

SOCIEDAD HOTELERA COTOPAXI S.A. COPAXI

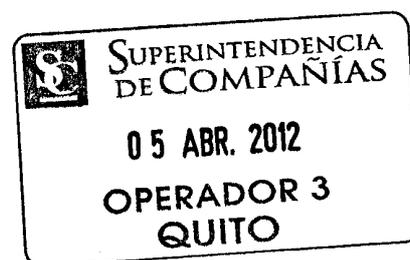
Quito - Ecuador

Cordero 444 y Av. 12 de Octubre
Tels. (593-2) 2233-333

SOCIEDAD HOTELERA COTOPAXI S.A. COPAXI

INFOME DE GERENCIA

Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2011



INFORME DE GERENCIA A 31 DE DICIEMBRE DEL 2011.

**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 de enero al 31 de diciembre 2011.

SITUACIÓN ECONÓMICA DEL ECUADOR.

Como ya es costumbre me voy a referir a un tercero (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) para darnos una perspectiva de lo que sucedió en la economía Ecuatoriana en el 2011 y darnos una proyección para el 2012:

Ecuador: Se espera que en 2011 la economía ecuatoriana crezca un 8%. La actividad económica registró una aceleración durante la primera mitad del año y una ligera moderación durante la segunda.

El impulso del crecimiento continuó siendo liderado por la demanda interna, cuyo principal motor es el fuerte gasto público. Pese a que el gobierno mantendrá su elevado nivel de gasto en 2012, este no será suficiente para conservar el ritmo actual de la economía, por lo que se espera un aumento del PIB del 5%. Por su parte, la inflación a diciembre estará en torno al 5,5% en 2011 y del 4% en 2012.

La aceleración del crecimiento del producto durante el primer semestre del año está vinculada principalmente a la expansión de la inversión y del consumo, la primera tanto por la continuación de los importantes planes de inversión pública como por la inversión en vivienda financiada por gasto público. El dinamismo del consumo está determinado por el alza de los salarios reales, los subsidios directos que entregan el Estado a los hogares y el notable aumento del crédito.

El Estado interviene fuertemente en los sectores que ha definido como estratégicos en la economía, lo que sumado a otros factores determina una baja inversión privada. Sin embargo, en la minería y la exploración y desarrollo de la industria del petróleo se visualizan inversiones privadas, tras el fin de la renegociación de los contratos, donde se estableció que el Estado paga un precio fijo por la extracción de un número determinado de barriles. La producción petrolera acumulada entre enero y septiembre de 2011 muestra un incremento del 3,8% con respecto al mismo período del año anterior, alcanzado los 136 millones de barriles. El 72% del total de la producción nacional de petróleo corresponde al Estado, cuya participación registró un alza del 23,25% en comparación a similar período de 2010, en contraposición con la disminución del 25,85% de las empresas privadas. Tanto el aumento de la producción petrolera pública como la caída de la producción privada se deben a que los campos donde extraía Perenco y Petrobras son ahora estatales.

Una elevada proporción de los ingresos fiscales depende de recursos que genera el sector de la energía, que en 2009 constituían un cuarto del total de los ingresos y en 2011 representarán un tercio del total.

Puesto que este sector es el principal motor de la economía, habida cuenta de la leve disminución que se espera en el precio del petróleo y el escaso aumento de su producción, se prevé que el nivel de gasto del gobierno se mantenga y se produzca una desaceleración del crecimiento del PIB en 2012.

Los ingresos por recaudación tributaria entre enero y octubre crecieron un 9,1% respecto de 2010, aumento que se debió al incremento en la recaudación del impuesto al valor agregado un 18,9%, al de la renta un 27,4% y al de consumos especiales un 15,7%. Sin embargo, el impuesto a los ingresos extraordinarios se redujo un 93,4% en relación con 2011. Dado que este impuesto se genera a partir los ingresos adicionales por incremento en la venta de los recursos naturales no renovables, su reducción es producto del cambio en la modalidad de los contratos petroleros y la reducción de la producción petrolera privada. Todo lo anterior permitió que los ingresos por recaudación aumentaran 597 millones de dólares respecto a 2010, para el período comprendido entre enero y octubre. Para el mismo período el gasto del gobierno central se incrementó un 18,8% respecto de 2010, y registra una ejecución acumulada en 2011 del 70,9%.

El presupuesto del sector público no financiero de gobierno para 2012 se fijó sobre la base de un precio del petróleo de 80 dólares por barril, similar al esperado por los analistas económicos que, junto al gasto que se prevé tenga el Estado, elevará el nivel del déficit fiscal para 2011, muy cercano al 3% del PIB, al 6% del PIB en 2012. El déficit fiscal de 2011 fue inferior al 6% del PIB proyectado, dado que se había considerado solo un precio de 73 dólares por barril para la confección del presupuesto, mientras que su precio en 2011 fue más elevado.

En noviembre de 2011 se promulgó una nueva ley, que permitirá recaudar un 0,6% del PIB, incrementará del 2% al 5% el impuesto a la salida de divisas, impondrá un gravamen a las botellas plásticas y los automóviles y aumentará las tasas a los cigarrillos y las bebidas alcohólicas.

El gasto del gobierno ha aumentado considerablemente debido a los fuertes planes de inversión y las políticas de ayuda social implementadas por el Estado, por lo que el nivel de gasto público en 2011 representará cerca del 40% de la actividad económica, mientras que en el primer quinquenio de la década superaba levemente el 20%. Lo anterior convierte al sector público en el principal motor de la economía.

En octubre de 2011 se renovó la Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga (ATPDEA), ocho meses después de su expiración, que garantiza el comercio preferencial del Ecuador con los Estados Unidos. Sin embargo, esta renovación solo será efectiva hasta mediados de 2013, fecha en que debería implementarse el acuerdo de libre comercio entre Colombia y los Estados Unidos.

Los indicadores de oferta de crédito corroboran que la expansión de la demanda interna va acompañada del incremento del consumo privado, pues en este segmento el aumento de la oferta de crédito ha sido superior al aumento del otorgamiento de crédito observado para los segmentos productivos de vivienda y microcrédito.

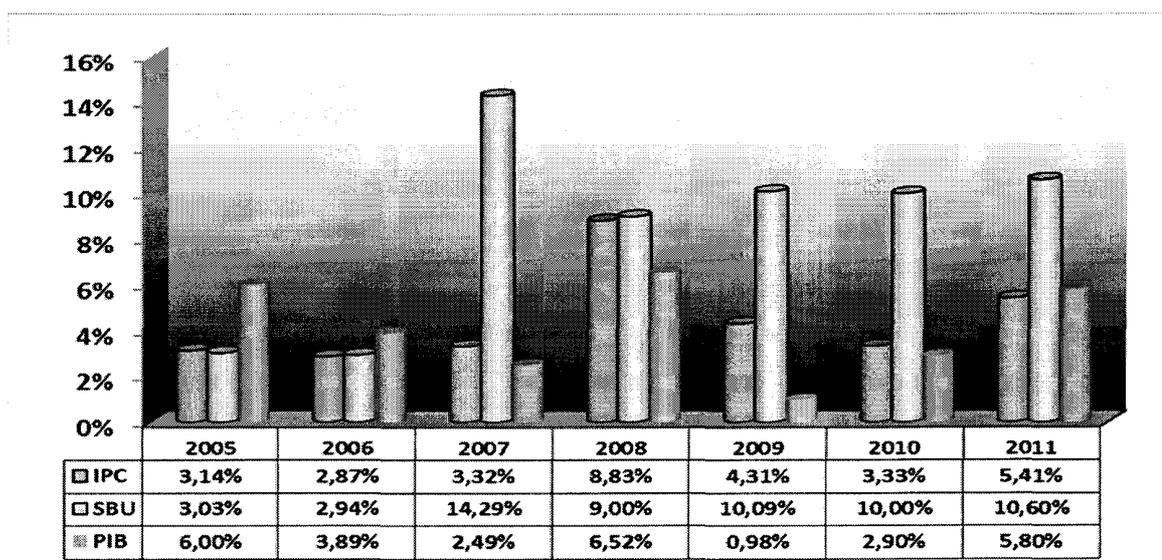
Además, las instituciones financieras muestran ser menos restrictivas al ofrecer tasas de interés más bajas y mejores plazos en los otorgamientos del crédito. En el segmento productivo, las mayores solicitudes de crédito las reportaron las ramas de actividad de la industria y del comercio, siendo los principales destinos de dichos fondos el capital de trabajo, la inversión y la adquisición de activos.

Continuando con la fuerte expansión de la actividad observada en el primer trimestre, el segundo trimestre mostró una gran aceleración, de manera que los resultados del primer semestre equivalían a lo esperado para todo el año. Los sectores con mayor crecimiento durante el primer semestre fueron la refinación de petróleo (42%), la electricidad y el agua (32%) y la construcción (21%). Este fuerte dinamismo de la producción se ha acompañado de bajos niveles de desempleo, que han retornado a las tasas previas a la crisis de 2008, permitiendo terminar con un promedio para el año en torno al 6%, en comparación con el 7,6% de 2010. Además, se constata una mejora en la calidad del empleo, ya que el subempleo bajó al 46% en septiembre, cuatro puntos porcentuales menos que en septiembre de 2010.

La inflación interanual ha ido en aumento desde febrero —cuando registró una variación anual del 3,4%— y en octubre alcanzaba ya el 5,5%. Dicha cifra se explica por el aumento del 8,2% de la inflación de los alimentos, mientras que la inflación sin alimentos aumentó un 4,4%. Se estima que la inflación interanual a diciembre se mantendrá en torno al 5,5%.

Al primer semestre la balanza comercial registraba un déficit de alrededor de 50 millones de dólares, equivalente al 0,1% del PIB, obtenido del superávit de la balanza comercial petrolera de 3.698 millones de dólares y del déficit de la balanza comercial no petrolera de 3.748 millones de dólares. El déficit en cuenta corriente estará en torno al 3% del PIB. A pesar de las altas tasas de desempleo registradas en España, el nivel de las remesas ha seguido aumentando, aunque aún no recupera los niveles previos a la crisis. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL))

Principales indicadores económicos del Ecuador.



SITUACIÓN HOTELERA EN ECUADOR.

El año 2011 fue en términos generales, un buen año para el sector hotelero de la ciudad de Quito, la ocupación y la tarifa promedio crecieron durante el segundo año consecutivo, sin embargo aún no alcanza los niveles de ocupación que tuvo la ciudad algunos pocos años atrás (2007 y 2008) en donde había alcanzado su punto más alto. Este repunte se da como consecuencia de los mejores indicadores económicos provenientes del mayor consumo interno consecuencia en gran parte del gasto público, así como también de los sectores económicos como el petrolero que al definir las reglas del juego han retomado un impulso importante durante el último año. El turismo sigue creciendo reflejado en el mayor número de extranjeros que llegaron al país durante el año en relación al año anterior.

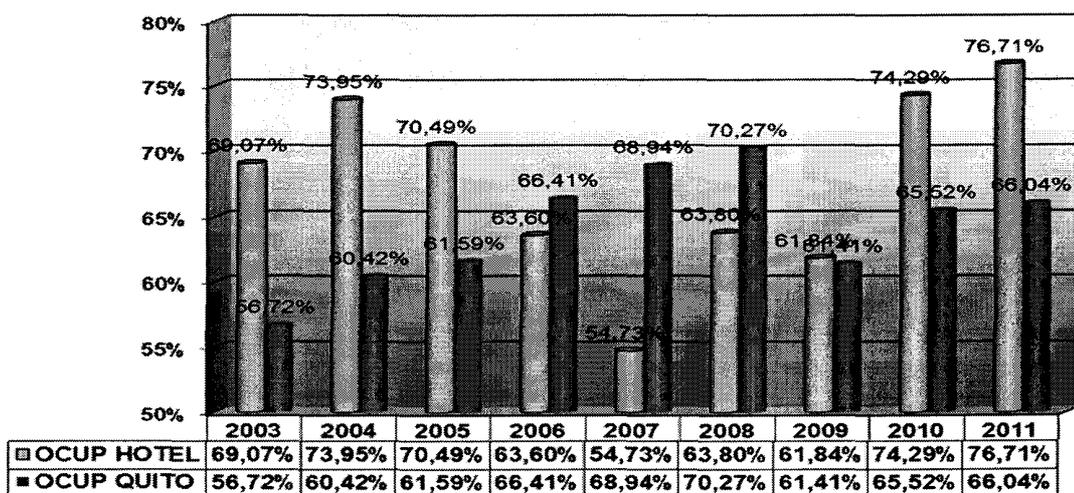
EL HOTEL RADISSON ROYAL EN EL 2011

Las estrategias planteadas desde hace 4 años para recuperar participación en el mercado dieron sus mejores resultados durante el año 2011. El balance al final del año para el Hotel Radisson Royal de Quito es muy positivo al lograr el propósito de posicionarse como el hotel de lujo con mejor ocupación de la ciudad y además el hotel con mayor crecimiento en RevPar dentro de su set competitivo.

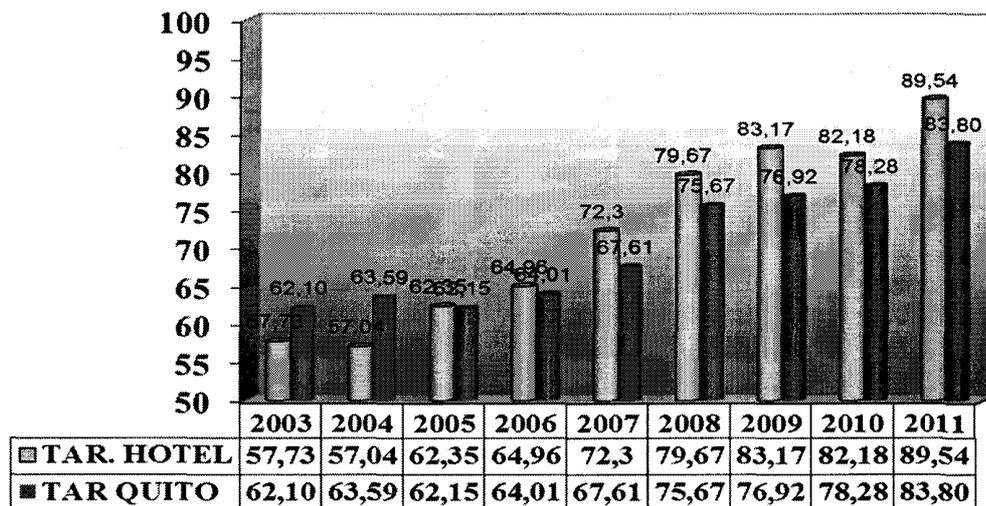
Vamos a detallar los logros más importantes que se enmarcaron dentro de nuestra operación en el 2010:

OCUPACIÓN, TARIFA Y PENETRACIÓN DE MERCADO.

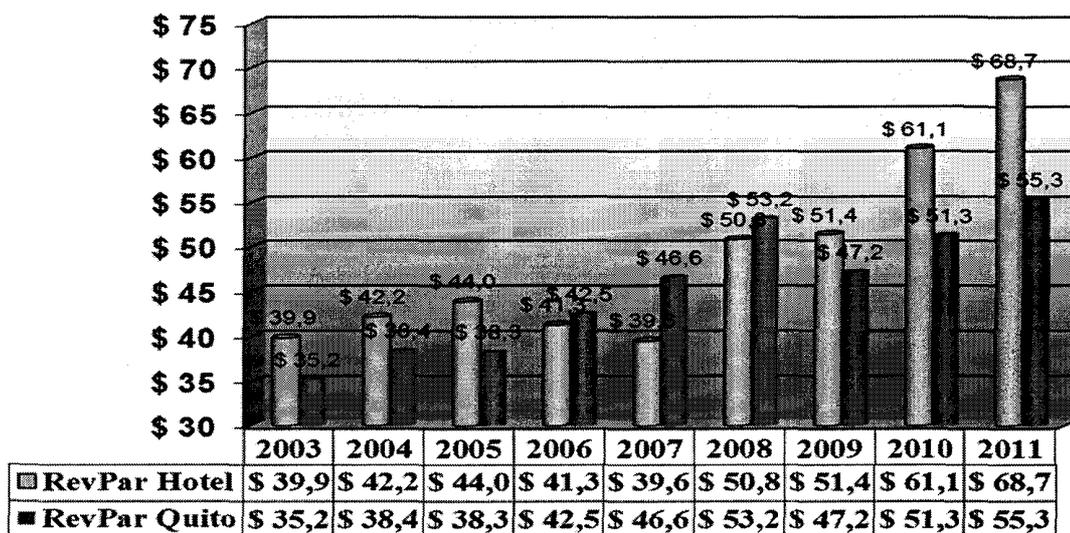
Ocupación: El año 2011 fue para el Hotel Radisson el año con mejor ocupación en su historia, además de ubicarse como el hotel con mejor ocupación de la ciudad dentro de la categoría de hoteles de lujo. El cumplimiento en ocupación frente al presupuesto y al año anterior fue del 103,26% en donde se había presupuestado 74,29% cifra que era igual al porcentaje de ocupación obtenido el año anterior. Frente a la ocupación de Quito se logró un índice igualmente cercano al 116% ya que el promedio general de ocupación de la ciudad estuvo poco por encima del 66%.



Tarifa: Nuestra estrategia para el año 2011 fue la de incrementar la tarifa en un 11,95%, y llegar así a los U\$92. Esta meta desafortunadamente no se alcanzó en su totalidad ya que al finalizar el año se cerró con U\$89,54 siendo 8,96% superior a la del año anterior pero casi un 3% inferior a la presupuestada. Frente al promedio de la ciudad se obtuvo un índice del 107%



RevPar: En cuanto al RevPar el resultado fue muy satisfactorio al poder cumplir con el objetivo propuesto para el año 2011. El presupuesto fue de U\$ 68,4 y se logró U\$ 68,7 llegando al 100% de cumplimiento. Frente al año anterior el crecimiento fue del 11% siendo el segundo año consecutivo creciendo por encima del 10%.



Analizando los resultados del hotel como consecuencia de su estrategia comercial y operativa se puede notar como el hotel tiene el mayor crecimiento en RevPar en los últimos 4 años comparado con su set competitivo. Teniendo en cuenta que el año 2008 ha sido históricamente el mejor año para los hoteles de la ciudad e igualmente la crisis vivida por el país y específicamente por la hotelería durante el primer semestre del año 2009.

El cuadro inferior demuestra como los hoteles de lujo de la ciudad todavía no recuperan los niveles en generación de ingresos obtenidos en el 2008.

	REVPAR	REVPAR	REVPAR	REVPAR	VARIACION
	dic-08	dic-09	dic-10	dic-11	2008/2011
RADISSON ROYAL QUITO	\$51	\$51	\$61	\$69	35,14%
HOWARD JOHNSON	\$46	\$45	\$49	\$51	11,91%
HILTON	\$62	\$54	\$60	\$63	1,58%
MERCURE	\$37	\$37	\$38	\$44	19,51%
DANN	\$48	\$40	\$46	\$52	7,68%
SHERATON	\$85	\$76	\$86	\$93	9,33%
MARRIOT	\$81	\$68	\$65	\$70	-13,41%
SWISSHOTEL	\$79	\$68	\$67	\$62	-21,76%
SUBTOTAL COMP	\$65	\$57	\$60	\$63	-4,28%
TOTAL	\$64	\$57	\$60	\$63	-1,93%

Por segundo año consecutivo en el año 2011 se volvió a tener un índice positivo de penetración en ocupación y en facturación respecto al set competitivo de Quito. En Noches se logró un índice de 1,15 contra 1,11 del año 2010 y en Ventas de 1,09 contra 1,02 del año anterior.

Cuadro de penetración acumulado a Diciembre:

	PENT NOCHES	PENT FACT						
	dic-08	dic-08	dic-09	dic-09	dic-10	dic-10	dic-11	dic-11
RADISSON ROYAL QUITO	0,91	0,79	1,00	0,90	1,11	1,02	1,15	1,09
HOWARD JOHNSON	1,09	0,71	1,07	0,79	1,06	0,82	1,09	0,82
HILTON	1,03	0,96	0,99	0,95	1,01	1,00	1,01	1,00
MERCURE	0,94	0,57	0,95	0,64	0,93	0,64	1,05	0,70
DANN	1,00	0,75	0,97	0,71	1,00	0,77	1,04	0,82
SHERATON	1,08	1,32	1,12	1,35	1,10	1,44	1,14	1,47
MARRIOT	1,00	1,26	0,98	1,20	0,94	1,09	0,96	1,11
SWISSHOTEL	0,97	1,23	0,99	1,20	0,96	1,11	0,81	0,98
TOTAL	1,00							

SERVICIO:

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

	2007	2008	2009	2010	2011	DIF	DIF
SERVICIO	8,78	8,83	8,90	9,02	9,04	0,02	0,26

Estos resultados ubicaron al hotel en el año 2011 en el puesto 12 de la cadena Radisson de las Américas entre 150 hoteles evaluados. Esta es la mejor calificación y posición que ha obtenido el hotel en estas evaluaciones desde el año 2007.

También se obtuvo una calificación de 88,72 según el cliente oculto efectuado en el mes de junio de este año realizado por la firma "Mystery ally" contratado por la Cadena Royal.

PRODUCTO.

Se continuó con la mejora del producto en todas las áreas, ya se terminaron mejoras en el 100% 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:

	2007	2008	2009	2010	2011	DIF	DIF
PRODUCTO	8,45	8,78	8,83	8,89	8,97	0,08	0,52

Esto ubicó al hotel en el puesto 4 de la cadena Radisson en las Américas entre 150 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, séptimo en Suramérica y 75 del mundo en cuanto a su relación costo – beneficio.

En cuanto a producto se recibió la inspección anual de la cadena Radisson QPR "Quality Performance Review" y se obtuvo una calificación de 94,3% muy por encima del límite mínimo permitido del 80% y por encima del año anterior que fue del 92,8%

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:

	2007	2008	2009	2010	2011	DIF	DIF
SATISFACCIÓN	8,65	8,85	8,90	8,98	9,02	0,04	0,37

La satisfacción de los clientes se incrementó en 0,04 con respecto al año anterior y estos resultados lo ubicaron en el puesto 4 de la cadena Radisson de las Américas entre 150 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 obtuvo en el 2011 el certificado de Excelencia de Trip Advisor por haber obtenido durante el año calificaciones promedio superiores a 4,5 sobre 5. En este portal el Hotel Radisson Royal de Quito estuvo ubicado durante el periodo de septiembre a diciembre de 2011 en el lugar #1 de todos los hoteles de Quito. El Hotel Radisson Royal de Quito está ubicado actualmente en el # 5 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.

GESTIÓN HUMANA.

En cuanto a los principales logros en el año 2011 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 2010 como eran compromiso, reconocimiento, crecimiento y desarrollo, futuro y visión, balance entre trabajo y vida. Este trabajo se vio reflejado de la siguiente manera según la evaluación de clima organizacional hecha por la firma Kenexa para los hoteles Radisson:

Ítem	Average Score	2011 % Favorable	2010 % Favorable	2009 % Favorable
Employee Engagement	4,27	80%	68%	57%
Performance Excellence Index	4,45	89%	--	--
Supervisor Effectiveness	4,34	88%	78%	64%
Behavioral Change	4,21	80%	42%	--
Change Management	4,54	95%	79%	77%
Communication	4,21	82%	76%	68%
Diversity	4,34	86%	75%	74%
Future/Vision	4,60	92%	74%	71%
Growth and Development	4,09	78%	74%	59%
Performance Management	4,34	85%	80%	73%
Quality	4,63	94%	--	--
Recognition	4,14	79%	74%	57%
Teamwork and Involvement	4,23	83%	78%	68%
Training	4,16	77%	--	--
Trust	4,46	91%	77%	73%
Work-Life Balance	4,24	85%	76%	64%

MERCADEO Y VENTAS.

En cuanto a los ingresos totales del hotel se logró un cumplimiento frente al presupuesto del 100,9% en donde se habían presupuestado U\$ 3.990.939 y las ventas totales al finalizar el año fueron de U\$ 4.029.069. El incremento en los ingresos totales frente al año anterior fue de 14,37%.

La renta a nuestros copropietarios se incrementó en un 18,78% pasando de una renta promedio mensual por habitación de U\$ 485,48 en el año 2010 a una renta de U\$ 576,63. en el año 2011.

Como en el año 2011 para el año 2012 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.

- Al igual que en el 2011, nuestra meta para el 2012 será incrementar en U\$ 8 la tarifa promedio y así seguir consolidando el proceso de mejora en la participación de ventas dentro de la oferta hotelera de la ciudad.
- Se consolidó el departamento de ventas durante el año 2011, se mantuvo todo el equipo completo y estable durante el año, Jefe de mercadeo y Ventas y tres ejecutivos de cuenta. Desde el mes de Julio se tiene una nueva asistente de ventas y mercadeo quien se concentrará en empresas pymes, agencias internacionales y RFPs. Todos estos cambios para mejorar la cobertura e incremento de nuevas empresas.
- Durante el año 2011 se llevaron a cabo por parte de todo el departamento comercial 4 sales blitz a la ciudad de Guayaquil, incluyendo la participación en el torneo de Golf organizado por la Camecol con el fin de mantener nuestras empresas clientes y ganar nuevas en esta ciudad. Para el año 2012 se seguirán haciendo estas visitas trimestrales.
- El Departamento de Mercadeo y Ventas seguirá apoyando la gestión de Eventos y Banquetes incentivando las ventas de salones y reforzando en aquellos eventos que involucren hospedaje. Para esto se cambió dentro del hotel la ubicación de la ejecutiva de venta de eventos quien ahora se ubica dentro del departamento comercial.
- Nuestra meta para el 2012 será seguir consolidando los eventos sociales los cuales han tenido una buena acogida en el hotel desde el año 2008. Para esta estrategia se nombró a Carmen Briceño, nuestra Jefe de A&B como única encargada de eventos sociales por su experiencia y conocimiento del tema.
- con la mejora del aire acondicionado y el internet dedicado en nuestros salones se fortalecieron mucho los eventos empresariales especialmente durante el segundo semestre del año 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 2012, 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 78,00.
- Se intensificará la gestión de ventas en el segmento corporativo, buscando empresas y nuevos nichos que estén trabajando con hoteles de la competencia.
- La estrategia en los canales internacionales ha cambiado un poco debido buena demanda de habitaciones por parte de nuestros clientes corporativos y

a la necesidad de subir la tarifa promedio de hotel. Estas tarifas se monitorearan a diario para sacar el mejor provecho de acuerdo a la demanda y a la competencia. Se viene utilizando el sistema SNAP creado por Radisson para detectar días de alta demanda y subir tarifas de acuerdo a esto.

- Se continuará fortaleciendo el programa Reserve y Gane con los lineamientos de la cadena Royal que durante este año 2011 de su lanzamiento ha tenido una muy buena acogida, pasando de 120 socias a principio de año hasta terminar con 697 socias en diciembre de 2011.
- 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.
- Se hará una fuerte campaña en redes sociales promocionando principalmente el consumo de nuestros ambientes de alimentos y bebidas, como el bar y restaurante, esto enmarcado dentro del programa de la cadena royal "Áreas Rentables Royal" "ARR"
- También dentro del programa "ARR" Se van a trabajar alianzas estratégicas con clubes de consumo como "Le Club ResNet" y "Club Buena Vista" con el fin de incrementar las ventas de nuestros ambientes a través de beneficios y promociones especiales para sus socios.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

POLÍTICA AMBIENTAL

RADISSON ROYAL QUITO HOTEL, consciente de su responsabilidad ambiental, está comprometido con el uso racional de los recursos naturales, la reducción de los residuos contaminantes y el cumplimiento de la legislación ambiental: a través de un trabajo constante de sensibilización a nuestros colaboradores, huéspedes, clientes y proveedores y el cumplimiento de los programas ambientales. Contribuyendo así al desarrollo sostenible para el bienestar de las futuras generaciones.

CERTIFICACIÓN GREEN KEY

El programa está diseñado para reconocer a hoteles y resorts que cumplen con políticas que favorecen la protección y cuidado del medio ambiente. Basado en los resultados de una minuciosa auditoría, los hoteles son clasificados en una escala de 1 a 5 "Green Keys".

El Hotel Radisson Royal Quito se destacó en áreas de evaluación tales como: gestión ambiental corporativa, alojamiento, servicios de alimentos y bebidas, servicios de conferencias y reuniones, mantenimiento e ingeniería. Razones para haber sido galardonado con la categoría de "Cuatro Green Keys" el pasado mes de septiembre.

Acciones de negocios responsables que se han adoptado en el interior del hotel:

- Tomamos responsabilidad por la diversidad, por la salud, seguridad y protección de nuestros empleados, clientes y huéspedes.
- Demostramos liderazgo en responsabilidades sociales y prácticas éticas dentro de nuestro hotel y de nuestra comunidad.
- Reducir nuestro impacto negativo en el medio ambiente gracias a una campaña muy fuerte de reciclaje tanto de desechos plásticos, como de vidrio, papel y cartón y materias contaminantes.
- Hemos conducido campañas trimestrales para motivar a nuestros anfitriones a cooperar con nuestros objetivos y a ayudar al medio ambiente y continuar con estas prácticas en sus hogares y con su comunidad.
- Un tablón de anuncios se ha instalado en la parte posterior de las áreas de la casa para comunicar ideas, mensajes y la información más importante sobre el medio ambiente.

PROGRAMA DE APOYO A LA FUNDACIÓN IFEEN

El Hotel Radisson Royal Quito, como parte de su compromiso con la sociedad y con la comunidad, ha desarrollado un programa de Responsabilidad Social que este año ha favorecido al Instituto IFEEN (Instituto Fiscal De Educación Especial del Norte), que acoge a cerca de 175 niños con Síndrome de Down, Distrofia Muscular, y Parálisis Cerebral. Para apoyar a esta institución, el hotel creó un programa para cargar a la cuenta de sus huéspedes la cantidad de US \$1.00 por estadía como donación voluntaria. El propósito del Hotel es recoger esa cantidad para ofrecer ayuda a estos niños. Si el huésped no desea colaborar, solamente tiene que notificarlo en recepción. Se han realizado ya cuatro aportes importantes que constan a continuación:

- Día de la Tierra: arreglo de un pedazo de tierra dentro de las instalaciones de la institución para convertirla en una huerta para cosechar verduras para el consumo de los niños. En esa fecha se entregó al instituto un aporte voluntario del personal del hotel que constituyó en material escolar y didáctico para los niños.
- Día del Niño: El día 1 de junio se celebra en el Ecuador el Día del Niño y el personal del Hotel organizó un agasajo para todos los niños, en donde se ofreció una fiesta con sorpresas, comida y entretenimiento para ellos.
- Día de Responsabilidad Social Radisson: Los días 24 y 25 de septiembre se cumplió con el proyecto más importante: dotar de un nuevo comedor y cocina para los niños. En este proyecto participaron muchos de los empleados del hotel en un fin de semana colaborando con la pintura, limpieza y adecuación del nuevo comedor. Se pintaron tres murales y se entregó nuevo mobiliario (mesas y sillas para el comedor), un refrigerador nuevo y nuevo equipamiento para cocina.
- Navidad: El 7 y 9 de diciembre realizamos el Agasajo de Navidad para nuestros niños del IFEEN. Los recibimos en Sanbomba, unos de los sitios de diversión para niños más importante de la ciudad y pudimos compartir con ellos un momento muy agradable. Cada uno de nuestros empleados apadrinó a dos niños y cumplimos con la entrega de 1 regalo para cada uno de los 170 niños que acoge el instituto.

RECURSOS NATURALES

Energía:

- Todos los bombillos de los letreros del hotel han sido cambiados por los de tecnología LED.
- Tenemos un plan para reemplazar toda la iluminación de dicróicos por tecnología inteligente ó LED de manera gradual.
- Se han instalado detectores de movimiento públicas del hotel, áreas internas parqueaderos, pasillos de habitaciones.
- Todas las habitaciones del hotel cuentan con dispositivos ahorradores de energía que permiten que todas las luces y aire acondicionado se apaguen una vez que el huésped retira de la llave de su habitación del dispositivo.
- El hotel no utiliza calentadores (samovares) para el área de banquetes y recepciones que utilicen flama sino que utiliza mecheros por corriente eléctrica

Agua:

- En el hotel se instaló una nueva lavadora de platos que garantiza el ahorro de agua y energía.
- En todas nuestras habitaciones se han colocado "eco-habladores" que sugieren al huésped ayudarnos a conservar el ambiente gracias a la no contaminación de ríos con residuos de jabón y gasto de energía eléctrica, al escoger si gusta que las sábanas y toallas sean cambiadas diariamente durante su estadía o pasando un día.
- El hotel ha colocado en todas las habitaciones habladores que sugieren a los huéspedes utilizar un vaso con agua al lavarse los dientes y evitar el dejar correr el agua, ya que cumplir con este procedimiento ahorra alrededor de 20 litros de agua por uso por día.
- En las griferías de todas las habitaciones, tanto de lavamanos como de ducha, se han colocado empaques especiales que permiten el ahorro de agua.
- El hotel mantiene una supervisión exhaustiva y constante para evitar fugas de agua en el sistema de inodoros de todas las habitaciones para evitar el desperdicio de agua.
- Se han colocado sensores en todos los baños y lavamanos en las áreas públicas del hotel.
- Se han cambiado las mezcladoras de las tinas de todas las habitaciones para prevenir fugas de agua.
- Utilización de productos de limpieza biodegradables que reducen el impacto de contaminación en agua que desemboca en ríos y mares.
- El contenido de los amenities (shampoo, acondicionador) que son colocados en todas las habitaciones del hotel para uso de nuestro huéspedes, son biodegradables

Desechos contaminantes:

- El hotel está trabajando en controlar el desecho orgánico y no orgánico que se genera en el hotel. El desecho orgánico se entrega a la empresa acreditada y certificada por la Alcaldía de Quito. El desecho orgánico se recicla dentro del hotel y se recolecta para ser entregado a la Fundación PRODES que ayuda a 20 escuelas de niños abandonados o de escasos recursos.
- El Hotel está regulado por la ALDIR, una empresa de Auditoría en Gestión Ambiental, debidamente reconocida por el Ministerio del Ambiente del Ecuador.

Otros:

- El 92% de los materiales que conforman los bolígrafos que el hotel utiliza el hotel tanto en habitaciones como en eventos, son biodegradables, hechos de fécula de maíz, conforme a las normativas internacionales EN (13432) y ASTM D (6400)
- Los frascos de los amenities que se colocan en habitaciones son biodegradables y somos el primer hotel a nivel mundial en utilizarlos.
- Todas nuestras tarjetas de presentación están hechas en papel reciclable.
- Todos nuestros proveedores manejan políticas de responsabilidad social y de negocios responsables.

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. En consideración a que los tres ejecutivos fueron sobreseídos definitivamente del proceso.

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 Diners US\$. 6.841,09 y cheques incautados por la policía US\$. 5.498,41, cuya liberación se tramitará cuando la Corte Nacional de Justicia resuelva el recurso de revisión interpuesto por las señoras Adriana Forero y Martha Cecilia Caicedo.

La operación del hotel se encuentra totalmente regularizada.

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 2011 utilidades por US\$. 124.600,31 las pérdidas de ejercicios anteriores suman US\$. 355.141,67.

Los objetivos del año 2011 fueron:

SOCIEDAD HOTELERA COTOPAXI S.A. US.\$ DOLARES

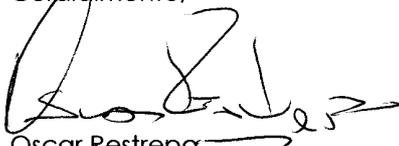
Descripción	US.\$ DOLARES			DIFERENCIAS			
	Real Acumulado dic-10	Ppto. Acumulado dic-11	Real Acumulado dic-11	Real 2010 VS Real 2011 D-F	Porcentaje E	Variación Real vs. Ppto dic-11	Variación Real vs. Ppto dic-11
1- Ocupación	74,29%	74,29%	76,71%	0	103%	0	103%
2- No. De Noches	30.369	30.369	31.360	0	103%	991	103%
3- Tarifa Promedio	82,16	92,00	89,54	-9,84	109%	-2,46	97%
4- Revpar	61,04	68,35	68,69	-7,31	113%	0,34	101%
5- Ventas Alojamiento	2.114.614	2.454.591	2.417.688	303.075	114%	-36.903	98%
6- Ventas Alimentos y Bebidas	1.253.694	1.364.226	1.441.960	188.266	115%	77.735	106%
8- Comunicac., Lavandería, Otros Ingresos	154.742	172.122	169.420	14.679	109%	-2.702	98%
9- Ventas Totales	3.523.049	3.990.939	4.029.069	506.019	114%	38.130	101%
10- Cubiertos Visitantes	30.262	34.035	34.072	3.810	113%	37	100%
11- Cubiertos Huéspedes	56.002	56.579	57.712	1.710	103%	1.133	102%
12- Salarios Totales	747.495	800.332	787.461	39.966	105%	-12.870	98%
13- Costos y Gastos Departamentales	1.102.345	1.242.111	1.269.201	166.856	115%	27.090	102%
14- Gastos No Distribuidos	1.550.711	1.698.952	1.726.538	175.828	111%	27.586	102%
15- Utilidad Operativa (G.O.P.)	869.994	1.049.876	1.033.330	163.336	119%	-16.546	98%
16- Renta Promedio por Habitación	5.826	7.030	6.920	1.094	119%	-111	98%
17- Renta Copropietarios	652.495	787.407	774.997	122.502	119%	-12.410	98%
18- Remanente Operador	217.498	262.469	258.332	40.834	119%	-4.137	98%
19- Egresos por Intereses sobre préstamos	-75.823	-75.823	-74.823	1.000	99%	1.000	99%
20- Otros Egresos no Operacionales	-24.013	-34.115	-58.808	-34.796	245%	-24.693	172%
21- Renta Operador(Local hotel)	66.536	80.293	79.028	12.492	119%	-1.265	98%
22- Otros Ingresos no Operacionales	11.334	12.394	18.895	7.561	167%	6.501	152%
23- Utid (pérd) antes Asist. T., Deprec. y A x	195.533	245.218	222.624	27.091	114%	-22.595	91%
25- Utid (pérd) antes de Depreciac. Y A x I	195.533	245.218	222.624	27.091	114%	-22.595	91%
26- Gasto por Depreciación	-29.744	-29.744	-29.744	0	100%	0	100%
29- Utilidad (pérdida) antes Impto. Renta	165.789	215.475	192.880	27.091	116%	-22.595	90%
30- 15% Utilidad Empleados	24.868	32.321	28.932	4.064	116%	-3.389	90%
31- Impuesto de Renta	30.238	49.031	39.347	9.110	130%	-9.684	80%
32- Utilidad Neta	110.683	134.122	124.600	13.917	113%	-9.522	93%

Las principales cuentas financieras al 31 de Diciembre del 2011 son las siguientes:

ACTIVO			Valor	%
	Corriente	US\$	1.130.560,37	48,73%
	Fijo	US\$	1.147.910,84	49,48%
	Diferidos	US\$	41.626,99	1,79%
Total Activos		US\$	2.320.098,20	100,00%
PASIVO				
	Corriente	US\$	1.518.898,80	65,47%
	Largo Plazo	US\$	60.840,54	2,62%
	Total Pasivo	US\$	1.579.739,34	68,09%
	Patrimonio	US\$	740.358,86	31,91%
Total Pasivo y Patrimonio		US\$	2.320.098,20	100%

La administración propone que las utilidades del año 2011 sean destinadas a disminuir las pérdidas acumuladas de ejercicios anteriores.

Cordialmente,


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

