

Quito, 10 de Abril de 2017

Me es grato presentar a consideración de los Señores Accionistas el informe del ejercicio económico terminado al 31 de diciembre del año 2016, correspondiente a la gestión de ETICA.

INFORME PARA LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE ETICA - EMPRESA TURISTICA INTERNACIONAL

PRINCIPALES ASPECTOS SUSCITADOS DURANTE EL EJERCICIO 2016

ASPECTOS COMERCIALES 2016

El año 2016 presentó varios factores negativos externos que dificultaron la consecución de los objetivos de ventas planteados y que obligaron a revisar las prioridades de oferta por parte de la empresa, en sus diferentes canales, con el fin de privilegiar la rentabilidad vs el volumen de ventas.

Factores Externos relevantes:

Los principales factores externos presentados durante el 2016 fueron:

Alerta del volcán Cotopaxi, a pesar de presentarse en el segundo semestre del 2015, afectó el nivel de reservas para el primer semestre de 2016.

Incremento del precio dólar, el fortalecimiento del valor del dólar alrededor del mundo, afectó la demanda por el destino Ecuador en su conjunto, en especial en Europa, en donde se incrementaron sustancialmente nuestros precios hacia el consumidor final frente a otros destinos turísticos como Centroamérica, México, Europa, entre otros. A pesar que a Inicios de 2015 el EUR presentó niveles de tipo cambio de 1.15 EUR/USD, para finales del año presentó caídas y llegó a topar pisos de 1.05 EUR/USD (-9%).

Brexit, la incertidumbre generada por la propuesta de salida de Reino Unido de la Unión Europea, creó un ambiente de cautela en este mercado y se tradujo en una fuerte caída en su demanda de nuestros productos. Una vez conocido el resultado de la consulta en ese país, la fuerte devaluación inmediata de la Libra Esterlina a Junio/2016, 1 GBP = 1.46 USD a Julio/2016 1 GBP = 1.29 USD (-11%) Incrementó aún más la caída de demanda generando decrecimiento en la venta de todos nuestros productos en ese mercado.

Alerta ZICA, durante el 2016 Ecuador formó parte de los países con presencia de este virus y por ende diferentes países dispararon alertas a sus ciudadanos para tomar las precauciones de viaje. Adicionalmente, el evento de las Olimpiadas celebradas en Brasil colocó en primera plana dicha alerta en todo el mundo, con el obvio impacto negativo en la intención de viaje a nuestro país.

Terremoto en Manabí, este lamentable suceso local generó cierto nivel de cancelaciones de última hora y si bien es cierto como compañía no tenemos operaciones relevantes en la zona, es el destino país, el afectado a nivel general.

Esta serie de factores externos se traducen en el nivel de visitantes extranjeros a nuestros principales destinos. En Quito, la estadística de arribo de pasajeros internacionales cayó de 1.215.331 en 2015 a 1.060.553 en 2016, una caída del 13%. Esto provocó que la industria de oferta turística del continente se vea obligada a revisar sus precios e incrementar ofertas y descuentos para captar el máximo número de turistas que arribaron. En Galápagos el número total de turistas internacionales decreció de 154.304 en 2015 a 149.766 en 2016 (-3%); decrece por segundo año consecutivo ya que en el 2015 presentó un decrecimiento del 4% vs 2014.

Bajo este entorno no favorable para nuestros intereses y objetivos, se tomaron varias directrices comerciales que marcaron las decisiones durante el 2016 y que se ven reflejadas en las cifras finales obtenidas:

- Priorizar la venta de cruceros, minimizando el componente LAND continente.
- Flexibilizar la política de comisiones y descuentos en los canales.
- Incentivar los canales tradicionales: mejor conocimiento de mercados locales.
- No caer en "guerra de precios" por los servicios LAND, sacrificar esas ventas con el fin de colocar nuestros productos propios.
- Enfatizar mensaje comercial basado en los pilares de diferenciación.

En resumen, resultado de ejecutar estas directrices y ajustes las cifras de ventas alcanzadas se detallan a continuación:

- Venta de cruceros presentó un crecimiento de 1.3 millones de USD vs 2015 con 0.5 millones USD por debajo de lo presupuestado.
- Venta de Hoteles propios presentó un decrecimiento de 0.4 millones de USD vs 2015 con 1.0 millones por debajo de presupuesto.
- Servicios LAND un decrecimiento de 1.1 millones de USD vs 2015.

Cabe indicar que de estos dos últimos, el ingreso neto representa un 25% aproximadamente, mientras que de ventas barcos el ingreso es el valor total de la venta.

Ocupación Barcos 2016:

Es importante señalar que en el 2016 se ejecutaron dos diques programados para las embarcaciones Isabela en mayo y La Pinta en diciembre, reduciendo el inventario disponible para la venta comparado con el 2015, año en el se dio el cambio del barco Santa Cruz. Las cifras comparativas de ventas comerciales en barcos, es decir, excluyendo ventas a empleados, prensa, viajes familiarización a los canales se detalla a continuación:

	2015	2016	variación	variación %
Room Nights Disponibles (miles)	62,5	60,7	(1,8)	-2,8%
Ventas Comerciales (millones USD)	27,2	28,5	1,3	4,9%
RevPar (USD/ Habitación disponible)	435,5	470,2	34,7	8,0%
Ocupación %	86,8%	86,4%	-0,4%	
Tarifa Promedio	502	544	42,7	8,5%

Vistas las cifras, se puede señalar que las decisiones de mitigación de impacto permitieron mantener niveles de crecimiento positivos en nuestros barcos a pesar de todas las condiciones externas desfavorables para el destino Ecuador, logrando que la tarifa promedio crezca en un 8,5% y el Revpar en 8%.

Mensaje Comercial "Choose Wisely" 2016:

Durante el 2016, se desarrolló la herramienta denominada "Choose Wisely" dentro de la planificación de posicionamiento y diferenciación de nuestros productos en Galápagos. Esta herramienta está enfocada en focalizar la capacitación de los canales y resaltar los puntos críticos de selección de las diferentes opciones de visita a las Islas Galápagos. Su mayor objetivo es el señalar con hechos las reales ventajas competitivas que tienen nuestros productos frente a la competencia para evitar al

máximo la selección basada en precio. El contar con médico a bordo, actividades simultáneas, reenfocar la exclusividad hacia los puntos de visita son algunos de los puntos resaltados y que tuvieron una muy buena acogida en todos los canales, reforzando con esto su preferencia de selección en buena parte de nuestro portafolio de clientes.

Ventas directas Internet:

Durante el año 2016 las ventas totales (Galápagos y continente) a través de nuestra página Web cerraron en 3.491 millones USD vs 2.947 millones en 2015, es decir, +0.5 millones de crecimiento (+18.4%) pero -0.1 millones por debajo de lo presupuestado. En el 2016, representó el 9.3% de las ventas totales de cruceros.

Ventas LAND (servicios de tierra continentales):

Este producto fue el que sufrió el mayor decrecimiento por los factores antes mencionados, sumado a la decisión interna de "reducir" los paquetes vendidos, sacrificando componentes de visitas en Ecuador continental, con el fin de priorizar la venta de nuestros productos Galápagos por su margen, buscando que el precio final de los paquetes para compradores de los territorios afectados por la devaluación de sus monedas sea óptimo.

Este rubro presentó una fuerte caída, cerrando el año 2016 con un valor de ventas de 8.4 millones USD vs 9.5 millones alcanzados en el 2015. Una vez analizada la situación de la industria en general, la compañía ha iniciado una planificación especial para que esta línea de negocio se ajuste a la realidad de mercado, tanto en precios como en oferta, para retomar los niveles alcanzados en años previos.

ASPECTOS OPERACIONALES

OPERACIONES MARITIMAS:

Durante el año 2016 se desarrollaron las operaciones libres de siniestros, con normalidad y dentro de los costos esperados; se ha mantenido una operación continua cumpliendo el cronograma establecido de operación ininterrumpidamente.

Nos sigue favoreciendo la baja del petróleo con un costo por galón que se mantiene por debajo de los USD 2.

Se ha cumplido al 100% con los requerimientos de mantenimiento y tareas de Dique correspondientes a este año, supervisados y auditados por La sociedad Clasificadora (ABS), así como las inspecciones y cumplimientos estatutarios de las Autoridades Marítimas locales.

SANTA CRUZ II

El barco ha demostrado estar a la altura de las expectativas, se ha ajustado a la operación de manera totalmente satisfactorio, su tripulación modificó sus hábitos a los nuevos espacios y ahora vemos un equipo integrado, compacto y orgulloso de su nuevo lugar de trabajo, sentimiento que se transmite a nuestros huéspedes.

No hemos tenido hechos técnicos operacionales relevantes que reportar, los equipos reemplazados e implementados durante la transformación (Generación y Aire Acondicionado) han trabajado satisfactoriamente.

M/N SANTA CRUZ

Durante todo el año se mantuvo el barco en óptimas condiciones y se atendieron las visitas de varios interesados en adquirirlo. Lastimosamente, no se concretó ninguna oferta.

YATE ISABELA II

En el mes de Mayo realizamos el Dique seco programado, en este período se eliminaron los botes salvavidas ubicados en la cubierta superior, los mismos que fueron reemplazados por balsas salvavidas de acuerdo a las normativas de seguridad. Esta modificación permitió generar un área de visitas para los huéspedes, utilizando espacios que antes era inútiles.

Es importante señalar que los cambios realizados del sistema de propulsión ya no generan la corrosión recurrente, lo cual permite contar con las estructuras internas de todos los tanques en perfecto estado, de tal manera que la sociedad clasificadora ABS, en su reporte de clase, subió de categoría a la condición estructural por el buen estado de la misma. De la misma manera se realizó el mantenimiento general de todas las áreas de huéspedes.

En cuanto a la operación cotidiana el barco ha respondido satisfactoriamente.

YATE LA PINTA

La embarcación operó sin contratíempo, y durante 4 semanas entre los meses de Noviembre-Diciembre se realizó el Dique seco, en el cual se hicieron todas las rutinas de mantenimiento programado: reemplazo de los bocines y cojinetes del sistema de propulsión, Overhaul de uno de los generadores principales, cambios de acero en el casco, tuberías de diferentes medidas, etc.; mantenimiento general del área hotelera, reemplazo de alfombra en pasillos y reemplazo de puertas de vidrio en baños de huéspedes.

Un tema relevante es la novedad que presentó una de las hélices del barco (lado de Estribor) durante la rutina de mantenimiento en Dique, en la cual se pudo detectar, por medio de ensayos no destructivos, una fisura profunda en una de sus aspas. Esta novedad motivó a que la Sociedad Clasificadora nos dé un año de plazo para reemplazar la hélice averiada, por este motivo el barco se ve en la necesidad de ingresar a Dique seco en Diciembre del 2017.

YATE SEA LION

En el mes de abril se realizó el Dique seco correspondiente para cubrir las tareas de mantenimiento que no se pueden realizar a flote y se aprovechó para dar un mantenimiento profundo en las áreas de pasajeros y tripulación.

Entre los trabajos relevantes se encuentran el Overhaul de los dos motores de propulsión, construcción de tanque nuevo para agua dulce, pintura general, entre otros.

No se presentaron eventos operativos negativos que reportar.

OPERACIONES LAND:

El año 2016 tuvo situaciones especiales de orden natural (terremoto, sismos, actividad volcánica, etc.) y socio-político (marchas, paro nacional, etc.) donde se pusieron a prueba los procesos regulares de Operación tanto como los

procedimientos y protocolos de emergencia establecidos para la protección de la operación en tierra y la seguridad de nuestros exploradores.

Durante el terremoto de Abril se activaron los protocolos de emergencia con comités especiales. En el día del terremoto tuvimos 407 personas en servicios land MT. Este acontecimiento, catalogado como Emergencia Nacional, generó algunos cambios en la *operación turística* los cuales se llevaron a cabo buscando minimizar los efectos negativos en el viaje de nuestros exploradores; al mismo tiempo se pudo apoyar con la coordinación de transporte semanal de víveres y personal médico desde Quito y Guayaquil a las zonas afectadas.

Las réplicas sísmicas se sobrellevaron de manera controlada gracias al entrenamiento del *personal operativo en campo* como al establecimiento de procedimientos logísticos de emergencia con enfoque en dar seguridad al viajero MT.

Así mismo, se mantuvo por varios meses la alerta amarilla de actividad del volcán Cotopaxi al igual que la alerta naranja de actividad del Volcán Tungurahua en el tercer trimestre. De la misma forma, estos eventos naturales pusieron a prueba los planes emergentes de operación donde se priorizó la seguridad de los viajeros y de nuestro personal, sin afectar la experiencia de los exploradores en su visita.

Se continuó con una *gestión de calidad enfocada a las dimensiones* específicas del servicio, se implementó una herramienta de encuestas electrónicas que se pueden trabajar off-line por medio de una aplicación móvil que incluso permite que el viajero realice su encuesta en su propio dispositivo móvil, generando mayor volumen de respuestas y mayor certeza de la información procesada. El proyecto de Calidad Land se amplió a un sistema de administración de calidad total, para lo que se generaron indicadores que miden los niveles de calidad en los diferentes ámbitos.

Los resultados generales de Calidad de satisfacción del cliente son los siguientes:

	PROMEDIO ANUAL 2016
GUIANZA LAND	9.83
TRANSPORTE	9.56
ALOJAMIENTO	9.34
A&B	9.24
COORDINACIÓN DEL PROGRAMA	9.77
SITIOS VISITADOS	9.58
EXPERIENCIA GENERADA	9.69
OVERALL EXPERIENCE	9.67

* Fuentes: Incident Manager, Quality Survey.

MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS

En el año 2016 la gestión del área de mercadeo y relaciones públicas se concentró en el refuerzo de la promoción del Santa Cruz II como el nuevo y más moderno barco de Galápagos y en el Hotel FINCH BAY remodelado y con una oferta más flexible.

En términos de Relaciones Públicas, 2016 fue un año de excelentes resultados. Se alcanzó una cobertura de prensa escrita valorada en 5 Millones USD; obteniendo 330 publicaciones de nuestros productos en medios especializados, siendo el 90% en

medios enfocados en el consumidor final. Se logró la visita al país de 72 periodistas en 42 viajes de prensa.

Entre las publicaciones de nuestros productos, en los Top 5 medios de cada mercado tenemos:

- USA: NY Post, New York Times, Forbes.com, TravelandLeisure.com y Departures.
- UK: Telegraph Ultra Travel, School House, Dally Telegraph, Good Housekeeping, Harrods Magazine.
- ALEMANIA: Lonely Planet, Geo Saison, Artundreise, Berliner MorgenPost, Segeberger Zeitung.

De la misma forma, se obtuvieron varios reconocimientos a nivel internacional, entre estos: Roque Sevilla ganó el premio *PURE AWARDS* en la categoría *CONTRIBUTION TO EXPERIENTIAL TRAVEL*.

Nuestras propiedades fueron también reconocidas por *World Travel Awards*, en las siguientes categorías: Finch Bay "South America's Leading Green Hotel 2016" por quinto año consecutivo y "World's Leading Green Hotel 2016" por tercera ocasión.

GESTIÓN DE LA CALIDAD

Durante el 2016 se obtuvieron muy buenos resultados en los índices de satisfacción y calidad de nuestros huéspedes; inclusive se logró mejorar en un punto el nivel de satisfacción frente al año pasado.

El resultado de satisfacción de la "Experiencia General", que mide expedición, confort de los barcos y sus instalaciones y hotelería, fue de 9,5 sobre 10 en todos y cada uno de los barcos y de 9,6 en el hotel Finch Bay Galápagos Hotel.

Durante el 2016 y por primer año, calculamos el índice de recomendación con fabulosos resultados: Santa Cruz II 99%, La Pinta 98,7% Isabela 99% y FBH 99% de huéspedes que nos recomendarían.

Entre los proyectos relevantes, se cambió la imagen del FBH con nueva decoración y se obtuvo la certificación de Unique Lodges of the World de National Geographic.

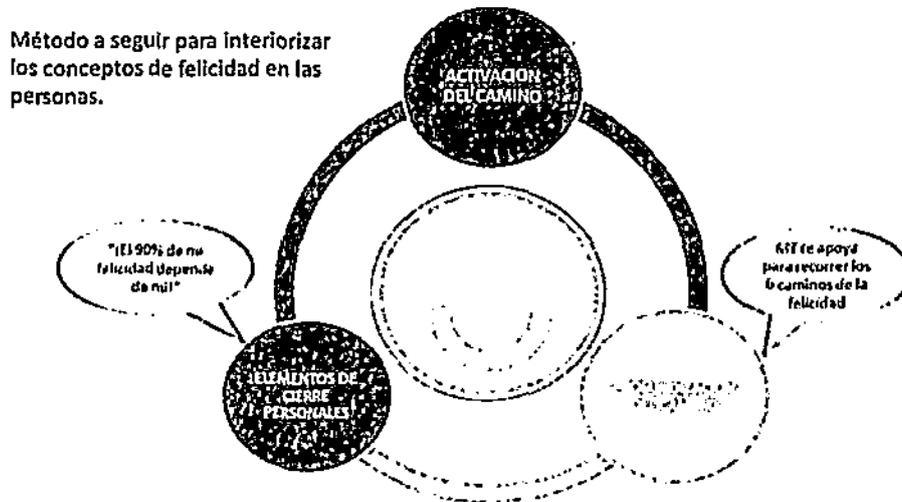
Continuamos avanzando con los procesos de mejoramiento de estándares de calidad a través de asesorías como el *cliente fantasma* y trabajamos en asesoría en bares en todos nuestros productos.

Una de nuestras innovaciones más importantes del 2016 con muy buenos resultados fue la incorporación de un fotógrafo permanente a bordo del SC II. Por otro lado, hemos *cumplido con un calendario de capacitaciones* en distintas materias (biología, ornitología, darwinismo, etc.) para nuestro equipo de naturalistas. Se hizo además un entrenamiento profundo sobre observación de estrellas y se mejoraron los equipos para este evento de la noche. Hoy, esta charla es uno de nuestros productos más "aplaudidos" de expedición. Por otro lado, hemos mejorado y renovado los equipos de interpretación.

RECURSOS HUMANOS

Durante el año 2016 se consolidó de manera importante la Filosofía Happiness, la misma que ha pasado a formar parte de la cultura corporativa, con una recepción muy positiva por parte de nuestros colaboradores.

Para lograr este objetivo utilizamos un enfoque metodológico que se muestra en el gráfico siguiente:



Invitamos al personal a recorrer los seis caminos de la felicidad trabajando en un camino cada mes. Esto se hizo en forma consecutiva desde Marzo a Agosto para culminar en Septiembre con la medición de Happiness.

Los resultados obtenidos reflejaron una mejora consistente en el índice de la Felicidad ya que hubo crecimiento en todas las dimensiones evaluadas por la encuesta tal como se muestra a continuación:

RESULTADOS GENERALES

2015

85% tasa de respuesta

Recursos personales	Sistema de organización	Funcionamiento en el trabajo	Experiencia de trabajo
(6.1)	(5.0)	5.6	6.1

2016

93% tasa de respuesta

Recursos personales	Sistema de organización	Funcionamiento en el trabajo	Experiencia de trabajo
(6.5)	(6.4)	(6.0)	7.0

Se dió también continuidad al programa de inglés "Be My Guest" para el personal de nuestras embarcaciones. Los resultados obtenidos son muy positivos y se reflejan en los índices de satisfacción de nuestros clientes y también en la satisfacción de nuestros colaboradores que buscan superarse día a día y lo hacen a través de este programa con el apoyo de la Compañía.

Buscamos facilitar el acceso a la información de Recursos Humanos para todo el personal. En el mes de Marzo lanzamos "Metro in" nuestra Intranet que pone a

disposición del personal toda la información de interés relacionada con RRHH. Las personas pueden encontrar su descriptivo de cargo, su organigrama, sus niveles de reporte. Adicionalmente con la Intranet hemos podido automatizar algunos procesos.

TECNOLOGÍA

Con el fin de mejorar el servicio de internet a bordo de las embarcaciones, se contrató un nuevo proveedor de servicios de Internet "Marlink" con un mejor ancho de banda. Además se instalaron nuevas antenas satelitales en el Yate Isabela y Yate La Pinta las cuales permitirá en un futuro acoplarse a nuevas tecnologías de servicios de Internet. En el Yate Isabela se instaló nuevo cableado estructurado basado en las normas náuticas logrando tener una nueva red LAN de alta velocidad al igual que una nueva central telefónica IP la cual permite interconectar la embarcación con la oficina matriz. También se amplió la red WIFI para de esta forma cubrir todas las áreas sociales de la embarcación. En las tres embarcaciones se instalaron dispositivos automáticos de almacenamiento de alta capacidad permitiendo obtener respaldos de todos los usuarios, aplicaciones y la infraestructura (servidores, bases de datos).

Así mismo, en las oficinas de Puerto Ayora se instaló una nueva central telefónica IP para realizar llamadas hacia Quito y Guayaquil sin generar costos. Con el fin de tener un sitio alterno en caso de algún desastre, se remodeló el Datacenter de Guayaquil con nuevo equipamiento: rack, UPS y servidor de respaldos.

BUSINESS INTELLIGENT

El área de BI logró consolidar la información de ventas y ocupación del hotel Finch Bay y abordaje de los barcos se modificó el sistema a fin de registrar todos los consumos operacionales, las gratuidades, cocteles de bienvenida, consumos de grupos, para un mejor análisis. Durante el 2016 se trabajó en la re implementación del sistema de mantenimiento de los barcos, SISMAC, con el objetivo principal de facilitar la gestión de inventarios de máquinas a bordo (existencias, pedidos y descargos). Estamos en fase de prueba con el Santa Cruz II mientras que se están terminando la configuración del sistema en los otros dos barcos. También se actualizó la versión de nuestro ERP JdEdwards asegurando su vigencia y óptima operación.

CONTROLLING

Durante este año se mantuvo un adecuado control del presupuesto con la participación activa de todos los directores y jefes departamentales logrando mantener los márgenes planificados para el año. El proceso de elaboración de presupuesto y control de su ejecución fue muy participativo logrando un empoderamiento de todos los responsables.

RESULTADOS FINANCIEROS

En el año 2016 consolidamos operaciones con Banco Bolivariano por las facilidades tecnológicas y el trato personalizado que ofrece la banca corporativa a sus clientes, así como el mejoramiento de tasas y plazos obtenidos durante el año

En el primer trimestre obtuvimos en febrero un préstamo de este banco por un valor de US\$1'000.000 con un plazo de 6 meses a una tasa de 8.83% para capital de trabajo en preparación al dique.

En el último trimestre, aprovechando la liquidez que presentó la banca privada se analizó el beneficio del reemplazo de deudas para mejorar el flujo de caja de la compañía y se aprobó la obtención de un préstamo del Banco Bolivariano por USD 3 millones con una tasa de 8.25% a 5 años con pagos trimestrales. Con este monto

se cancelaron todas la deudas que ETICA mantenía con el Banco del Pacífico. Como garantía de esta operación se hipotecó el Hotel Finch Bay.

Es importante mencionar, que en el tercer trimestre del año se terminó de pagar la deuda por la compra del Barco Santa Cruz II a la empresa Transportes Marítimos Mare Australis y se canceló la carta de crédito stand-by por USD 1.5 millones que se mantenía abierta con Produbanco.

En referencia a la Emisión de Obligaciones de ETICA, durante 2016 la calificadora de riesgos ICRE del Ecuador, mejoró nuestra calificación a "AAA-" basados en el siguiente criterio " La empresa ha cumplido oportunamente con el pago de sus obligaciones y se evidencia un crecimiento sostenido en el volumen de ventas y una gestión eficiente del costos de ventas el cual refleja decremento durante el análisis y las garantías y resguardos determinados en la estructura presentan un cumplimiento adecuado".

En el aspecto societario en el año 2016 se liquidó la compañía Metropolitan Touring International mediante procesos de strike off. Mientras que para las compañías EQUITUR, Metrocorp International y Galacargo nos han solicitado más documentos y el proceso de liquidación finalizará en el 2017. Por otro lado, se realizó la compra-venta de acciones que Metropolitan Touring International tenía en ETICA, pasando a ser Acciones en Tesorería; con esto se logró que ETICA no tenga inversiones en paraísos fiscales.

En el aspecto tributario podemos mencionar:

En marzo 2014 fuimos notificados con un Acta de Determinación por Recurso de Revisión del IVA devuelto desde Julio del año 2004 hasta Febrero del año 2009, donde el SRI indicó que cometieron un error y nos devolvieron en exceso el valor de \$ 3.2 millones (a la fecha con intereses suma un valor de \$ 7.4 millones). En abril 2014 impugnamos ante la sala 1 de Guayaquil argumentando falta de motivación en el proceso, el informe dio un primer fallo a favor de ETICA pero en la instancia de casación el fallo fue a favor del SRI. Al momento se ha presentado una Acción Extraordinaria de Protección ante la Corte Constitucional en contra de la sentencia emitida el 30 de octubre de 2015, la misma que fue admitida el 12 de enero de 2016, a la fecha aún no existe una sentencia de la misma, pero las posibilidades de una sentencia favorable son muy altas.

Los hechos contables relevantes a mencionar son:

Durante el 2016, se negoció la venta del Santa I con varios compradores sin llegar a ningún acuerdo. Las ofertas recibidas, que no llegaron a efectivizarse, demostraron que el valor más alto de venta podría llegar a los 800.000 dólares, según las tendencias del mercado. Basándonos en ésta apreciación tuvimos que aplicar un deterioro de USD 1.7 millones. Dejando el valor en libros de la embarcación a un valor razonable.

En referencia a las acciones que mantiene ETICA sobre Galacargo al cierre del 2015 quedó un saldo por castigar como Deterioro por \$ 202.232.37, valor que fue registrado en el 2016.

A continuación los resultados de la compañía ETICA y aquellas relacionadas a la gestión de esta.

CIFRAS FINANCIERAS			
Al 31 de Diciembre del 2016			
	ETICA	INDEFATIGABLE	INTERLAGO
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA			
Activos	57,006,150	8,846,934	11,803,515
Pasivos	35,871,126	1,833,630	540,215
Patrimonio	21,135,024	7,013,304	11,263,300
Total Pasivo + Patrimonio	57,006,150	8,846,934	11,803,515
ESTADO DE RESULTADOS			
Ingreso	53,198,781	4,682,880	2,553,944
Costo	38,417,430	2,850,083	1,721,708
Gasto	12,458,720	913,292	258,746
Utilidad antes de Impuestos	2,322,631	919,505	573,490
Resultado antes IR y Participación empleados	2,322,631	919,505	573,490
Participación Empleados	348,395	137,926	0
Impuesto a la renta	419,192	195,949	146,481
Utilidad Neta	1,555,044	585,630	427,009

LOGÍSTICA Y ABASTECIMIENTO

En el año 2016 el área de Logística se enfocó en el mejoramiento de los procesos de las tres áreas estratégicas de la cadena de abastecimiento: Inventarios, Compras y Logística.

En el área de inventarios, el principal logro fue el mayor control en compras y análisis de existencias. Esto permitió una reducción del 31% del inventario en relación al 2015. Además se implementó el sistema de código de barras para los artículos que se venden a través de los bares y boutiques en las tres embarcaciones.

En el área de compras se logró minimizar el impacto de las salvaguardias, ampliado hasta mediados del 2017, implementando inventarios bimensuales logrando un mejor control de stocks de víveres a bordo e incorporando procesos de análisis de uso e información histórica de insumos, enseres y equipos de expedición. Durante el año 2016 se realizaron compras por 6.4 millones de dólares, un 17% inferior al 2015.

A finales de año se incorporaron 2 barcos adicionales al servicio de compras y abastecimiento que brinda la compañía a terceros: el Xploration, con capacidad para 16 pasajeros y el Xperience con capacidad para 48 pasajeros; los dos barcos de propiedad de Ocean Adventures.

En el área de logística, tuvimos grandes problemas de incumplimiento de itinerarios por parte de las compañías de transporte de carga marítima a Galápagos. Sin embargo, una adecuada planificación de envíos nos permitió mantener el abastecimiento normal hacia nuestras operaciones y las de los clientes terceros.

OTROS TEMAS RELEVANTES

CONTRATO DE ADMINISTRACIÓN EMBARCACIONES DE TERCEROS

Durante el 2016 se continuó con la provisión de servicios de administración y dotación de suministros para las dos embarcaciones de *Navilusal* y de compra y despacho de alimentos para *Celebrity*. Las dos operaciones fueron manejadas con excelencia y los contratos se mantendrán vigentes, lo cual significa un ingreso para la compañía de aproximadamente 1,3 millones anuales.

GESTIÓN GASTRONÓMICA

SANTA CRUZ II

A inicios del año 2016 arrancamos con la reestructuración del equipo de trabajo, reorganizando la cocina del barco e implementando la figura de chef ejecutivo y Sous chef al mando de las operaciones de A&B.

Se replantearon los procesos durante un período de 6 meses, donde nos enfocamos en dar un cambio integral a todos los servicios de alimentación del barco.

FINCH BAY HOTEL

Se desarrollaron nuevas opciones en las cartas del restaurante para aumentar la variedad de opciones y ofertas de alimentos. Se implementaron cambios en el diseño y montaje con nueva vajilla, desarrollando un proyecto de mejoramiento en cocina que potenció la operación con equipo y menaje nuevo de cocina.

A inicios de año se activó un plan para optimizar el gasto mensual del restaurante con un trabajo en equipo donde se lograron optimizaciones importantes en la operación.

ISABELA Y LA PINTA

Se realizó la modificación estructural de cocinas y restaurante de ambos barcos, logrando avances significativos en el funcionamiento de las operaciones. Se trabajó en los diques el cambio integral de equipos, batería y menaje de cocina para el *Isabela II*; y la remodelación de la estructura buffet en *La Pinta*.

Cambio integral de la vajilla y cubertería de las dos embarcaciones.

Los menús se están trabajando de manera continua, manteniendo los estándares de calidad.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

A través del programa de cruceros educativos la Fundación Galápagos Ecuador mantiene el compromiso de ofrecer una oportunidad para conocer el entorno natural y sus frágiles ecosistemas de las Islas Galápagos para la comunidad de Galápagos principalmente enfocados en la comunidad educativa.

Se ha favorecido como en años anteriores a aquellos estudiantes que se han destacado en su aprovechamiento académico y en otras actividades extra escolares como deporte, ciencias, cultura. Durante el 2016 fueron beneficiados 78 personas con el programa de cruceros incentivo de Fundación Galápagos y Metropolitán Touring abordando de la M/N *Santa Cruz II* y *Y/Isabela II*.

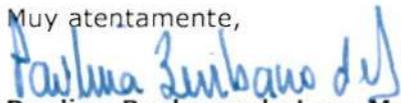
El Finch Bay Galápagos Hotel reforzó sus buenas practicas sustentables con el proyecto "Chakrita", nuestro huerto orgánico el cual ha sido parte fundamental para el desarrollo de nuevos proyectos similares en las Islas Galápagos

CONCLUSION

Estimados señores accionistas, considero que la gestión realizada por ETICA durante el año 2016 ha sido exitosa y refleja la excelencia lograda por la empresa tras los 15 años de trabajo desde su adquisición y fundamentada en las sólidas bases de atención al cliente ya presentes en la compañía en ese entonces.

Les agradezco por su apoyo y confianza durante el año y elevo mi profundo reconocimiento a todo el equipo que me acompaña cada día en el desafío de mantener a Metropolitan Touring en el sitio de excelencia que le corresponde.

Muy atentamente,



Paulina Burbano de Lara Moncayo
Presidente Ejecutiva