

INFORME DE GERENCIA A 31 DE DICIEMBRE DEL 2010.

**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 2010.

Situación de Latinoamérica.

Como ya es costumbre me voy a referir a un tercero para darnos una perspectiva de lo que sucedió en las economías latinoamericanas en el 2010 y darnos una proyección para el 2011:

Alicia Bárcena, Secretaria Ejecutiva de esta comisión regional de las Naciones Unidas, se señala que las medidas contra cíclicas adoptadas por varios países tras la crisis financiera internacional impactaron positivamente en el crecimiento de las economías, lo que permite augurar un aumento de 4,8% del producto interno bruto (PIB) por habitante para este año.

La consolidación del repunte repercutió además favorablemente sobre el empleo regional, con lo que la tasa de desocupación disminuyó a alrededor de 7,6%, desde el 8,2% anotado en 2009, y mejoró la calidad de los puestos de trabajo generados.

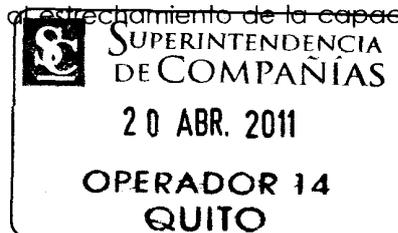
En tanto, hubo un ligero aumento en la inflación, que pasó de 4,7% en 2009 a un estimado de 6,2% en 2010, fundamentalmente por el comportamiento de los precios internacionales de algunos productos básicos.

Si bien el crecimiento de los países de la región ha sido heterogéneo, la mayoría anotó cifras positivas en 2010. Mientras que América del Sur crecerá 6,6%, se espera que el PIB registre un aumento de 4,9% en México y Centroamérica y de 0,5% en los países del Caribe de habla inglesa y holandesa.

Paraguay será el país que más crecerá (9,7%), seguido por Uruguay (9%), Perú (8,6%) y Argentina (8,4%). Brasil crecerá 7,7%, mientras que México y Chile lo harán en 5,3%.

En cambio, Haití y Venezuela registrarían caídas de su PIB, de -7% y -1,6%, respectivamente.

A partir del segundo semestre de 2010, diversos factores han generado un escenario menos optimista en la economía internacional, lo que sumado a un menor impulso sobre la demanda proveniente de las políticas públicas y al estrechamiento de la capacidad



[Handwritten signature]

productiva ociosa, auguran un menor crecimiento de la región en 2011, de 4,2% (alrededor de 3% de aumento del PIB por habitante).

El ambiente externo mantiene altos niveles de incertidumbre sobre la solidez de la recuperación de las economías desarrolladas, especialmente las europeas. A esto se suma el aumento de la fortaleza relativa de los países emergentes, especialmente los de América Latina y el Caribe, lo que ha generado un mayor flujo de capitales hacia la región y apreciaciones en sus monedas.

En el corto plazo, una mayor entrada de capitales podría repercutir negativamente sobre las cuentas externas, pero no sería un peligro para el crecimiento. Sin embargo, en el largo plazo los efectos pueden ser sumamente negativos, tal como lo muestra la historia de la región. La elevada liquidez mundial presionaría a la baja los tipos de cambio real y, al mismo tiempo, al alza los precios de los productos básicos, lo que puede generar un deterioro de las cuentas externas e incentiva una excesiva especialización en la producción y exportación de bienes primarios. Con esto, la región sería más vulnerable a los shocks provenientes del exterior.

En su informe, la CEPAL advierte que las medidas que los países puedan tomar para regular la entrada de capitales de corto plazo deben ser complementadas con una estrategia contra cíclica que abarque tanto el área fiscal como financiera, con el fin de disminuir las presiones sobre la demanda interna e impedir un incremento excesivo del crédito.

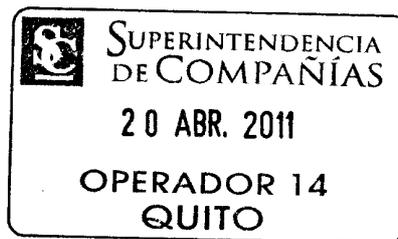
Sin embargo, agrega que para tener éxito es imprescindible una mayor coordinación a nivel internacional con el fin de cerrar los desequilibrios globales.

"El gran desafío de la región es reconstruir su capacidad para realizar acciones contra cíclicas y crear las condiciones para un desarrollo productivo que no se base sólo en la exportación de bienes básicos", indicó Alicia Bárcena.

El informe indica que luego del deterioro observado en 2009 producto de la crisis, los países de la región están lentamente recomponiendo sus cuentas públicas, básicamente a través de una mejora en sus ingresos fiscales. A nivel de los gobiernos centrales, el desempeño fiscal de América Latina alcanzó al cierre de 2010 un déficit primario de 0,5% del PIB en promedio simple, en comparación con un déficit de 1,1% para 2009, mientras que tomando en cuenta el resultado global (es decir, incluyendo el pago de los intereses de la deuda pública), éste pasa de un déficit de 2,9% a 2,3% del PIB.

Para 2011 se estima que las cuentas fiscales presentarían una nueva mejora, con un déficit primario de 0,2% del PIB y un déficit global de 2% del PIB.

El informe señala que para aumentar su capacidad de crecer, las economías de la región deben invertir más. A pesar de los avances, América Latina y el Caribe aún están lejos de los niveles de inversión de la década de 1970.



A handwritten signature in black ink, appearing to be a stylized name, located to the right of the stamp.

América Latina y el Caribe

Producto interno bruto total

(Millones de dólares a precios constantes de 2000)

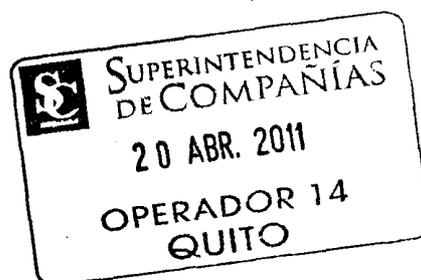
Tasas de variación anual, en porcentaje

País	2009	2010 ^a	2011 ^b
Argentina	0.9	8.4	4.8
Bolivia	3.4	3.8	4.5
Brasil	-0.6	7.7	4.6
Chile	-1.5	5.3	6.0
Colombia	0.8	4.0	4.0
Costa Rica	-1.1	4.0	3.0
Cuba	1.4	1.9	3.0
Ecuador	0.4	3.5	3.5
El Salvador	-3.5	1.0	2.0
Guatemala	0.5	2.5	3.0
Haití	2.9	-7.0	9.0
Honduras	-1.9	2.5	2.0
México	-6.1	5.3	3.5
Nicaragua	-1.5	3.0	3.0
Panamá	3.2	6.3	7.5
Paraguay	-3.8	9.7	4.0
Perú	0.9	8.6	6.0
República Dominicana	3.5	7.0	5.0
Uruguay	2.9	9.0	5.0
Venezuela	-3.3	-1.6	2.0
Sub-total América Latina	-1.8	6.0	4.2
Caribe	-2.3	0.5	2.2
América Latina y el Caribe	-1.9	6.0	4.2

SITUACIÓN HOTELERA EN ECUADOR.

El año 2010 a pesar de ser un año mejor en materia de ocupación hotelera, en Quito aún está lejos de los niveles alcanzados antes del 2009 volviendo a los niveles de ocupación que se tenían en el año 2006. Si bien se vio un repunte en la entrada de turistas al país el turismo corporativo y el de convenciones no presentó durante este año el impulso que se esperaba.

El lado positivo estuvo en salir de todos los factores negativos que se tuvieron durante el 2009 y que mostraron su lado más duro durante el primer semestre. Las relaciones económicas y políticas volvieron a restablecerse, la pandemia de la gripa AH1N1, la crisis energética y la crisis económica mundial se dieron por superadas durante este periodo.



El Hotel Radisson Royal Quito en el 2010

La estrategia planteada desde hace 3 años de seguir recuperando participación en el mercado dio sus mejores resultados durante el año 2010 y a pesar de ser este 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 muy positivo al lograrse el propósito de posicionarse dentro de los hoteles con mejor ocupación de la ciudad y además el hotel con mayor crecimiento en RevPar dentro de su set competitivo así:

	REVPAR	REVPAR	REVPAR	VARIACION
	dic-08	dic-09	dic-10	2009/2010
RADISSON ROYAL QUITO	\$51	\$51	\$61	18,68%
HOWARD JOHNSON	\$46	\$45	\$49	9,48%
HILTON	\$62	\$54	\$60	10,30%
MERCURE	\$37	\$37	\$38	4,41%
DANN	\$48	\$40	\$46	14,85%
SHERATON	\$85	\$76	\$86	12,97%
MARRIOT	\$81	\$68	\$65	-4,25%
SWISSHOTEL	\$79	\$68	\$67	-2,20%
SUBTOTAL COMP	\$65	\$57	\$60	4,48%
TOTAL	\$64	\$57	\$60	-11,70%

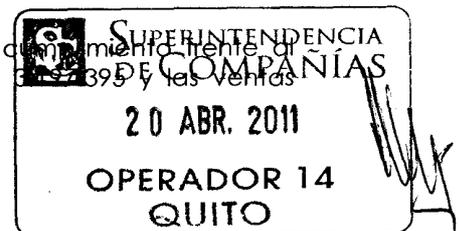
Vamos a detallar los logros más importantes que se enmarcaron dentro de nuestra operación en el 2010:

VENTAS, OCUPACIÓN Y PENETRACIÓN EN EL MERCADO:

Ocupación: El año 2010 fue para el Hotel Radisson el año con mejor ocupación en su historia, el cumplimiento en ocupación frente al presupuesto fue del 114,8% en donde se había presupuestado 64,70% y el real al final del año fue de 74,29%. Igualmente se logró obtener un crecimiento del 20,40% frente al año 2009 cuando la ocupación fue del 61,70%. Frente a la ocupación de Quito se logró un índice igualmente cercano al 114% ya que el promedio general de ocupación de la ciudad estuvo cerca al 65%.

Tarifa: Nuestra estrategia para el año 2010 fue la de conservar las tarifas que se tenían con las cuentas corporativas del hotel con el fin de ganar un mayor volumen de negocios. Por el lado de las reservas que entran por canales internacionales se logró pasar de 20% a casi un 30% de participación en el total de las ventas del hotel, esto se consiguió con una estrategia de tarifa muy agresiva especialmente en los fines de semana. Estos 2 factores al final del año produjeron que no se pudieran cumplir los objetivos en incremento de tarifa planteados en el presupuesto siendo el único indicador que cumplió únicamente al 95%. Sin embargo este sacrificio en tarifa se vio ampliamente recompensado en la ocupación del hotel durante el año.

Ventas: En cuanto a los ingresos totales del hotel se logró un cumplimiento frente al presupuesto del 110,2% en donde se habían presupuestado U\$ 3.474.395 y las ventas



totales al finalizar el año fueron de U\$ 3.523.049. El incremento en los ingresos totales frente al año anterior fue de 16,34%.

La renta a nuestros copropietarios se incrementó en un 30,05% pasando de una renta promedio mensual por habitación de U\$ 373,29 en el año 2009 a una renta de U\$ 485,48 en el año 2010.

Por primera vez desde el año 2005 en el año 2010 se volvió a tener un índice positivo de penetración en ocupación y en ventas respecto al set competitivo de Quito. En Noches se logró un índice de 1,11 contra 0,79 del año 2009 y en Ventas de 1,02 contra 0,72 del año anterior. Adjunto cuadro de penetración acumulado a Diciembre:

	PENT NOCHES	PENT FACT	PENT NOCHES	PENT FACT	PENT NOCHES	PENT FACT
	dic-08	dic-08	dic-09	dic-09	dic-10	dic-10
RADISSON ROYAL QUITO	0,91	0,79	1,00	0,90	1,11	1,02
HOWARD JOHNSON	1,09	0,71	1,07	0,79	1,06	0,82
HILTON	1,03	0,96	0,99	0,95	1,01	1,00
MERCURE	0,94	0,57	0,95	0,64	0,93	0,64
DANN	1,00	0,75	0,97	0,71	1,00	0,77
SHERATON	1,08	1,32	1,12	1,35	1,10	1,44
MARRIOT	1,00	1,26	0,98	1,20	0,94	1,09
SWISSHOTEL	0,97	1,23	0,99	1,20	0,96	1,11
SUBTOTAL COMP	1,01	1,02	1,00	1,01	0,99	1,00
TOTAL	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

SERVICIO:

Se lograron importantes logros en materia de servicio logrando la mejor calificación hasta la fecha de nuestros huéspedes según Medallia así:

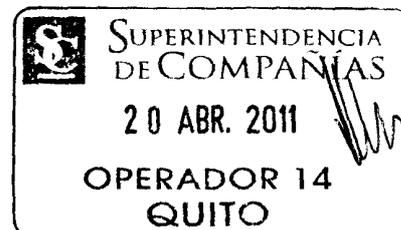
	2010	2009	2008	2007	DIF	DIF
SPI Service Performance Index	9,02	8,9	8,83	8,78	0,12	0,24

Estos resultados ubicaron al hotel en el año 2010 en el puesto 15 de la cadena Radisson de las Américas entre 171 hoteles evaluados y como único hotel de los pertenecientes a RHILA con una calificación superior a 9.0. Esta es la mejor calificación y posición que ha tenido el hotel en estas evaluaciones desde el año 2007.

También se obtuvo una calificación de 87,72 según el cliente oculto efectuado en el mes de julio de este año realizado por la firma "Mystery ally" contratado por la Cadena Royal. Esta calificación fue la más alta dentro de los 10 hoteles de la cadena Royal evaluados.

PRODUCTO:

Se continuó con la mejora del producto en todas las áreas, ya se hicieron mejoras en el 60% de las habitaciones en cuanto a: iluminación, bases de cama, marcos de espejos de baño, pintura de habitaciones. Estos cambios han hecho que nuestros huéspedes califiquen a través de Medallia el hotel así:



	2010	2009	2008	2007	DIF	DIF
PPI Product Performance Index	8,89	8,83	8,78	8,45	0,06	0,44

Esto ubicó al hotel en el puesto 8 de la cadena Radisson en las Américas entre 171 hoteles evaluados. La mejor calificación y posición que ha tenido el hotel en estas evaluaciones desde el año 2007.

El hotel fue incluido dentro de la lista de "Isiders select list" de Expedia en donde se evaluaron a más de 130.000 hoteles de todo el mundo calificando al hotel Radisson Royal de Quito como mejor Hotel del Ecuador, tercero en Suramérica y 229 del mundo en cuanto a su relación costo - beneficio.

En cuanto a mejoras en el producto ofrecido a nuestros huéspedes y clientes el hotel realizó los siguientes cambios desde comienzos del 2010:

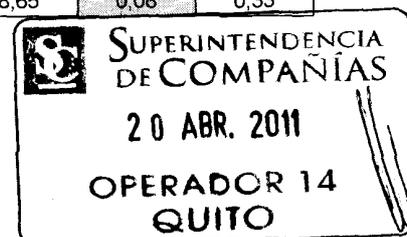
- ✓ En Habitaciones se cambió todo el set de toallas del hotel y adaptándose al nuevo estándar de Radisson (650gr).
- ✓ 28 cajas fuertes para las habitaciones Business Class según nuevo estándar de Radisson.
- ✓ Cambio del sistema de Música Ambiental del hotel adaptándose al nuevo estándar de Radisson: Music Moods.
- ✓ Climatización de los salones para eventos.
- ✓ Cambio del sistema de calentamiento Agua.
- ✓ Equipos adicionales para el Gym (Trotadora, Elíptica, Bicicleta) y Tv de 40' de acuerdo a nuevos estándares de Radisson. En proceso de importar)
- ✓ Nuevas lámparas de Escritorio para las habitaciones. (En proceso de Instalación)
- ✓ 14 nuevos TV de 40' para las suites del hotel según estándar de Radisson.
- ✓ Nuevos espejos de Maquillaje para todas las habitaciones según estándar de Radisson. (En proceso de Importación)
- ✓ Automatización de los baños públicos según requerimiento de Radisson. (En proceso de Instalación)
- ✓ Mejora del Buffet del desayuno en presentación y variedad.
- ✓ Cambios de cartas de restaurante y room service.
- ✓ Cambios permanentes en Habitaciones durante todo el año 2010. Actualmente faltan de actualizar pisos 4,3,2 y 10

En cuanto a producto se recibió la inspección anual de la cadena Radisson QPR "Quality Performance Review" y se obtuvo una calificación de 92,8% muy por encima del límite mínimo permitido del 80%.

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE:

Relacionado con los cambios hechos en servicio y producto dentro del hotel, la satisfacción de los huéspedes medida de acuerdo los resultados de Medallia fue la siguiente:

	2010	2009	2008	2007	DIF	DIF
GSI Overall Guest Satisfaction Index	8,98	8,9	8,85	8,65	0,08	0,33



La satisfacción de los clientes se incrementó en 0,08 con respecto al año anterior y estos resultados lo ubicaron en el puesto 5 de la cadena Radisson de las Américas entre 171 hoteles evaluados. La mejor calificación y posición que ha tenido el hotel en estas evaluaciones desde el año 2007.

El Hotel Radisson Royal de Quito está ubicado actualmente en el # 3 de Trip Advisor. Este portal es el más conocido en el mundo para que los clientes puedan calificar y escribir sus comentarios sobre los servicios en cualquier hotel del Mundo en donde se hayan alojado. Es importante anotar que los puestos 1 y 2 del ranking son hoteles Boutique de menos de 20 habitaciones.

Igualmente en este portal el hotel está catalogado como el Hotel # 2 para clientes de negocios en Quito.

Hace 3 años el hotel estaba ubicado más atrás de la posición 20 en este mismo escalafón.

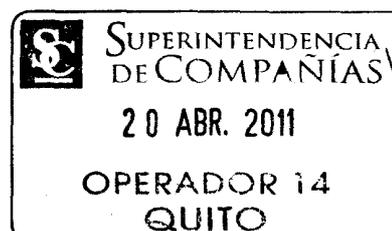
GESTIÓN HUMANA:

En cuanto a los principales logros en el año 2010 en el área de recursos humanos se lograron mejorar considerablemente los índices de gestión en las principales áreas en donde se presentaron oportunidades de mejora el año 2009 como eran reconocimiento a los empleados, crecimiento y desarrollo, efectividad de los supervisores (jefes), balance entre trabajo y vida, Comunicación. Esto se consiguió trabajando de cerca con todos los Jefes y supervisores del hotel en donde se les hizo el curso de coaching organizado por Radisson y se aprovechó igualmente la evaluación por competencias de la cadena Royal para hacer una retroalimentación efectiva a todos los empleados involucrados.

Este trabajo se vio reflejado de la siguiente manera según la evaluación de clima organizacional hecha por la firma Kenexa para los hoteles Radisson:

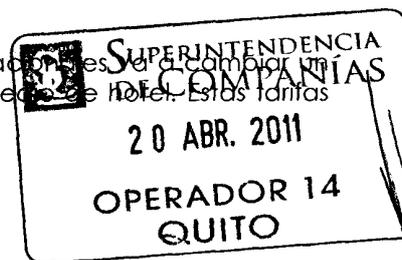
Item	Average Score	2010 % Favorable	2009 % Favorable
Recognition	4,00	74%	57%
Growth and Development	3,90	74%	59%
Supervisor Effectiveness	3,96	78%	64%
Work-Life Balance	3,90	76%	64%
Communication	3,91	76%	68%
Teamwork and Involvement	4,05	78%	68%
Future/Vision	3,85	74%	71%
Employee Engagement	3,78	68%	72%
Performance Management	4,04	80%	73%
Trust	3,94	77%	73%
Diversity	3,95	75%	74%
Change Management	3,90	79%	77%
Quality	4,13	82%	83%

Proyecciones 2010: 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 2011 será incrementar significativamente la tarifa promedio y así seguir consolidando el proceso de mejora en la participación en ventas dentro de la oferta hotelera de la ciudad.
- Se completó el departamento de ventas con la contratación a finales de 2010 de Ximena Rodríguez como Jefe de Ventas y Mercadeo. Igualmente se promovió a Verónica Cadena desde el departamento de reservas hacia ejecutiva de ventas. La asistente de ventas y mercadeo se concentrará en empresas pymes, agencias internacionales y RFPs. Todos estos cambios para mejorar la cobertura e incremento de nuevas empresas
- Se llevará por parte del departamento comercial un mayor seguimiento a la ciudad de Guayaquil en donde se programarán sales blitz mensuales para una mejor cobertura.
- 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 2011 será seguir consolidando los eventos sociales los cuales han tenido una buena acogida en el hotel desde el año 2008.
- En la parte de eventos y banquetes con la mejora del aire acondicionado y el internet dedicado en nuestros salones se buscará fortalecer también los eventos empresariales mejorando el índice de ocupación de salones.
- 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 2011, 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 más las visitas a sus clientes fuera de la oficina.
- Se desarrollará un esfuerzo comercial en el segmento de Turismo y Viajes con tarifas sobre los USD 72,00.
- Se intensificará la gestión de ventas en el segmento corporativo, buscando empresas y nuevos nichos que estén trabajando con hoteles de la competencia.
- Para el año 2011 la estrategia en los canales internacionales de la compañía es un poco debido a la necesidad de subir la tarifa promedio del hotel. Estas tarifas



se monitorearan a diario para sacar el mejor provecho de acuerdo a la demanda y a la competencia. Se utilizará el sistema SNAP creado por Radisson para este fin.

- Se realizará el lanzamiento del programa Reserve y Gane con los lineamientos de la cadena Royal pero con negociaciones locales ofreciendo mejores recompensas a quienes nos han demostrado su fidelidad y compromiso de continuar trabajando con Radisson.
- Con este programa daremos puntos por consumos en eventos buscando motivar el uso de nuestros salones por parte de los clientes.
- Se Continuará durante el 2011 con los "encuentros Royal" las cuales tuvieron muy buena acogida por parte de nuestros clientes.
- Se continuará con campañas de telemarketing y mailing promocionando paquetes elaborados para feriados y buscando nuevos negocios en ciudades como Guayaquil y Manta.
- Se apoyaron en 2011 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 ha tenido muy buena acogida en los últimos años.

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.

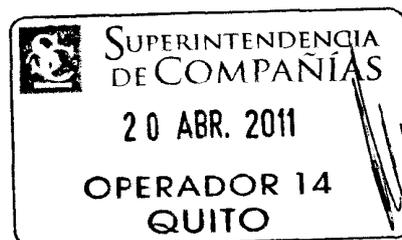
La administración de los bienes de propiedad del Grupo Prada (Suites, y acciones de Sociedad Hotelera Cotopaxi) continúan siendo administradas por el Estado Ecuatoriano a través del CONSEP.

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 2010 utilidades por US\$. 110.683, las pérdidas de ejercicios anteriores suman US\$. 355.142.

Los objetivos del año 2010 fueron:

HOTEL RADISSON ROYAL QUITO
US.\$ DOLARES

Descripción	DIFERENCIAS						
	Real Acumulado dic-09	Ppto. Acumulado dic-10	Real Acumulado dic-10	REAL 2009 VS REAL 2010	PORCENTAJ E	PPTO 2010 VS Real 2010	PORCENTAJ
	D	E	F	D-F	%	E-F	%
1- Ocupación	61,84%	64,70%	74,29%	0	120%	0	115%
2- No. De Noches	25.282	26.450	30.369	5.087	120%	3.919	115%
3- Tarifa Promedio	83	87	82	-1,00	99%	-4,70	95%
4- Revpar	51	56	61	9,61	119%	5	109%
5- Ventas Alojamiento	1.960.288	1.971.583	2.114.614	154.326	108%	143.031	107%
6- Ventas Alimentos y Bebidas	885.823	960.779	1.086.469	200.646	123%	125.690	113%
8- Comunicac., Lavandería, Otros Ingresos	181.909	265.033	321.967	140.058	177%	56.934	121%
9- Ventas Totales	3.028.020	3.197.395	3.523.049	495.030	116%	325.654	110%
10 Cubiertos Visitantes	23.035	26.608	30.262	7.227	131%	3.654	114%
11 Cubiertos Huéspedes	45.398	47.922	56.002	10.604	123%	8.080	117%
12 Salarios Totales	684.353	768.606	747.495	63.143	109%	-21.110	97%
13 Costos y Gastos Departamentales	897.510	973.095	1.102.345	204.835	123%	129.251	113%
14 Gastos No Distribuidos	1.461.565	1.524.415	1.550.711	89.145	106%	26.296	102%
15 Utilidad Operativa (G.O.P.)	668.945	699.886	869.994	201.049	130%	170.108	124%
16 Renta Promedio por Habitación	373	391	485	112	130%	95	124%
17 Renta Copropietarios	501.709	524.914	652.495	150.786	130%	127.581	124%
18 Remanente Operador	167.236	174.971	217.498	50.262	130%	42.527	124%
19 Egresos por Intereses sobre préstamos	-75.529	-74.844	-75.823	-294	100%	-979	101%
20 Otros Egresos no Operacionales	-40.348	-26.745	-24.013	16.335	60%	2.732	90%
21 Renta Operador(Local hotel)	51.160	53.526	66.536	15.376	130%	13.010	124%
22 Otros Ingresos no Operacionales	9.429	9.351	11.334	1.905	120%	1.983	121%
23 Utilidad (pérdida) antes Asist. T., Deprec. y A x I	111.949	136.260	195.533	83.584	175%	59.273	144%
24 Asistencia Técnica	0	0	0				
25 Utilidad (pérdida) antes de Depreciac. Y A x I	111.949	136.260	195.533	83.584	175%	59.273	144%
26 Gasto por Depreciación	-29.624	-29.624	-29.744	-119	100%	-119	100%
27 Impuesto al Patrimonio	0	0	0				
28 + (-) Ajustes por Inflación	0	0	0				
29 Utilidad (pérdida) antes Imppto. Renta	82.324	106.635	165.789	83.464	201%	59.154	155%
30 15% Utilidad Empleados	12.349	15.995	24.868	12.520	201%	8.873	155%
31 Impuesto de Renta	16.569	22.660	30.238	13.668	182%	7.578	133%
32 Utilidad Neta	53.407	67.980	110.683	57.276	207%	42.703	163%



Las principales cuentas financieras al 31 de Diciembre del 2010 son las siguientes:

ACTIVO			Valor	%
	Corriente	US\$	1.116.843,72	47,98%
	Fijo	US\$	1.177.654,88	50,59%
	Diferidos	US\$	33.214,51	1,43%
Total Activos		US\$	2.327.713,11	100,00%
PASIVO				
	Corriente	US\$	1.666.275,61	71,58%
	Largo Plazo	US\$	45.678,95	1,96%
	Total Pasivo	US\$	1.711.954,56	73,55%
	Patrimonio	US\$	615.758,55	26,45%
Total Pasivo y Patrimonio		US\$	2.327.713,11	100%

La administración propone que las utilidades del año 2010 sean compensadas con las pérdidas acumuladas de ejercicios anteriores, y que el flujo que se encuentra en caja actualmente sea utilizado para el abono de los préstamos por la suma de US.400.000 de los cuales US.200.000 corresponde al flujo de las utilidades compensadas con las pérdidas acumuladas de los años 2008 al 2010 y US.200.000 provenientes de la cuenta por pagar vigente a la fecha a Horodelsa, recursos que no podrán ser cancelados hasta que se desbloquen las cuentas bancarias.

Cordialmente,



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

