

**SOCIEDAD HOTELERA COTOPAXI S.A.
COPAXI**

INFORME DE GERENCIA

A

31 DE DICIEMBRE DEL 2009

INFORME DE GERENCIA A 31 DE DICIEMBRE DEL 2009.

**Señores Accionistas.
SOCIEDAD HOTELERA COTOPAXI S.A. COPAXI
Ciudad.**



En cumplimiento a las normas y a los estatutos de la compañía, me permito presentar a la Junta General de Accionistas el informe de labores correspondiente al ejercicio económico del 1 enero al 31 diciembre 2009.

Crisis Mundial, Situación del Ecuador y de Latinoamérica.

El año 2009 fue un año de crisis mundial a la que Ecuador no fue ajeno y que tuvo repercusiones muy graves para la economía especialmente durante el primer semestre del año. El primer semestre del año 2009 fue, sin duda, un semestre complejo. Por un lado el país, como el resto del mundo, debió asumir las consecuencias de una crisis global forjada en los centros, al tiempo que continuaba arrastrando una serie de problemas propios -no sólo estructurales- de su situación de país emergente. Y todo esto en medio de varias incertidumbres derivadas de un proceso de cambios en diversos ámbitos, que han sacudido algunas estructuras sociales y políticas internas.

La crisis, por lo demás, no puede ser leída simplemente analizando la evolución de los precios del crudo. Hay otras variables preocupantes relacionadas con los insostenibles desequilibrios de balanza de pagos que efectivamente tienen capacidad de desestabilizar el país, más aún bajo el régimen de dolarización.

Analizando los principales factores que afectaron la ocupación en la industria Hotelera durante el año 2009 se resumen en:

- Crisis económica mundial generada en USA debido principalmente al desplome de los valores de la propiedad Raíz.
- La imposición del pasado judicial Apostillado para los Colombianos desmotivaron los viajes desde este país especialmente los dos primeros meses del año debido a la falta de conocimiento de este requisito y la dificultad de tramitarlo
- La imposición de topes a las importaciones con respecto al año inmediatamente anterior hizo que las empresas que en alguna parte de su proceso productivo dependían de las importaciones fueran cautas durante este primer semestre en sus proyecciones y presupuestos de gastos.
- La pandemia de la gripe AH1N1 que afectó principalmente los meses de Mayo y Junio cuando se detectaron los primeros casos de la gripe en el Ecuador.
- La imposición de la salvaguardía cambiaria a los productos provenientes de Colombia (principal socio comercial del Ecuador).
- La crisis energética que afrontó el país a finales del año, debido a la falta de lluvias a consecuencia del fenómeno del "el niño", y que produjo grandes pérdidas en la productividad del país.

A handwritten signature in black ink, consisting of several vertical strokes and a horizontal line at the bottom, located in the bottom right corner of the page.

Sin tener aún datos estadísticos definitivos por parte de los Bancos centrales y otras entidades gubernamentales de América Latina, la economista Chilena Joyce Ginatta hace el siguiente análisis para los años 2009 y 2010 basada en los datos estadísticos la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en su informe "Balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe 2009" y que me permito compartir:

"La economía de América Latina y el Caribe se contraerá un 1,8 por ciento en 2009, inferior al 2,2% que vivirá el mundo, y cerrará así un ciclo de seis años consecutivos de expansión, pero la región se recuperará más rápido de lo previsto y crecerá un 4,1 por ciento en 2010, informó la CEPAL. En su "Balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe 2009", la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) destacó que la contracción en 2009 será menor al 1,9 por ciento previsto en julio.

Sin embargo, esa cifra está muy lejos de la expansión del 1,9 que la CEPAL vaticinó para la región en su informe del año pasado, dado que "la caída en 2009 fue mucho más fuerte de lo esperado", dijo su secretaria ejecutiva, la mexicana Alicia Bárcena.

La contracción económica supondrá un retroceso del PIB por habitante de alrededor del 2,9%, mientras que el desempleo se situará en el 8,3%, cifra inferior al 9% que se pronosticó a principios de año.

Las mayores caídas del Producto Interno Bruto (PIB) corresponderán a México (-6,7%) y a algunos países de Centroamérica y el Caribe, en especial en Honduras (-3,0%), El Salvador (-2,5%), Nicaragua (-1,5%), Costa Rica (-1,2%) y Guatemala (-0,1%). Será precisamente el Caribe la zona que sufrirá la mayor contracción este año, con un descenso estimado del 2,1 por ciento, mientras que los nueve países centroamericanos crecerán en conjunto un 0,3% y los diez Estados sudamericanos lo harán un leve 0,1%.

Dentro de América del Sur, se proyectan tasas positivas en Bolivia (3,5%), Uruguay (1,2%), Perú (0,8%), Argentina (0,7%), Brasil (0,3%) y Colombia (0,3%), mientras que en el terreno negativo se sitúan Chile (-1,8%), Ecuador (-0,4%), Paraguay (-3,5%) y Venezuela (-2,3%).

La caída del 1,8% del conjunto de la economía latinoamericana en 2009 es inferior a la contracción del 2,2% que vivirá el mundo y al 3,6% que experimentarán los países desarrollados, de acuerdo a los datos del organismo regional.

Según la CEPAL, la región vivió entre 2002 y 2008 una etapa de crecimiento que le permitió alcanzar superávit en las cuentas externas y mejorar sus finanzas públicas, por lo que pudo enfrentar mejor preparada esta crisis, la más fuerte de los últimos 70 años.

De acuerdo al informe, hay signos que señalan que lo peor de la crisis habría quedado atrás y que la región comenzará a recuperarse el próximo año, cuando se estima que su PIB aumentará un 4,1%. El próximo año la reactivación será más notoria en América del Sur y Centroamérica (excluido México), que alcanzarán tasas de crecimiento del 4,7 y del 3,0%, respectivamente, mientras en el Caribe el repunte será menor, del 1,8%.

Según el reporte, Brasil, con una expansión del 5,5%, encabezará la lista de países que más crecerán, seguidos de Perú y Uruguay, ambos con un 5,0%, mientras Bolivia, Chile y Panamá lo harán a un ritmo del 4,5% y México a uno de 3,5%. Para Argentina y Surinam, se



prevé un crecimiento del 4,0%, en tanto que Costa Rica y República Dominicana se expandirán un 3,5%, y Colombia lo hará un 2,5%. En relación al desempleo, el próximo año bajará hasta el 8%, según la CEPAL, que en esta ocasión no ha hecho una previsión de la inflación, dado que el aumento de los precios "no es una prioridad en este momento", argumentó Bárcena. "

El Hotel Radisson Royal Quito en el 2009

Año en que la principal estrategia del hotel se concentró en recuperar la participación en el mercado en cuanto al número de noches que se había perdido desde al año 2006. A pesar de ser este 2009 un año muy difícil para los negocios y para la hotelería en particular el balance al final del año para el Hotel Radisson Royal de Quito es positivo al lograrse el propósito de nivelarse nuevamente con la ocupación de la ciudad y ser el hotel de Quito con menor baja en el RevPar.

Vamos a tratar de resumir los puntos más importantes y por áreas específicas, que enmarcaron nuestra operación en el 2009:

1. **Producto:** En cuanto a mejoras en el producto ofrecido a nuestros huéspedes y clientes el hotel realizó los siguientes cambios desde comienzos del 2009:
 - Habitaciones.
 - Televisores LCD de 32" línea 4 de Samsung.
 - Armadores.
 - Radio reloj con base para i-pod.
 - Planta Telefónica.
 - Teléfonos inalámbricos.
 - Planchas y planchadores.
 - Duvets y cover duvets importados.
 - 2 Habitaciones modelo para futura remodelación del hotel.
 - Pintura de Habitaciones.
 - Alimentos y bebidas.
 - Mejoras significativas en la variedad del desayuno.
 - Cambio de carta restaurante.
 - Cambio de carta room service.
 - Carta nueva de postres y cafés.
 - Pintura y mejoras en el bar. LCD de 52" y 46"
 - Tardes Radisson para nuestros huéspedes (licores y pasabocas de cortesía).
 - Mantenimiento y remodelación de salones Galápagos y Cayambe
 - Áreas públicas.
 - Internet Wi-Fi sin costo desde las habitaciones.
 - Remodelación de la sala de masajes.
 - Pintura Lobby



2. **Tarifa Promedio:** Nuestra estrategia desde principios del 2007, durante todo el 2008 y principios de 2009 ha sido buscar un mercado corporativo que pueda pagar una mejor tarifa comparada con la que la que tuvimos en el 2006, sin embargo esta estrategia se vio afectada por la baja ocupación hotelera del primer semestre del año lo que condujo que los hoteles líderes de tarifa como Swissotel, Marriot y Sheraton redujeran sus tarifas en una estrategia de capturar todo el mercado posible incluyendo eventos y empresas que en el pasado jamás se habían interesado obligando al hotel en un principio a dar mayores valores agregados en la tarifa y después con la presión de las mismas empresas a ajustar algunas de las negociaciones que se habían logrado al principio del año.

3. **Ocupación:** En cuanto a ocupación en el 2009, la ciudad de Quito y el hotel tuvo su peor primer semestre en años debido a los factores expuestos anteriormente. Con los correctivos aplicados en la política comercial y con el pequeño repunte que tuvo la economía en el segundo semestre se logró recuperar en el total de 2009 (61,84%) hasta lograr casi hasta la misma ocupación del año 2008 (63,80%).

4. **RevPar:** En el incremento del RevPar, índice que mide tanto la ocupación como la tarifa promedio, el hotel Radisson consiguió un índice en el 2008 de US\$ 51,43 con una variación del 1% en relación al año anterior, lo que lo ubica en el primer lugar de variación entre los hoteles de lujo de Quito.

5. **Servicio:** Gracias a la implementación del software Medallia en el hotel desde finales del 2007, el hotel es comparado en sus niveles de servicio en tiempo real con aproximadamente 200 hoteles Radisson de las Américas. En el 2009 el hotel Radisson Royal de Quito obtuvo un índice de satisfacción del cliente de 8.90, 0,05 más que en el 2008, lo que lo ubicó en un 10mo lugar entre los aproximadamente 200 hoteles que cuentan con esta medición. También se tuvo una mejoría en el índice de servicio de 0,07 y en el índice de producto del 0,05. En el momento de realizar este informe aún no anuncia oficialmente si el hotel se hizo merecedor a algún premio.

6. **Generales:** El año 2009 representó un año con muchos altibajos que obligó a replantear estrategias y adaptarse a las nuevas condiciones del mercado:
 - En Ventas seguimos con la estrategia de aumentar el volumen de nuestro negocio, el cual es muy competido en la ciudad.
 - EL volumen de negocios de Banquetes decreció comparado con el 2008 y por primera vez en 5 años. Las empresas recortaron gastos para reuniones, haciendo teleconferencias o haciendo capacitaciones dentro de sus propias instalaciones.
 - El volumen de gastos en el 2008 fue controlado y adaptado a la nueva realidad de la ocupación del hotel, es así como el año terminó con 83 empleados directos contra 99 con los que se terminó en el 2008. Los consumos



de servicios públicos también fueron muy mesurados y estuvieron por debajo del año 2008.

- En mantenimiento se realizaron trabajos significativos en áreas públicas, salones y habitaciones, lo que ha arrojado como resultado una mejor imagen del hotel para sus huéspedes y clientes. Se realizaron trabajos como: Adecuación del salón Galápagos y Andes, pintura y mantenimiento general de habitaciones, mejora de iluminación en áreas públicas, salones y habitaciones. Se concluyeron los trabajos de las habitaciones 308 y 408 como habitaciones modelo para remodelaciones futuras.
7. **Proyecciones 2009: Mercadeo y Ventas:** Como en el año 2009 para el año 2010 el Departamento de Mercadeo y Ventas buscará seguir incrementando su portafolio de clientes buscando nuevos nichos de mercado y atrayendo a empresas que se conocen trabajan con los hoteles del set competitivo directo con tarifas superiores.
- Nuestra meta para el 2010 será incrementar significativamente la ocupación y así seguir consolidando el proceso de mejorar el índice de participación dentro de la oferta hotelera de la ciudad. Con esto se buscará en el 2011 buscar un incremento significativo en la tarifa promedio, haciendo una selección de los clientes que paguen una mejor tarifa.
 - El Departamento de Mercadeo y Ventas apoyará la gestión de Eventos y Banquetes incentivando las ventas de salones y reforzando en aquellos eventos que involucren hospedaje.
 - Nuestra meta para el 2010 será seguir consolidando los eventos sociales los cuales han tenido una buena acogida en el hotel desde el año 2008.
 - Los esfuerzos continuarán en el reposicionamiento de la marca, se participará en ferias internacionales como ANATO, torneo de Golf de HQM y en eventos locales de buen nivel considerando siempre la mejor relación costo – beneficio.
 - El Hotel continuará su labor de posicionamiento a través de una gestión de Relaciones Públicas que se continuará haciendo durante el 2010, mostrando todos los cambios e innovaciones hechas durante el año. Los ejecutivos de ventas del hotel tienen como meta cada uno tener al menos una relación pública al día dentro de las instalaciones del hotel.
 - Se desarrollará un esfuerzo comercial en el segmento de Turismo y Viajes con tarifas sobre los USD 70,00.
 - Se intensificará la gestión de ventas en el segmento corporativo, buscando empresas y nuevos nichos que estén trabajando con hoteles de la competencia.
 - Durante el año 2009 los canales internacionales mostraron el mejor incremento con un comportamiento excepcional que contribuyó mucho para la ocupación del hotel. Se actualizaron las diferentes páginas y adicionalmente se agregaron mas categorías de habitaciones creando promociones y planes para fines de semana y temporadas bajas. Se seguirá en el 2010 manejando el criterio que en temporada baja tendremos que ofrecer una tarifa atractiva y

en temporada alta cerrar ciertos tipos de habitaciones para incentivar la compra de habitaciones de mejor categoría y por lo tanto de mejor tarifa.

- Se seguirá con el programa Reserve y Gane con los lineamientos de la cadena Royal (reserve y gane) pero con negociaciones locales ofreciendo mejores recompensas a quienes nos han demostrado su fidelidad y compromiso de continuar trabajando con Radisson.
- Se hicieron durante el 2009 dos teleconferencias bajo el programa "encuentros Royal" las cuales tuvieron muy buena acogida por parte de nuestros clientes. En uno se tuvo al ministro de Hacienda de Colombia desde Medellín y el otro fue un Bioforo patrocinado por la Embajada de Suecia donde se tocaron temas ambientales. El éxito de estas dos teleconferencias nos motivó en el año 2010 a hacer 2 eventos de este tipo originados directamente en Quito.
- Se continuará con campañas de telemarketing y mailing promocionando paquetes elaborados para feriados y buscando nuevos negocios en ciudades como Guayaquil y Manta.
- Se buscará negocios en mercados que están emergiendo como socios comerciales fuertes del actual gobierno como el Peruano, Venezolano, Ruso, Chino, Iraní, brasilero, chileno, entre otros a través de acercamientos con las Embajadas y consulados y sales blitz a algunos de estos países.
- Se apoyaron en el 2009 de viajes de familiarización para recorrer las instalaciones y que los visitantes tengan la oportunidad de vivir la experiencia de estar hospedado en Radisson Royal Quito Hotel, este programa tuvo bastante acogida con agencias de viajes de manera que lo seguiremos haciendo para el año 2010.
- Se buscarán alianzas estratégicas con aerolíneas como AVIANCA, AEROGAL, AEROREPÚBLICA Y AIRES, y otras entidades que colaboren a la presencia de marca de Radisson mientras esas entidades se beneficien de una tarifa especial para sus negociaciones. La entrada de nuevas aerolíneas al mercado puede generar oportunidades de negocios para explotar.

CAPITALIZACION DE LA COMPAÑÍA

Como es de conocimiento de los señores accionistas y fue informado en anteriores juntas, debido a las pérdidas sufridas por la compañía, esta se encontraba en causal de disolución por haber perdido más del 50% del capital social de conformidad con el numeral 6 del Art. 361 de la Ley de Compañías. Este hecho motivó que la Junta General de accionistas llevada a cabo el día 24 de marzo del 2009 resolviera realizar el Aumento de Capital y su correspondiente reforma de estatutos de la compañía.

El trámite de aumento encontró varias dificultades en el camino debido a que todos los libros sociales y de contabilidad fueron incautados por la policía dentro del operativo antecedente del juicio antes referido. Como consecuencia de este hecho, fue necesario rehacer los libros de registro de accionistas y registro de



actas de la sociedad, los cuales se encuentran actualizados a la fecha y debidamente aprobados por la Superintendencia de Compañías.

Luego de varias Inspecciones realizadas por el Departamento de de Inspección y Control de la Superintendencia de Compañías y una vez que se verificaron por parte de este organismo la legalidad del aumento de capital, el día 6 de julio del 2009, ante el notario Vigésimo Segundo del cantón Quito, se otorgó la escritura pública de aumento de capital y reforma de estatutos de la compañía superando de esta forma la causal de disolución de la compañía.

SITUACION LEGAL

Respecto de la investigación en la que se vio involucrado el hotel y 3 de sus funcionarios, por el proceso de lavado de activos adelantado contra el Sr. Hernán Prada Cortés y su grupo familiar, copropietarios de algunas suites y accionistas minoritarios de la Sociedad Hotelera Cotopaxi, informamos que dicho proceso continúa solo contra los integrantes de la familia Prada.

La administración de los bienes de propiedad del Grupo Prada (Suites, y acciones de Sociedad Hotelera Cotopaxi) continúan siendo administradas por el Estado Ecuatoriano a través del CONSEP.

Los archivos de la compañía aún se encuentran incautados dentro de dicho proceso, por ser considerados como parte de las pruebas del mismo, pero se ha logrado rehacer buena parte del mismo.

No obstante lo anterior, aún se encuentran incautados parte de los dineros de la sociedad, en Dineros US\$. 6.841,09 y cheques incautados por la policía US\$. 5.498,41, cuya liberación se tramitará cuando se dicte sentencia definitiva dentro del proceso penal del Lavado Activos.

La operación del hotel se encuentra totalmente regularizada.

CUMPLIMIENTO DISPOSICIONES GENERALES-

Se ha dado cumplimiento a las disposiciones de la junta General de Accionistas y de todas las reuniones de directorio, cuyas actas se hallan a disposición de todos ustedes, con sus respectivos soportes y resoluciones.

SITUACION FINANCIERA-

El resultado del ejercicio es positivo, la sociedad arrojó en el año 2009 utilidades por US\$. 53.406,60, las pérdidas de ejercicios anteriores suman US\$. 408.548,27.

Durante este periodo y mediante la aprobación de la junta general de accionista se realizó una valuación de activos, producto de esta, el patrimonio quedo en US\$ 451.669,02.



Los objetivos del año 2009 fueron:

HOTEL RADISSON ROYAL QUITO							
US\$.DOLARES							
Descripción	Real	Ppto.	Real	Diferencias			
	08	09	09	(1)-(3)		(2)-(3)	
	(1)	(2)	(3)	\$	%	\$	%
1- Ocupación	63.80%	60.00%	61.84%	0	-3%	0	3%
2- No. De Noches	26,152	24,530	25,282	-870	-3%	752	3%
3- Tarifa Promedio	79.67	85.53	83.17	4	4%	-2	-3%
4- Revpar	51	51	51	1	1%	0	0%
5- Ventas Alojamiento	2,048,245	2,004,144	1,960,288	-87,958	-4%	-43,856	-2%
6- Ventas Alimentos y Bebidas	996,298	919,182	885,823	-110,475	-11%	-33,359	-4%
8- Comunicac., Lavandería, Otros Ingresos	180,792	172,494	181,909	1,117	1%	9,415	5%
9- Ventas Totales	3,225,335	3,095,820	3,028,020	-197,315	-6%	-67,800	-2%
10- Cubiertos Visitantes	31,417	24,845	23,035	-8,382	-27%	-1,810	-7%
11- Cubiertos Huéspedes	42,789	39,113	45,398	2,608	6%	6,285	16%
12- Salarios Totales	650,447	701,079	684,353	33,906	5%	-16,726	-2%
13- Costos y Gastos Departamentales	927,905	896,292	897,510	-30,395	-3%	1,217	0%
14- Gastos No Distribuidos	1,443,258	1,432,727	1,461,565	18,307	1%	28,838	2%
15- Utilidad Operativa (G.O.P.)	854,172	766,800	668,943	-185,229	-22%	-97,857	-13%
16- Renta Promedio por Habitación	477	428	373	-103	-22%	-55	-13%
17- Renta Copropietarios	640,629	575,100	501,709	-138,920	-22%	-73,392	-13%
18- Remanente Operador	213,543	191,700	167,236	-46,307	-22%	-24,464	-13%
19- Egresos por Intereses sobre préstamos	-74,843	-74,843	-75,529	-686	1%	-686	1%
20- Otros Egresos no Operacionales	-87,867	-37,533	-40,348	47,519	-54%	-2,815	7%
21- Renta Operador(Local hotel)	65,326	58,644	51,160	-14,165	-22%	-7,484	-13%
22- Otros Ingresos no Operacionales	9,351	9,351	9,429	78	1%	78	1%
23- Utilidad (pérdida) antes Asist. T., Deprec. y	125,510	147,318	111,949	-13,561	-11%	-35,370	-24%
24- Asistencia Técnica	0	0	0	0	0%	0	0%
25- Utilidad (pérdida) antes de Depreciac. Y A	125,510	147,318	111,949	-13,561	-11%	-35,370	-24%
26- Gasto por Depreciación	-56,631	-60,591	-29,624	27,006	-48%	30,966	-51%
27- Impuesto al Patrimonio	0	0	0	0	0%	0	0%
28- + (-) Ajustes por Inflación	0	0	0	0	0%	0	0%
29- Utilidad (pérdida) antes Impto. Renta	68,879	86,728	82,324	13,445	20%	-4,404	-5%
30- 15% Utilidad Empleados	10,332	13,009	12,349	2,017	20%	-661	-5%
31- Impuesto de Renta	14,281	18,430	16,569	2,288	16%	-1,861	-10%
32- Utilidad Neta	44,267	55,289	53,407	9,140	21%	-1,882	-3%

Las principales cuentas financieras al 31 de Diciembre del 2009 son las siguientes:

ACTIVO			Valor	%
	Corriente	US\$	709,479.80	36.31%
	Fijo	US\$	1,207,398.76	61.79%
	Diferidos	US\$	37,190.71	1.90%
Total Activos		US\$	1,954,069.27	100.00%
PASIVO				
	Corriente	US\$	1,422,477.42	72.80%
	Largo Plazo	US\$	26,516.23	1.36%
	Total Pasivo	US\$	1,448,993.65	74.15%
	Patrimonio	US\$	505,075.62	25.85%
Total Pasivo y Patrimonio		US\$	1,954,069.27	100%

La administración propone que las utilidades del año 2009 sean compensadas con las pérdidas acumuladas de ejercicios anteriores.

Cordialmente,



Oscar Restrepo
Gerente General
Sociedad Hotelera Cotopaxi S.A. Copaxi