

**INFORME
DE
GERENCIA**

2017-02-14

2016

En este documento se presenta el análisis de resultados 2016 de Sociedad Hotelera Cotopaxi S.A. así como perspectivas y Objetivos para el año 2017.

**SOCIEDAD HOTELERA COTOPAXI S.A.
COPAXI
ANÁLISIS DE RESULTADOS AÑO 2016**

Tabla de contenido

1. ANALISIS ECONOMICO 2016.....	- 3-
2. SITUACION DE LA HOTELERIA EN QUITO.....	- 5-
3. SITUACION DEL HOTEL FRENTE A LA COMPETENCIA 2016.....	- 7-
4. RESULTADOS 2016.....	-10-
5. PROYECCIONES ECONOMICAS 2017	- 18-
6. PLAN ESTRATEGICO 2017.....	- 19-

1. ANÁLISIS ECONÓMICO 2016

1.1 SITUACIÓN ECÓNOMICA

La economía cierra el año con una contracción. Este resultado se debe principalmente a una débil demanda interna y a la caída de la inversión y del consumo. Asimismo, tanto la balanza comercial no petrolífera como la producción petrolífera han empeorado. A esta situación han contribuido el reducido precio del petróleo y el coste de la recuperación del terremoto del 16 de abril de 2016. Por su parte, se observa una disminución de la inflación. Sin embargo, se está produciendo un deterioro de la calidad y cantidad del empleo, que está generando un mayor desempleo, afectando al nivel de consumo.

El Banco Central del Ecuador presentó el Índice de Actividad Económica Coyuntural que permite conocer los cambios en el volumen de la actividad económica del país. En dichos índices el país mostró durante el segundo trimestre del año 2016 un crecimiento del 0,6% en el PIB, sin embargo, comparado con el segundo semestre del año 2015 se registró una caída del -2,2%. El Producto Interno Bruto (PIB) para el 2016 fue de -2,1% (Informe del PIB - CEPAL)

En cuanto al Sector Exterior, el primer cuatrimestre del año, la balanza comercial presentó un superávit de USD 48.5 millones, el mismo obedece a la drástica reducción de importaciones (36,5%) en relación a los cuatro primeros meses del año 2015.

Según el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) la tasa de desempleo durante el año 2016 terminó en un 5,2%. La tasa de empleo adecuado fue de 41,2 % disminuyendo en 5.3. A diciembre 2016, la tasa de empleo no pleno registró una reducción de 1.3 puntos en relación a diciembre de 2015. La tasa de desempleo a diciembre de 2015 fue del 4,8%, por lo que para el 2016 hubo un incremento de desempleo de 0.4 puntos porcentuales.

En cuanto al índice de inflación anual, para diciembre 2016 la misma fue del 2,1% versus la tasa para el mismo mes del año 2016 que fue de un 3,38%. Para el mes de diciembre de 2016, la Canasta Familiar Básica, tiene un costo de 700,96 USD frente al Ingreso Familiar del mes de 683,20 USD obtenido con 1,60 perceptores de Remuneración básica unificada. Esto plantean una restricción en el consumo de 17,76 USD, esto es el 2,53% del costo actual de la Canasta Familiar Básica. En consecuencia, con su Presupuesto Familiar, los Hogares Urbanos adquirieron la Canasta Familiar Básica, con la limitación de que el poder adquisitivo del ingreso familiar disponible fue insuficiente en el 2,53%

Las exportaciones cayeron en un 14,6% y las importaciones en un -15,3%.

1.2 Perspectivas 2017 (CESLA Centro de Estudios Latinoamericanos)

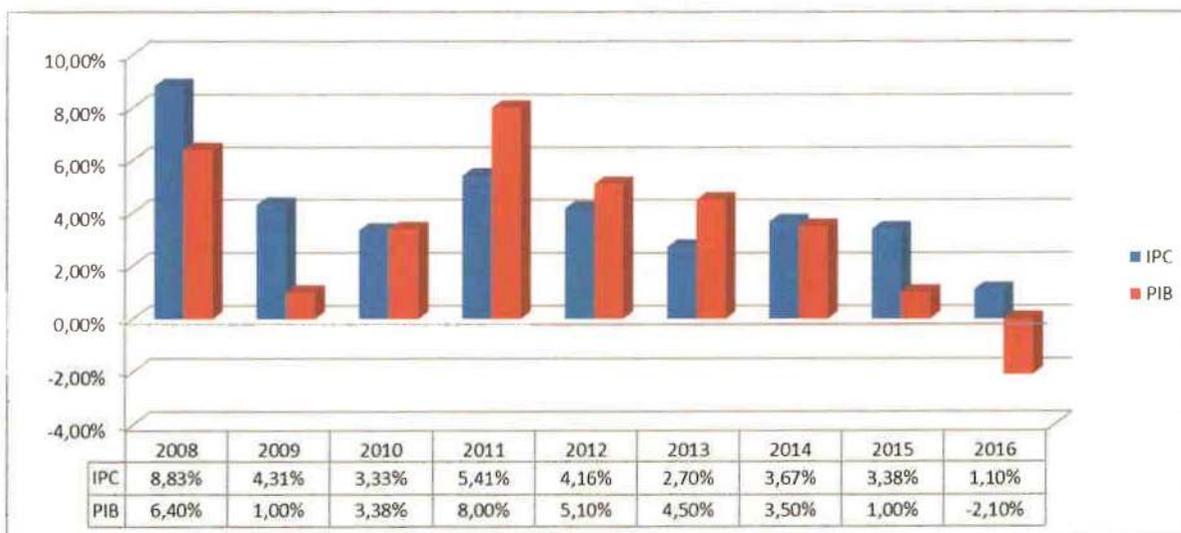
Se prevé una ligera recuperación para este año 2017, aunque la situación económica se presenta complicada. El bajo precio del petróleo obliga a implementar recortes en el gasto público, que conllevan reducciones en la inversión y el consumo. El crecimiento económico se sitúa cercano a cero punto siete, conforme a la CEPAL. El avance se prevé teniendo en cuenta que en el último trimestre se observó una recuperación en la nación y también en los precios del petróleo. Cepal estima que el crudo pueda recobrar a nivel mundial alrededor del 20 por ciento de su precio, lo cual tendrá un impacto positivo en la economía nacional y de todos los países productores. Las cifras de desempleo en la región son más complejas, pues en Ecuador es de 5,2 por ciento cuando en la zona, en su conjunto, es del 8 por ciento.

Va a ser necesario adoptar una consolidación fiscal, dado que los ingresos petrolíferos y tributarios se encuentran en niveles muy bajos y el déficit fiscal es insostenible. Esta situación va a conllevar una mayor deuda pública, dependiente de la financiación externa, principalmente China y otros organismos internacionales. Por consiguiente, esto va a generar mayores costes de financiación. Por tanto, es necesario reducir el gasto público.

Se prevé un incremento en las exportaciones en un 11,8% así como en las importaciones en un 0,4%.

Los principales Indicadores se proyectan para el año 2017:

Producto Interno Bruto PIB	-1,2
Inflación (% Promedio)	2,1
Tipo de Cambio \$ / Euro	1,1



13

ECUADOR

Fuente: Banco Central del Ecuador

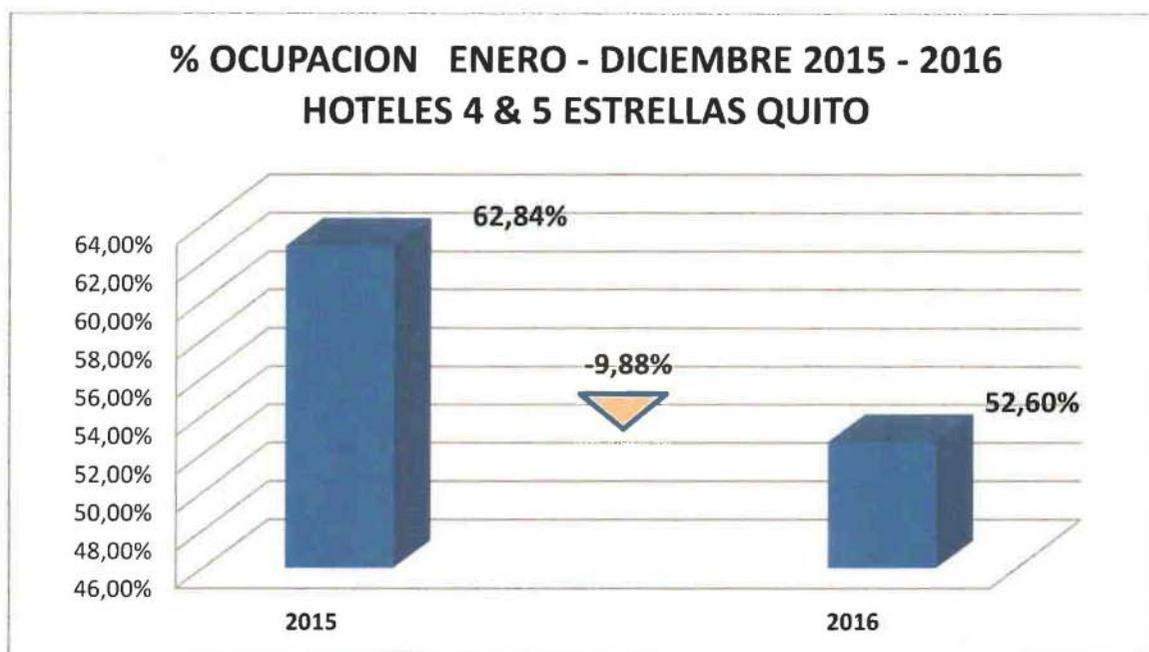
De acuerdo a la información del Banco Central del Ecuador el crecimiento del PIB para el 2016 fue de -2,1%.

El IPC del 2016 cerró en 1,1%

El índice de desempleo para el 2016 fue del 5,2%

Riesgo país: 6

2.- SITUACION DE LA HOTELERIA EN QUITO (Fuente: HQM / Hoteles de Quito Metropolitano)

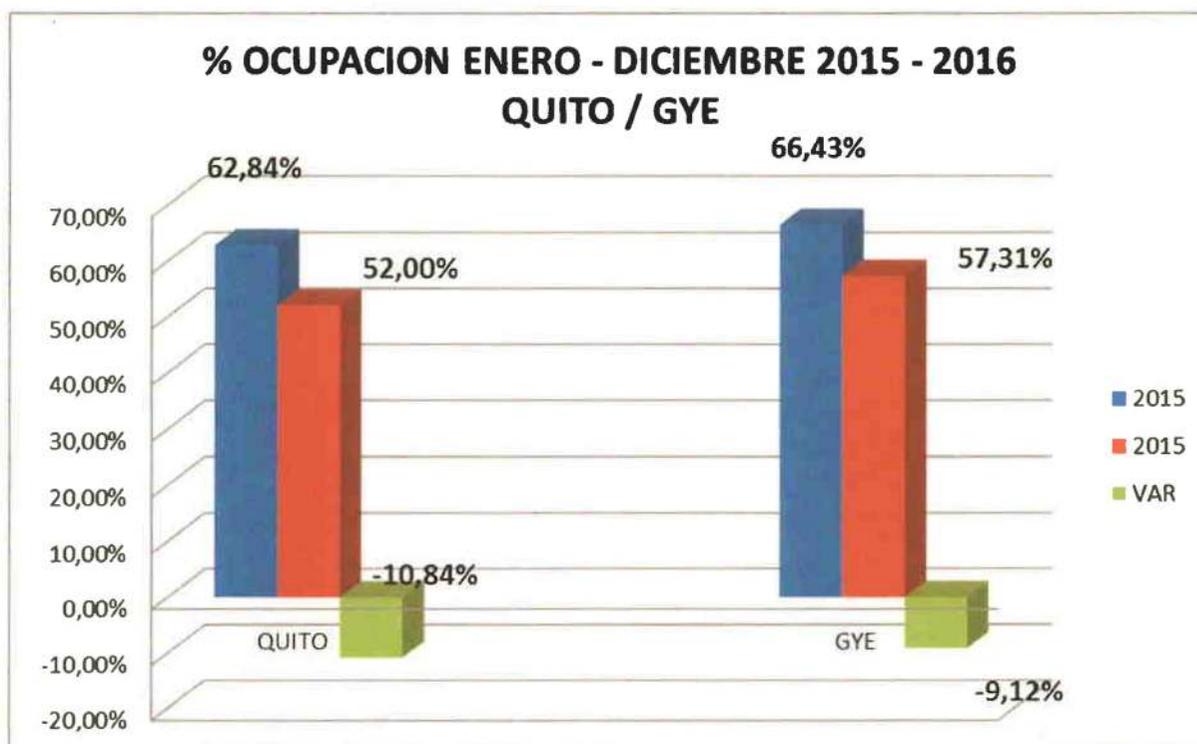


OCUPACIÓN HOTELERA MENSUAL HQM HOTELES 5* Y 4* - 2016 vs. 2015 vs. 2014

AÑO / MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
2014	59,88%	75,86%	68,75%	66,38%	69,46%	66,61%	70,93%	64,74%	73,14%	70,42%	78,45%	51,64%
2015	61,79%	63,01%	67,17%	63,14%	65,96%	64,29%	66,94%	55,22%	63,61%	64,64%	74,71%	47,20%
2016	46,55%	54,47%	51,96%	54,08%	53,23%	53,45%	52,77%	47,43%	50,54%	67,46%	58,58%	40,39%
Var. 2015-2014	3,19%	-16,94%	-2,30%	-4,88%	-5,04%	-3,48%	-5,63%	-14,70%	-13,03%	-9,21%	-4,77%	-9,60%
Var. 2016-2015	-24,66%	-13,55%	-22,64%	-14,35%	-19,30%	-16,86%	-21,17%	-14,11%	-20,55%	4,36%	-21,59%	-14,43%

% OCUPACION HOTELES 4 & 5 ESTRELLAS QUITO						
AÑO	2011	2012	2013	2014	2015	2016
% OCC	67,30%	72,23%	71,62%	67,93%	62,84%	52,6%
Var		4,93%	-0,61%	-3,69%	-5,09%	-9,88%

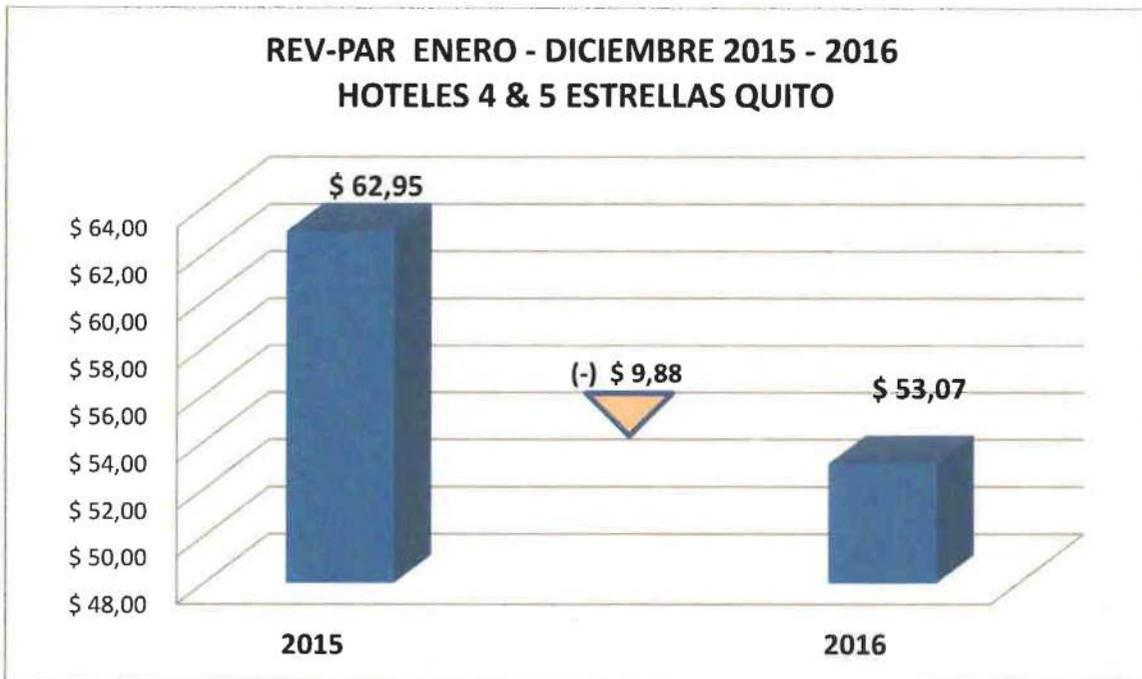
Durante el año 2016 según información reportada por HQM de los hoteles de 4 & 5 estrellas, la ocupación promedio estuvo en el 52,60%, lo que representó una variación de -9,88% con respecto al año 2015.



En la anterior gráfica se ve claramente que durante el año 2015 y 2016 Guayaquil obtuvo un mejor % de ocupación versus Quito. Sin embargo de que las dos ciudades presentan un decrecimiento vs. el año anterior, el decrecimiento de Guayaquil es menor que el de Quito.

Durante el año 2016 según información reportada por HQM de los hoteles de 4 & 5 estrellas, la ocupación promedio estuvo en el 52,60%, lo que representó una variación de -9,88% con respecto al año 2015.

Para el periodo de enero a diciembre del año 2016 los hoteles de 4 y 5 estrellas obtuvieron una tarifa promedio de \$100,90, mientras para el mismo periodo del año 2015 se manejó una tarifa de \$100,18, lo que representa una variación del \$ 0,72 centavos adicionales a la del año 2015.



En los meses de enero a diciembre del año 2016 se arrojó un ingreso por habitación disponible de \$53,07, mientras el mismo periodo del año 2015 arrojó un ingreso por habitación disponible de \$62,95, lo que representa una variación del (-)\$9,88.

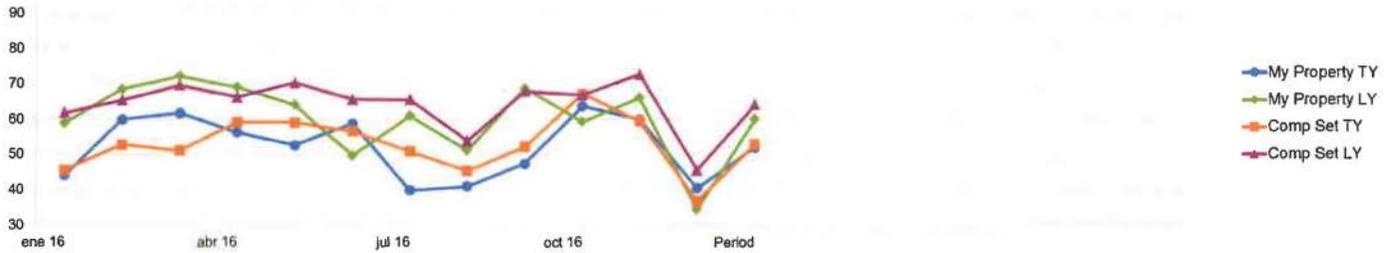
3 SITUACIÓN DEL HOTEL FRENTE A LA COMPETENCIA 2016

A continuación observaremos el comportamiento del Hotel NH Collection Royal Quito frente a indicadores como ocupación, tarifa promedio y Rev-Par.

Se adquirió el reporte STR Program para todos los hoteles de la cadena, en donde se compara el rendimiento del hotel en cuanto a ocupación, tarifa media diaria (ADR) e ingresos por habitación disponible (RevPAR) con el grupo competitivo que hemos escogido previamente, para descubrir si se está ganando o perdiendo cuota en el mercado.

Para NH Collection Royal Quito se escogieron Mercure, Sheraton, Swissotel, Akros y Holiday Inn Express, por la cierta similitud en Tarifa, servicio, capacidad, porque son los hoteles con los que se han compartido algunas cuentas. A continuación se muestran los datos de NHCRQ VS el set competitivo:

Monthly Occupancy (%) - Jan 2016 to Dec 2016

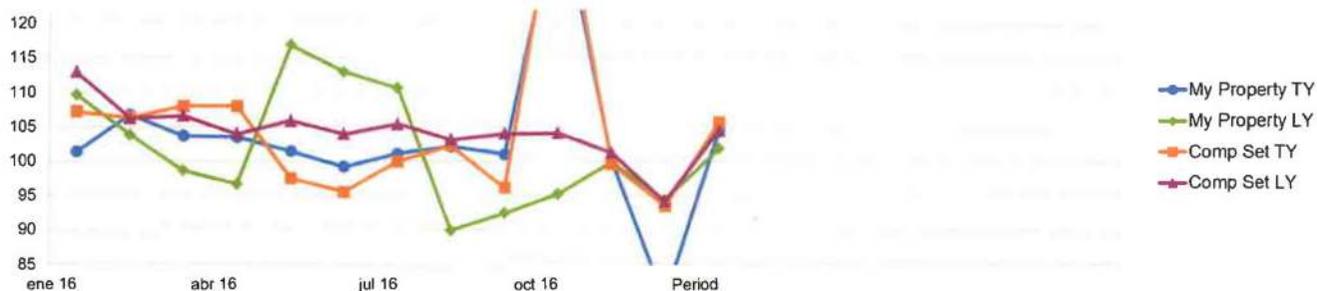


Date	ene 16	feb 16	mar 16	abr 16	may 16	jun 16	jul 16	ago 16	sep 16	oct 16	nov 16	dic 16	Period
NHCRQ 2016	44,1	59,9	61,7	56,3	52,6	58,8	39,9	41,0	47,4	63,7	60,1	40,5	52,1
NHCRQ 2015	59,0	68,5	72,1	69,1	64,0	49,7	60,9	51,3	68,9	59,4	66,2	34,5	60,2
Comp 2016	45,6	52,8	51,1	59,2	59,1	56,6	50,9	45,4	52,2	67,2	59,5	36,9	53,0
Comp 2015	61,8	65,3	69,6	66,2	70,3	65,6	65,5	53,9	68,0	66,9	72,8	45,7	64,2

El Hotel NH Collection Royal Quito tiene una penetración sobre el set competitivo, con un RGI de 97,1%, siendo los fines de semana los que más afectan el resultado, esto debido a no contar con grupos y series de Turismo en dichos días, como las que tienen los hoteles del set competitivo, así como tripulaciones.

TARIFA

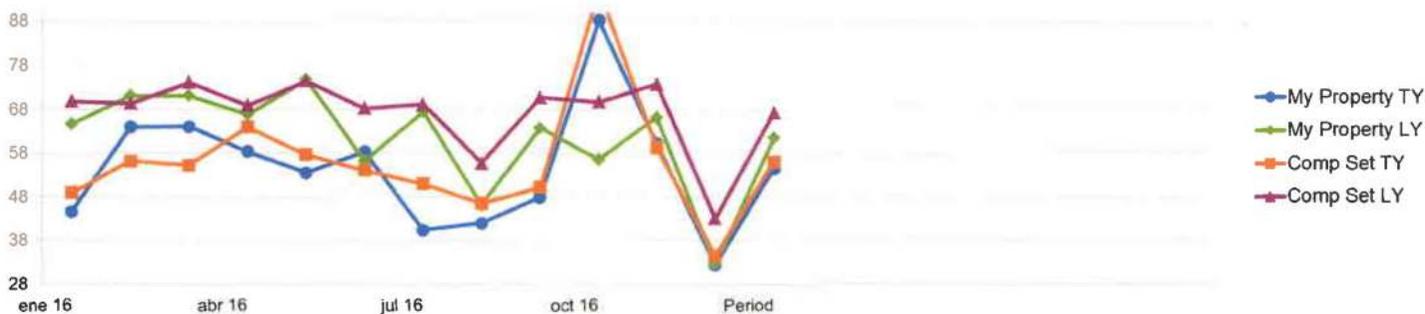
ADR MENSUAL Enero - Diciembre 2016 vs 2015



Date	ene 16	feb 16	mar 16	abr 16	may 16	jun 16	jul 16	ago 16	sep 16	oct 16	nov 16	dic 16	Period
NHCRQ 16	101,40	106,77	103,68	103,54	101,49	99,17	101,12	102,18	101,04	138,13	100,07	79,82	104,42
NHCRQ 15	109,61	103,80	98,61	96,65	116,84	112,97	110,64	89,91	92,44	95,21	99,91	94,37	101,87
Comp 16	107,20	106,35	108,00	108,00	97,54	95,50	100,02	102,32	96,14	141,53	99,61	93,52	105,68
Comp 15	112,94	106,24	106,63	103,97	105,89	103,95	105,44	103,20	104,07	104,13	101,29	94,11	104,55

REV PAR 2016-2015

RevPAR MENSUAL ENERO - DICIEMBRE 2016 VS 2015



Date	ene 16	feb 16	mar 16	abr 16	may 16	jun 16	jul 16	ago 16	sep 16	oct 16	nov 16	dic 16	Period
NHCRQ 16	44,68	63,94	63,99	58,30	53,43	58,29	40,31	41,91	47,88	88,22	60,13	32,33	54,38
NHCRQ 15	64,62	71,13	71,15	66,77	74,81	56,18	67,43	46,09	63,66	56,52	66,10	32,59	61,32
Comp 16	48,87	56,20	55,23	63,94	57,67	54,03	50,96	46,49	50,19	95,07	59,22	34,48	56,02
Comp 15	69,80	69,39	74,18	68,87	74,43	68,19	69,11	55,65	70,73	69,63	73,72	42,98	67,17

4 RESULTADOS 2016

Es importante comenzar diciendo que el hotel presentó dos comportamientos durante el año 2016, el primer semestre (enero-junio de 2016) del año obtuvo un promedio en ocupación de 55,45% y una tarifa promedio de \$104,70; lo que representó una variación del 7,89 puntos porcentuales y 3%, respectivamente, comparándolo con una ocupación de 63,34% para el año 2015 y una tarifa promedio de \$101,95 en el mismo periodo del año anterior.



Para el segundo semestre del año 2016 (julio-diciembre de 2016) el comportamiento tuvo una disminución porcentual en ocupación de -7,72 puntos y en tarifa un incremento del 10% con respecto al mismo periodo del año 2015. Pasando en ocupación de 57,05 % año 2015 al 49,34 % año 2016 y en tarifa de \$ 96,32 año 2015 a \$ 106,40 año 2016 en el mismo periodo.



Los resultados del año 2016, se ven afectados principalmente por el comportamiento de la economía del país, aranceles de importación, la crisis del sector petrolero, el terremoto del mes de abril, el incremento del IVA y los nuevos impuestos.

El Hotel comienza a desarrollar un plan de acción en conjunto con las gerencias corporativas de relaciones públicas, mercadeo y ventas, para contrarrestar los efectos del comportamiento económico del país y la región con las siguientes estrategias:

- Definición de estrategia con tarifas agresivas para grupos (más de 10 habitaciones por noche) y largas estadías (más de 14 noches consecutivas e ininterrumpidas) con descuentos entre el 20 y el 30% sobre la tarifa corporativa negociada.
- Campañas de Mercadeo digital, fortalecimiento del plan Reserve y gane de la cadena.
- Posicionamiento de nueva Marca NH con eventos puntuales.

Así, mismo se implementó un plan de acción enfocado a identificar cuentas perdidas, de baja producción con potencial que puedan aumentar su participación de noches en el hotel.

RESULTADOS	PPTO 2016	REAL 2016	CUMP
% OCUPACION	63%	52%	-17%
NOCHES	25.647	21.324	-17%
TARIFA PROMEDIO	100	104	5%
REVPAR	62	54	-13%
FACTURACION	2.552.055	2.226.698	-13%

En comparación contra el presupuesto 2016, nuestros resultados alcanzaron el 83% de cumplimiento en cuanto a ocupación (-) 17%. En tarifa promedio tuvimos un sobrecumplimiento del 104%, un 4% arriba en relación a la tarifa promedio presupuestada y un (-) 13% en ingresos de alojamiento.

Si comparamos estos resultados con el año 2015, notamos una disminución del (-) 6% en cuanto a los ingresos de alojamiento.

RESULTADOS	REAL 215	REAL 2016	VAR
% OCUPACION	60%	52%	-13%
NOCHES	24.402	21.324	-13%
TARIFA PROMEDIO	99	104	5%
REVPAR	59	54	-8%
FACTURACION	2.420.640	2.226.698	-8%

Por otra parte, la tarifa promedio del Hotel aumentó en \$4 pasando de \$100 a \$104 con respecto presupuesto del 2016; comparado con el año 2015 tuvimos un incremento de \$7, con un 107% de cumplimiento.

A continuación la producción de canales y segmentos:

CANALES	NOCHES		TARIFA		2016	SHARE	ROOM REVENUE			
	2016	2015	2016	2015			2015	SHARE	DIF 16-15	%VAR 16/15
CRO	253	444	100	103	25.314	1%	45.781	2%	-20.467	-45%
GDS	1.672	2.060	109	105	194.039	9%	232.564	10%	-38.526	-17%
HOTEL	16.212	18.446	102	97	1.637.833	74%	1.784.896	75%	-147.063	-8%
PAGINA	439	743	114	99	53.682	2%	86.370	4%	-32.688	-38%
TPW	2.845	2.761	102	98	289.648	13%	270.158	11%	19.490	7%
TOTAL	21.421	24.454	104	97	2.224.535	100%	2.366.657	100%	-142.122	-12%

SEGMENTO	NOCHES		TARIFA		2016	SHARE	ROOM REVENUE			
	2016	2015	2016	2015			2015	SHARE	DIF 16-15	%VAR 16/15
BAR	8.965	6.550	121	97	1.084.765	49%	635.350	27%	449.415	71%
COR	7.456	12.215	100	98	745.600	34%	1.197.070	51%	-451.470	-38%
CRW	109	0	79	0	8.649	0%	0	0%	8.649	0%
FIT	1.369	1.385	111	105	151.522	7%	144.976	6%	6.546	5%
BGR	3.328	4.263	108	96	359.620	16%	409.286	17%	-49.667	-12%
LGR	194	41	102	82	19.826	1%	3.372	0%	16.454	488%
TOTAL	21.421	24.454	104	97	2.224.535	100%	2.366.657	100%	-142.122	-6%

TOUR OPERADORES

AGENCIAS	NOCHES		TARIFA		2016	SHARE	ROOM REVENUE			
	2016	2015	2016	2015			2015	SHARE	DIF 16-15	%VAR 16/15
HOTELBEDS	195	246	123	121	23.985	34%	29.766	37%	-5.781	-19%
SOUTH AMERICAN TOURS	163	0	50	0	8.155	12%	0	0%	8.155	0%
Global Travel Rose dy	154	2	133	116	20.459	29%	232	0%	20.227	8719%
KUONI GLOBAL	49	159	117	110	5.736	8%	17.490	22%	-11.754	-67%
TOURICO HOLIDAYS	45	110	117	107	5.265	7%	11.782	15%	-6.517	-55%
HR QUANTICA SAS	14	131	80	98	1.120	2%	12.792	16%	-11.672	-91%
TRAVCO CORPORATION	14	51	115	108	1.603	2%	5.496	7%	-3.893	-71%
OTROS	33	17	125	128	4.125	6%	2.176	3%	1.949	90%
TOTAL	665	716	105	100	70.448	100%	79.734	100%	-9.286	-12%

OTAS	NOCHES		TARIFA		2016	SHARE	ROOM REVENUE		DIF 16-15	%VAR 16/15
	2016	2015	2016	2015			2015	SHARE		
BOOKING.COM	1,046	1,066	123	101	128,460	45%	107,853	46%	20,607	19%
EXPEDIA TRAVEL	981	1,096	103	90	101,095	36%	98,270	42%	2,825	3%
KEYTEL, S.A	332	68	109	100	36,062	13%	6,816	3%	29,246	429%
SOUTH NET TURISMO	137	65	74	77	10,135	4%	5,005	2%	5,130	103%
ORBITZ LLC.	35	159	104	86	3,638	1%	13,667	6%	-10,028	-73%
HRS GROUP	25	9	105	128	2,625	1%	1,152	0%	1,473	128%
PRICE TRAVEL	13	0	86	0	1,116	0%	0	0%	1,116	0%
TRAVELOCITY	6	0	136	0	817	0%	0	0%	817	0%
DESPEGAR.COM	4	3	109	126	434	0%	378	0%	56	15%
TOTAL	2,579	2,466	105	92	284,383	100%	233,141	100%	51,241	22%

PAIS	# HABITACIONES		%	# PERSONAS		%	INGRESOS ALOJAMIENTO		%
	2016	2015		2016	2015		2016	2015	
	VARIACIÓN 16 VS 15			VARIACIÓN 16 VS 15			VARIACIÓN 16 VS 15		
1 ECUADOR	4825	6004	-20%	6436	7847	-18%	\$ 473,090	\$ 563,495	-16%
2 COLOMBIA	3910	4124	-5%	4335	4537	-4%	\$ 398,812	\$ 408,902	-2%
3 ESPAÑA	1995	1751	14%	2233	1922	16%	\$ 221,107	\$ 171,484	29%
4 ESTADOS UNIDOS	1930	2746	-30%	2920	4029	-28%	\$ 195,601	\$ 276,383	-29%
5 BRAZIL	982	931	5%	1064	1098	-3%	\$ 102,802	\$ 92,584	11%
6 MEXICO	909	970	-6%	1128	1130	0%	\$ 90,891	\$ 101,718	-11%
7 ARGENTINA	857	1055	-19%	982	1316	-25%	\$ 98,417	\$ 97,516	1%
8 PERU	780	911	-14%	860	991	-13%	\$ 83,599	\$ 94,016	-11%
9 VENEZUELA	635	545	17%	726	661	10%	\$ 66,930	\$ 54,066	24%
10 CANADA	530	906	-42%	901	1598	-44%	\$ 54,842	\$ 88,709	-38%
11 CHILE	429	503	-15%	570	663	-14%	\$ 49,886	\$ 53,097	-6%
OTROS	3639	4270	-15%	4571	5590	-18%	\$ 390,719	\$ 418,623	-7%
TOTAL	21421	24716	-13%	26728	31382	-15%	\$ 2,226,697	\$ 2,420,594	-8%

PROCEDENCIAS

4.1 PLAN ESTRATEGICO 2016

Durante el primer trimestre del año 2016, la fuerza comercial del Hotel NH Collection Royal Quito, continuó con sus esfuerzos para dar a conocer y posicionar la marca y las habitaciones remodeladas del hotel. Todo esto se complementó con la realización de 9 eventos enfocados en promocionar nuestro producto y conseguir la fidelidad de los clientes. Se realizaron encuentros con medios de comunicación, con contactos claves de las empresas corporativas y también con empresas de organización de eventos, visitas a las aerolíneas en el aeropuerto, estrategias con agencias de viajes locales. Esto sirvió también para promocionar nuestros nuevos estándares de Alimentos y Bebidas, nuestros Tempting breaks, etc.

A partir del segundo semestre, comenzamos con una estrategia con tarifas agresivas para grupos y largas estadías que nos permitan sustituir la caída de las cuentas con baja producción y capturar nuevas empresas en diferentes segmentos: laboratorios farmacéuticos, iglesias, asociaciones y sociedades médicas, producción y entretenimiento, cámaras, eventos deportivos.

Los resultados generales para el período 2016 fueron:

Dentro de los principales factores que afectaron nuestros resultados en cuanto a poder alcanzar nuestros objetivos para el año 2016 están los siguientes:

- Lento inicio de año por la situación crítica en la que vive el país. Más de 40 empresas cerraron en el Ecuador desde octubre del año. Cerca de 5.500 funcionarios públicos sin trabajo por la situación de falta de liquidez que afecta al gobierno. Las principales compañías petroleras continuaron despidiendo gente y reduciendo sus gastos de viaje al mínimo.
- Competencia muy agresiva con tarifas corporativas por debajo de los 80 dólares, a grandes y medianas empresas sin importar el compromiso de producción.
- Gran competencia por grupos tanto corporativo como de leisure, hoteles que antes no trabajaban con TTOO ahora están buscando conseguir series de turismo para sus hoteles.
- Nuevo proyecto de reforma a la ley tributaria en lo que respecta a la salida de divisas, pagos con tarjeta de crédito.
- Terremoto en Ecuador. Nuevos impuestos a las empresas, Propuesta de Incremento del IVA al 14%. Malestar general hacia el gobierno.
- Desempleo en el Ecuador se ubica en el 5,7%. Crece la restricción de gastos de viajes en las compañías y continúan los despidos en las principales empresas clientes.
- Entra en vigencia nuevo valor de IVA: del 12% al 14%. Se siente mayor recesión en el país. Aplicación de descuentos en sueldos de los empleados como aporte al desastre generado por el terremoto.
- En el segundo semestre se mantienen la zozobra y los problemas económicos que afectan a nuestro país y al desempeño regular de las empresas. No hay nuevos proyectos ni inversión extranjera.
- Sumando a los problemas antes mencionados, la devaluación del peso Colombiano encareciendo al Ecuador por nuestra moneda. Esto último es de suma importancia así como los aranceles ya que como ustedes saben, nuestro principal país generador de huéspedes del extranjero ha sido por años Colombia.

4.2 SERVICIO AL CLIENTE

El año 2016 fue un año de implementación de estándares, por lo tanto Servicio al Cliente estuvo enfocado en el apoyo y la supervisión de los mismos en las diferentes áreas para alinearnos efectivamente con la cadena NH Hotels Group. Se continuó con la familiarización de la herramienta Quality Focus, dando seguimiento a las puntuaciones y comentarios que nuestros huéspedes compartieron con nosotros; así mismo no se descuidó la gestión con las opiniones recibidas a través de los portales de reserva online, herramientas que nos aportan con una medición efectiva sobre nuestro desempeño y áreas de mejoramiento.

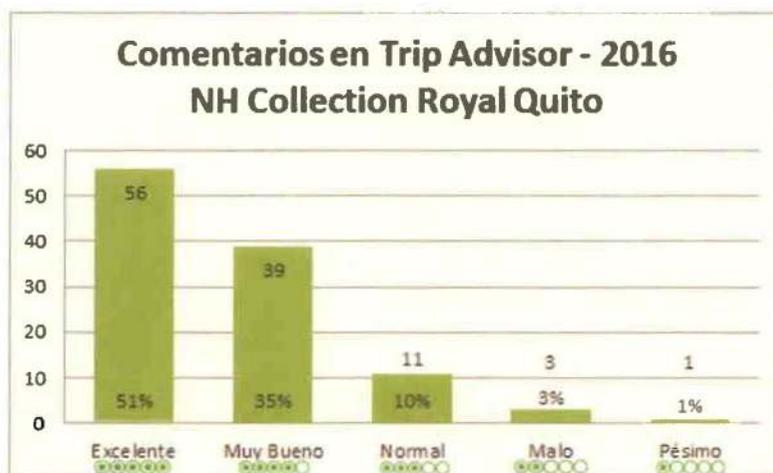
Los resultados a finales del año 2016 en Quality Focus fueron los siguientes:

TOTAL SCORES									
	TOTAL QUALITY SCORE			NH CUSTOMER SURVEY		REVIEW SITES SCORE			
	2016	2015		2016	2015	2016	2015		
Overall	8,8	8,8	→ 0,0	8,9	8,8	↑ 0,1	8,7	8,8	↓ 0,1
Cleanliness	9,1	9,3	↓ 0,2	9,2	9,2	→ 0,0	9,0	9,3	↓ 0,3
Value for Money	8,3	8,2	↑ 0,1	8,4	8,3	↑ 0,1	8,2	8,2	→ 0,0
Service	9,1	9,1	→ 0,0	9,3	9,3	→ 0,0	8,9	9,0	↓ 0,1
Location	8,9	8,9	→ 0,0	9,0	8,9	↑ 0,1	8,8	8,9	↓ 0,1
Room & Bathroom	8,7	8,8	↓ 0,1	8,7	8,6	↑ 0,1	8,8	9,0	↓ 0,2
F&B	8,6	8,5	↑ 0,1	8,6	8,5	↑ 0,1	-	8,8	-
Breakfast	8,9	-	-	8,9	-	-	-	-	-
Other F&B	8,3	-	-	8,3	-	-	-	-	-
Installations	8,8	8,6	↑ 0,2	8,8	8,6	↑ 0,2	-	-	-
Sleep Quality	9,0	8,9	↑ 0,1	9,0	8,9	↑ 0,1	8,8	9,0	↓ 0,2
Check In/Out	9,0	9,1	↓ 0,1	9,0	9,1	↓ 0,1	-	-	-
Vs. Competitors	8,5	8,6	↓ 0,1	8,5	8,6	↓ 0,1	-	-	-

Previous period 1/01/15 - 31/12/15

En la página de Trip Advisor contamos con:

- 90% de satisfacción.
- Puesto N.11 de 112 hoteles en Quito con 743 opiniones.
- Certificado de Excelencia 2016 y Travelers' Choice 2016.



4.3 RESULTADOS DE LA SOCIEDAD

El total de ingresos está dado por la suma de todas las áreas rentables del Hotel, para desarrollar su operación se necesitan áreas como Habitaciones, Alimentos y Bebidas, Comunicaciones, Lavandería y Otros Ingresos.

El año 2016 obtuvo un total de ingresos de \$3.115.817 dólares versus el total de ingresos para el año 2015 que fue de \$3.876.346 dólares, dándonos una variación negativa de -\$760.289 con una diferencia porcentual negativa del -19%.

A&B

Debido a los puntos anteriormente expuestos y que detallan la problemática para el país los diferentes acontecimientos económicos y naturales que afectaron el año 2016, los mismos no solo afectaron los ingresos de alojamiento sino que de igual manera afectaron los ingresos en lo que respecta a los ambientes de Alimentos & Bebidas, en especial al rubro más grande y que representan las ventas de Banquetes o Eventos, estos tanto a nivel Corporativo como Social.

El cumplimiento de nuestras ventas versus el presupuesto fue del 69%, de un presupuesto de ventas de \$1.694.356 se presentaron ventas por valor de \$1.295.252, generando un déficit de - \$399.104, y una disminución en las ventas del -24%% con relación al año anterior, con el cambio de nuestra marca, se implementaron los estándares de la cadena NH en los ambientes y menús de todas las áreas de A & B, incluyendo nuestro desayuno

Del comportamiento que tuvo el mercado hotelero, el resultado del hotel en ventas totales disminuyó comparándolo con el año 2015 en -19%.

Respecto a los gastos y costos operativos notamos una disminución -37%.

En cuanto a la utilidad operativa se presenta una variación negativa del -18% con respecto al año anterior.

En cuanto a los gastos no distribuidos igual que en los demás conceptos notamos una disminución del -5%.

Finalmente el resultado del año 2016 tuvo una disminución en la utilidad operativa del GOP del -18% es decir, - \$ 140.040 con respecto a los resultados presentados en el año 2014.

El neto distribuible aumentó en \$ 39.888 con respecto al año 2015, es decir una variación porcentual del 11% en la renta del copropietario. Se mantuvo la reserva adicional del 8% hasta el año 2016, para la remodelación de habitaciones

4.4 GESTION DE AHORRO

En NH Collection Royal Quito, se continúa con el plan de ahorro a nivel general para lograr no solo la eficiencia en cuanto a costos se refiere sino que a contribuir al mejor manejo de nuestros recursos. Lo anterior a pesar de los incrementos de costos por combustibles por ejemplo. Se mantienen campañas de concientización para los anfitriones del hotel así como un programa de cambio de luz incandescente a luz led, en este tema y debido a la remodelación de habitaciones en la que hemos estado, vamos cambiando la iluminación actual por el uso de led, lo que nos ayudará no solo a contribuir con el medio ambiente sino que a bajar nuestro consumo de energía.

En lavandería se gestionó y no permito el incremento presupuestado, el lavado de toallas y huéspedes en las prendas de agua se lo realizado en el hotel.

Amenities se reciclo.

Flores se cambió el tipo de flores de rosas a tropicales, con eso se bajó de 4 arreglos a dos por mes.

Mantenimiento, cuando hay baja ocupación se cierra pisos completos, se quita totalmente la energía.

A partir del último trimestre del año 2016, se delegó la responsabilidad de sus suministros a las áreas de habitaciones, mantenimiento y recepción / seguridad, las cuales saben que ya no manejan inventarios mensuales sino que se tiene lo que se consume durante el mes, con esto se ha logrado eficiencia y control en los consumos en general, adicional a la disminución de dinero en inventarios.

4.5. EVENTOS SUBSECUENTES

A la fecha de este informe no se ha presentado ninguna circunstancia que afecte en manera grave el curso normal de la Sociedad Hotelera Cotopaxi S.A. y/o NH Collection Royal Quito.

ASPECTOS LEGALES

ASPECTOS LEGALES

- A la fecha la Sociedad Hotelera Cotopaxi S.A. Copaxi no cuenta con demandas ni pleitos en curso.
- La Sociedad Hotelera Cotopaxi S.A. ha cumplido oportunamente con los pagos laborales y tributarios con corte al año 2016

4.6 CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE AUTOR

De acuerdo a lo estipulado en la Resolución No. 004 del 15 de diciembre 1.999 en el Art. 117 de la Ley de Propiedad Intelectual, como representante legal declaro que la sociedad Hotelera Cotopaxi S.A. Copaxi., ha cumplido con las normas de propiedad intelectual y derechos de autor, manteniendo vigente y al día los pagos por licenciamiento de los programas de cómputo (software) que utiliza para su operación.

Adicionalmente, ha renovado anualmente y se encuentra al día en pagos con la Organización Sayce, Soprofon y Ageda, por concepto de derechos por ejecución

publica de la música, productores de fonogramas, productores audiovisuales en el establecimiento hotelero Hotel Nh Collection Royal Quito.

4.7 DE PERSONAL

De acuerdo con lo dispuesto, el representante legal de la sociedad, Sociedad Hotelera Cotopaxi S. A., certifica que se han cancelado oportunamente todas las obligaciones parafiscales de autoliquidación de aportes al sistema de Seguridad Social que ordena la Ley, encontrándose a paz y salvo por este concepto con las entidades correspondientes.

4.8 ACONTECIMIENTOS DESPUES DEL CIERRE

No se ha presentado ningún acontecimiento significativo externo o interno que pudiera afectar el normal desarrollo de las operaciones de la Sociedad Hotelera Cotopaxi S.A. y/o Hotel NH Collection Royal Quito, o de sus resultados desde el cierre del ejercicio hasta la fecha del presente informe.

Así mismo, el informe de gestión, los registros contables y financieros, fueron puestos a disposición de los Auditores Externos para que ellos en su dictamen establezcan si existe concordancia entre el informe de gestión y las cifras de los estados financieros.

5.-PROYECCIONES ECONOMICAS 2017

La Comisión Económica para América Latina y El Caribe CEPAL, pronostica que el crecimiento de la región en 2016 se contraerá en -0.8% y crecerá 1,3% en el 2017.

En relación a las proyecciones de crecimiento para 2017, una mejora en los precios de las materias primas beneficiaría los términos de intercambio de América del Sur, subregión que repuntaría con un alza en su PIB de 0,9%, mientras que el Caribe crecería 1,3%, principalmente por la actividad turística. Centroamérica, en tanto, se expandiría 3,7%.

La mayor demanda externa beneficiaría en general a la región en 2017, sumado a una recuperación del comercio intrarregional debido al mejor desempeño de las economías del sur. Sin embargo, las incertidumbres del contexto internacional tendrán efectos diferenciados en los distintos países y subregiones de América Latina y el Caribe y contribuirán a acentuar las diferencias subregionales en función de la orientación productiva y comercial de las economías.

Por otro lado, si bien se prevé la continuidad de la política monetaria expansiva por parte del Banco Central Europeo y del Banco Central de Japón hasta fines de 2017, la normalización de las tasas de interés en Estados Unidos puede conllevar un reacomodo de los precios de los activos financieros, volatilidad financiera y aumentos en los costos de financiamiento para la región.

Ante esta coyuntura, la CEPAL recomienda a los países seguir fomentando la inversión mediante políticas económicas contra cíclicas, con aumentos de productividad además de medidas fiscales activas y ajustes inteligentes. El organismo llama también a reducir la evasión y elusión –que llega al 6,7% del PIB regional-, cautelar el gasto público, revisar la estructura de subsidios (especialmente a los combustibles) e incentivos y reorientar hacia la promoción de inversiones y gasto social esencial.

6 PLAN ESTRATEGICO 2017

NUEVOS PROYECTOS HOTELEROS 2017 - 2018

PROYECTOS HOTELEROS				
HOTEL	DIRECCIÓN	HAB.	APERTURA	ZONA
Hotel Eurobuilding	Tababela	92	Segundo semestre 2017	Aeropuerto
Hotel Holiday Inn Aeropuerto	Tababela	140	Fecha incierta	Aeropuerto
Hotel Ibis	Almagro y Belo Horizonte	150	Segundo semestre 2017	La Carolina
TOTAL		382		

En proyectos hoteleros tenemos el ingreso de 382 habitaciones nuevas para la ciudad de Quito. Dos proyectos que tienen contemplada su apertura en el año 2017, a partir del segundo semestre el Eurobuilding Hotel Quito y el hotel Ibis; el primero, ubicado en la zona del aeropuerto de Quito y el segundo, en la zona centro norte de la ciudad. El hotel Holiday Inn, aún con fecha incierta por algunas trabas con permisos del Municipio de Quito, no tiene todavía una fecha prevista de apertura (este último está ubicado en la zona del aeropuerto de Quito. En los casos de los hoteles ubicados en el sector del aeropuerto tenemos tres segmentos que nos podrían afectar en cuanto a nuestra ocupación: Lay overs, Turismo a Galápagos y Técnicos Petroleros. El hotel IBIS afectará principalmente el segmento corporativo del sector, al ser una alternativa de bajo costo, que por la situación actual de nuestro país, es lo que la mayoría de cuentas corporativas están buscando.

El Hotel continúa fortaleciéndose en Servicio, estandarización de procesos, para ofrecer un mejor producto cada día a nuestros clientes.

A continuación describimos las principales actividades que desarrollaremos en el año 2017 en cuanto plan estratégico.

COMERCIAL Y PROGRAMAS ESPECIALES

Para el año 2017 la tarifa presupuestada es igual a la del año 2016. Es importante indicar que hemos tenido la necesidad de ajustar varias de nuestras tarifas para empresas corporativas para este año 2017, en vista de la fuerte agresividad que está presentando la competencia con cuentas que superan más de 500 noches de producción.

Seguiremos trabajando en fortalecer nuestra relación con las empresas clientes y especialmente con el huésped, con el respaldo de marca, fortaleceremos nuestra participación en el mercado.

Con el apoyo de nuestro equipo de REVENUE MANAGEMENT estamos trabajando en conseguir las mejores tarifas para grupos y largas estadías para garantizar el volumen deseado de ocupación mensual.

Estaremos fortaleciendo nuestro equipo de ventas, ya que en el mes de diciembre 2016 se retiró del hotel uno de nuestros ejecutivos. Con esto lograremos la cercanía necesaria con nuestras empresas clientes, fidelizar y mantener nuestras relaciones comerciales.

Seguimos trabajando con nuestros anfitriones a manera de mantener nuestro reconocido servicio y atención en cada una de las áreas del hotel.

Así mismo, seguiremos reforzando nuestras estrategias en el control de costos y gastos, optimizando los recursos e implementando campañas de ahorro y utilizando las herramientas dadas por cadena.

Conjuntamente con el departamento comercial y de mercadeo de la cadena trabajaremos en tres principales objetivos para el año 2017:

1. Mantener y fidelizar a las cuentas clientas para mejorar nuestros índices de ocupación y participación de mercado.
2. Continuar con el posicionamiento de Marca del hotel NHC Royal Quito en el mercado.
3. Maximizar los ingresos del hotel en línea con las estrategias del departamento de Revenue Management. (estandarización de tarifas por rangos para empresas nuevas y con contrato corporativo)

Para el logro de estos objetivos trazaremos programas especiales desarrollando las siguientes actividades:

- Realización mensual de Eventos y relaciones públicas con el fin de acercar clientes actuales y potenciales al Hotel y de mantener activas a las socias de Reserve & Gane, el programa de fidelidad de la cadena.
- Comunicación y promoción de las diferentes actividades que se realicen en nuestro restaurante Café Royal, en fechas especiales, a todos nuestros contactos y bases de datos de clientes.

- Fortalecer el acercamiento y relaciones con Agencias de viaje de turismo para la consecución de Series con el fin de incrementar la ocupación los fines de semana.
- Mejorar la relación con las aerolíneas con tarifas más convenientes que las que ofrece el hotel del aeropuerto, para funcionarios y pasajeros lay over.
- Tomas de empresas mensuales a cargo de los Ejecutivos de Ventas para empresas top o empresas que queremos conseguir.
- Entrega de regalos a clientes y socias de Reserve & Gane en fechas especiales para mantener su fidelidad.
- Viajes a la ciudad de Guayaquil tres veces por año para seguimiento y mantenimiento de nuestras cuentas clientes en esa ciudad.

También se establecerán estrategias por segmento con el ánimo de penetrar cada sector en el comercio y la industria:

Segmento Corporativo:

Blindaje de compañías Top: La fuerza comercial del Hotel está enfocada en fidelizar a las Compañías Top del Hotel, mediante visitas personalizadas o relaciones públicas con el Director del Hotel, revisando la producción de una forma trimestral para identificar cumplimiento de los compromisos de producción ofrecidos.

Segmento Grupos: Estamos enfocados en captar grupos para nuestro hotel con el apoyo de Revenue Management, gracias a la flexibilidad en tarifas y mejor manejo de oportunidades por demanda.

Segmento CREW: (aerolíneas): Visitas periódicas a las aerolíneas en el aeropuerto de Quito para mantener su fidelidad. Las visitas se realizarán una vez por trimestre, manteniendo un enfoque uno a uno con todas las aerolíneas, adelantándonos a sus requerimientos. Se estableció una tarifa para lay overs y funcionarios muy competitiva.

Segmento BAR: (particulares): Se mantendrán tarifas muy competitivas vs. nuestro set competitivo para mejorar nuestra ocupación en días de necesidad como son los fines de semana y festivos.

Segmento FIT: El segmento de turismo está haciendo un esfuerzo importante en la consecución de "Series" con diferentes Agencias, las cuales aseguran un volumen de noches con anterioridad y adicionalmente ayudan incrementar la ocupación en fin de semana. Estamos trabajando con dos Tour operadores locales para cerrar negocios tanto para este año como para el próximo.

Segmento TPW (OTAS): Se está trabajando en conjunto con cadena y sus diferentes departamentos para aumentar participación y visibilidad en las diferentes páginas y canales de reservas On line, que nos permitan generar mayor ADR a través de estos

canales.

En el área de Alimentos & Bebidas:

- Este año se continuara con el desarrollo de los diferentes festivales gastronómicos, esto con el fin de incrementar nuestras ventas así como generar imagen de marca.
- Se desarrollarán las diferentes actividades (platillos - actividades) especiales para fechas específicas durante el año.
- Se continuarán las relaciones públicas en conjunto con la Jefe de Banquetes - A & B para mantener la fidelización con nuestros clientes, huéspedes y empresas.

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 negativo, la sociedad arrojó en el año 2016 Perdida por US\$. - 26.756,84

Las principales cuentas financieras al 31 de Diciembre del 2016 son las siguientes:

INGRESOS			Valor	%
	Ingresos	US\$	3.115.817	100,00%
	Total Ingresos	US\$	3.115.817	100,00%
GASTOS-COSTOS				
	Gastos	US\$	2.570.305	82,49%
	Costos	US\$	572.269	18,37%
	Total Gastos-Costos	US\$	3.142.573	100,86%
	Total Utilidad	US\$	-26.757	100%

ACTIVO			Valor	%
	Corriente	US\$	676.908	26,09%
	No Corriente	US\$	1.917.511	73,91%
	Total Activos	US\$	2.594.418	100,00%
PASIVO				
	Corriente	US\$	704.342	27,15%
	No Corriente	US\$	265.606	10,24%
	Total Pasivo	US\$	969.948	37,39%
	Patrimonio	US\$	1.624.470	62,61%
	Total Pasivo y Patrimonio	US\$	2.594.418	100%

Cordialmente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Luis Alexander Ferrer', written in a cursive style.

Luis Alexander Ferrer
Gerente
Sociedad Hotelera Cotopaxi S.A. Copaxi