Energía y Combustible	184	10%	216	201	11%	-15%	-9%
Total	1,830		1,880	1,913		-3%	-4%

El costo de venta se incrementó en 9% con respecto al año anterior, esto se justifica con lo siguiente:

- Costo de Personal por el incremento del Salario Básico
- Realizamos un incremento a las remuneraciones de ciertos puestos y mandos medios que no se habían realizado, en algunos casos durante varios años.

Los gastos administrativos serán explicados en uno de los siguientes apartados.

Hemos logrado disminuir los gastos de Ventas y RRPP, los mismos que el año anterior se habían incrementado debido a una masiva campaña de publicidad en medios que se realizó para posicionar la imagen del hotel. Hay que tomar en cuenta que en el año 2013, usamos el auspicio de Pacificard que fue de \$10,000

Los gastos generados por mantenimiento fueron muy bien controlados y disminuidos en relación al año anterior.

Los valores de energía y combustibles de la misma forma se han visto disminuidos con respecto al año pasado, debido a que el Factor de Potencia del Hotel estaba desprogramado por lo que se tuvo que arreglar el Banco de Capacitores, con esto logramos prácticamente bajar el consumo de luz que se ve reflejado en el 2013.

Análisis de Costos de Ventas (Miles USD)							
Acum. Diciembre	2013	Mix	Presup. 2013	2012	Mix	VAR vs Presup	VAR vs 2012
Costo Personal	413	39%	411	340	35%	0%	21%
Costos Directos	212	20%	259	270	28%	-18%	-21%
Costo Fijos	128	12%	100	68	7%	28%	88%
Materiales A&B	304	29%	290	290	30%	5%	5%
Total	1,057		1,060	968		0%	9%

Análisis de Costo de Alimentos y Bebidas (Miles USD)					
Acum. Diciembre	2013	Presup. 2013	2012	2013 vs Presup	2013 vs 2012
Ing. Alimentos	853	959	788	-11%	8%
Ing. Bebidas	154	215	169	-28%	-9%
Costo Comestibles (*)	206	254	192	-19%	7%
Costo Bebidas	30	36	31	-17%	-3%
% Alimentos	24%	26%	24%	-9%	-1%
% Bebidas	19%	17%	18%	16%	6%

(*) A este valor se le restan los desayunos incluidos en la tarifa

Los costos de alimentos en comparación al 2012 han tenido un incremento equivalente a 14 mil USD. Este incremento es justificado, va en la misma proporción que las ventas, lo que indica que nuestro costo de alimentos, gracias a los buenos controles sigue siendo bajo e igual que el porcentaje del año 2012. Así mismo va concatenado al mejoramiento en calidad y variedad de nuestra oferta gastronómica.

Los costos de bebidas se mantienen en porcentajes similares que el año anterior, además que estamos reforzando el control con la implementación por parte del departamento de Costos, de realizar inventarios diarios de las bebidas entregadas a los diferentes puntos de venta.

En consecuencia los costos de Alimentos y Bebidas guardan relación con lo presupuestado; y esperamos que con la implementación de controles y la coordinación entre áreas se consigan los objetivos propuestos.

Análisis de Costos Administrativos (Miles USD)							
Acum. Diciembre	2013	Mix	Presup 2013	2012	Mix	2013 vs Presup	2013 vs 2012
Costo de Personal	119	32%	139	115	26%	-14%	3%
Costos Directos	142	38%	192	134	30%	-26%	6%
Gastos Fijos	115	31%	21	191	43%	448%	-40%
Total	376		352	440		7%	-15%

En términos generales podemos apreciar que el costo de administración estuvo muy por debajo del año pasado, pero se incrementó con respecto al presupuesto. Este incremento se explica básicamente en el rubro de gastos fijos de administración.

Estos gastos fijos se han aumentado a causa de:

- 1) Facturación de KPMG por implementación NIIF y Factura de Peritaje por Revalúo de propiedad del Hotel para la aplicación de las NIIF. Todos estos valores no estaban contemplados en el presupuesto del 2013.
- 2) Pagos de bonificación por cumplimiento de Utilidad Operativa 2012 a la Gerencia General en este año.
- 3) Valores de juicios por el Reglamento Interno, que venía de años anteriores.
- 4) Reclasificación de los honorarios de la Gerencia General, de las cuentas de gastos directos a gastos fijos.

Análisis de Flujo de Efectivo

Nuestro flujo de efectivo en la parte de operación superó lo del año pasado pese a que no se cumplieron las ventas del presupuesto, esto debido en parte a la buena gestión en la recuperación de los valores de cartera que se ha realizado en este año.

En cuanto al flujo de inversión los valores principales fueron la remodelación de habitaciones, lobby y pasillos de habitaciones por un total USD\$ 1,317k, adquisición del Software (Opera y Micros) por un total de USD\$ 62k.

Las actividades de financiamiento se encuentran conformadas por el préstamo realizado a favor de Hotel Oro Verde Cuenca por USD\$ 550k y la entrega de dividendos a accionistas por USD\$ 370k, correspondiente al ejercicio 2012.

	2011	2012	2013
FLUJOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE OPERACIÓN			
Flujo neto actividades de operación	447	176	557
FLUJOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE INVERSIÓN			
Flujo neto actividades de inversión	150	-441	-1,379
FLUJOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO			
Flujo neto actividades de Financiamiento	-58	0	-920
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO			
Incremento (disminución) neto en efectivo	539	-265	-1,742
SalDOS al comienzo del año	1,883	2,422	2,157
SALDOS AL FIN DEL AÑO	2,422	2,157	415

Remodelaciones y Reemplazos

En este año se concluyó la remodelación de Habitaciones, Lobby y Front Desk, se instalaron nuevos sistema de alarmas, internet para habitaciones, blackouts, duvets, fundas de almohadas, cobertores, cajas fuertes, instalación de sprinklers, dotación de Equipos de fancoils, y aislamiento de tuberías.

En el mes de Octubre se empezó con la remodelación de nuestros tres salones de eventos Machala, Guayaquil y Quito, la misma que concluyó en Diciembre del presente año.

Préstamo con Cuencaoro, Hotelera Cuenca

Durante el 2013 se otorgaron préstamos a favor de Cuencaoro, Hotelera Cuenca por USD\$ 550k con un interés anual del 6%. Al mes de Diciembre los préstamos registrados son los siguientes:

Fecha	Préstamo	Vencimiento
nov-13	150.000	nov-15
abr-13	200.000	abr-14
jun-13	200.000	jun-14
TOTAL	550.000	

Cuentas por Cobrar

Análisis de Cartera (Miles US\$)				
	díc-12	Mix	díc-13	Mix
Corriente	50	25%	15	10%
30 días	14	7%	75	48%
60 días	91	45%	66	43%
90 días	7	3%	0	0%
120 días	37	18%	0	0%
180 días	3	1%	0	0%
Total Cartera	202	100%	156	100%

Dentro de los clientes que tienen sesenta días se encuentran Grubafal S.A. que es una empresa del actual alcalde donde se está realizando seguimiento en la cobranza, y Schlumberger del Ecuador S.A. que nos debe un total de USD\$ 2,7k, Alcatel adeuda USD\$ 7,9k, Compañía Reina Victoria tiene un valor de USD\$ 2k, Fyfield nos debe USD\$ 10,5k, Petrex USD\$ 3,4k y Procesadora Nacional de Alimentos USD\$ 3k.

Patrimonio

Movimientos de Patrimonio		
	2012	2013
Capital Social	1.072	1.072
Reservas NIIF	6.902	6.941
Utilidades Retenidas	399	302
Total	8.373	8.315

El movimiento más importante en el patrimonio fue el pago de dividendos por USD\$ 400k, correspondiente a las utilidades del ejercicio económico 2012 y reserva facultativa por USD\$ 1k, aprobado por la Junta General de Accionistas en marzo del 2013.

Conclusiones:

Durante el año 2013, hemos trabajado arduamente para alcanzar el presupuesto establecido que lamentablemente no lo logramos, durante este periodo debido a factores internos como remodelación de salones, habitaciones, piscina, etc. y factores externos como regeneración urbana de los sectores y calles aledañas a nuestro Hotel. No obstante tuvimos ventas significativas y mucho mejores que las del año anterior.

Cabe mencionar que la Gerencia General en conjunto con los jefes departamentales están cumpliendo y esforzándose por lograr el éxito en ventas, ofreciendo una excelente atención y buscando en todas las acciones y gestiones el alcanzar las metas propuestas.

Nuestro compromiso cotidiano ha sido velar, controlando los costos y gastos del Hotel.

Los mejores meses del año han sido Enero, Julio y Diciembre respectivamente.

Agradezco a Ustedes, Ing. Juan José Antón Bucaram Presidente del Directorio, Ing. Edmundo Kronfle Antón Director Delegado, Sr. José Barcelona Chedraui Vicepresidente del Directorio y demás Señores miembros del Directorio, por el constante apoyo a la gestión de esta administración, reiterando nuestro compromiso con la Cadena Oro Verde para lograr las metas establecidas.

Atentamente,
HOTEL ORO VERDE



Fernando Pareja Balladares
Gerente General

Machala, marzo del 2014