

**INFORME  
DE  
GERENCIA**

08-03-2018

**2017**

---

En este documento se presenta el análisis de resultados 2017 de Sociedad Hotelera Cotopaxi S.A. así como perspectivas y Objetivos para el año 2018.

**SOCIEDAD HOTELERA COTOPAXI S.A.  
COPAXI  
ANÁLISIS DE RESULTADOS AÑO 2017**

---

**Tabla de contenido**

1. ANALISIS ECONOMICO 2017.....	- 3 -
2. SITUACION DE LA HOTELERIA EN QUITO.....	- 5 -
3. SITUACION DEL HOTEL FRENTE A LA COMPETENCIA 2017.....	- 7 -
4. RESULTADOS 2017.....	- 8 -
5. PLAN ESTRATEGICO 2017.....	- 10 -
6. PROYECCIONES ECONOMICAS.....	- 16 -

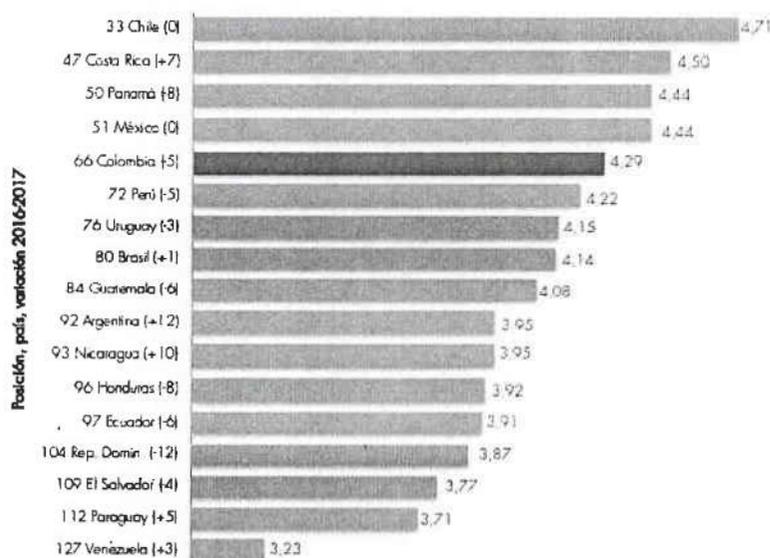
## 1. ANALISIS ECONOMICO 2017

### 1.1 GLOBAL Y ECUADOR

Según el Banco Mundial, el crecimiento global se situó en el 3% en 2017, aunque en los mercados emergentes, la cifra ascendió al 4,3%. En las zonas de América Latina y el Caribe la cifra de crecimiento no superó el 0,9%. Por su parte los precios de las materias primas han registrado un repunte y el comercio se ha recuperado por el fortalecimiento de la inversión. Se calcula que el volumen del comercio mundial creció un 4,3% en el 2017. Los flujos de capital a las economías emergentes aumentaron en 2016 y 2017.

Ecuador sigue con mala calificación en temas de competitividad. El país continúa su caída en el ranking de competitividad global del Foro Económico Mundial (FEM) y en el 2017 se ubica en el puesto 97 de 137 economías, con un índice de competitividad global (ICG) de 3.91. El estudio se elabora con indicadores del 2016.

Figura 5.2 Puntaje obtenido por países de Latinoamérica en el Índice Global de Competitividad. FEM 2017



Fuente: Elaboración DNP/DDE con base en Reporte Global de Competitividad (ediciones 2016 y 2017)  
El valor entre paréntesis al lado del eje vertical indica la variación 2016-2017.

En el ranking de este 2017, el Ecuador está ahora inclusive por debajo de Argentina (92) y Nicaragua (93), que el año pasado se ubicaron en el listado en los lugares 104 y 103, respectivamente. Según el informe, la economía más competitiva del mundo sigue siendo Suiza, por noveno año consecutivo. Estados Unidos sube un puesto, ubicándose ahora como la segunda economía más

competitiva. Asimismo, la economía más competitiva de Latinoamérica sigue siendo Chile (33); le sigue Costa Rica en el puesto 47, mientras que Panamá cae a tercer puesto (50).

De acuerdo con el IDE Business School, las proyecciones de crisis económica para el Ecuador en 2017 fallaron. "A inicios de año, el Fondo Monetario Internacional - FMI- pronosticaba para el Ecuador un decrecimiento del -2.7% y el Banco Mundial y la CEPAL, en cambio, del -0.7%". Al cierre del año, el FMI proyectó un crecimiento de tan solo el -0.2%. Sin lugar a dudas, mucho mejor de lo esperado por muchos expertos.

El ambiente económico del último semestre reflejó optimismo con una recuperación del consumo, un dólar más débil que ayudó a las exportaciones y en lo político se pudo apreciar menor beligerancia del Gobierno con la sociedad y los empresarios.

La economía en el Ecuador cierra el año con un crecimiento del 3.8% en el tercer trimestre 2017. Este resultado se debe principalmente a un crecimiento del turismo tanto local como extranjero y a que se logró disminuir en el presupuesto del estado el déficit fiscal a 4.5% del PIB y se espera que para el 2018 se disminuya a 3.9% del PIB, revirtiendo la situación que se tuvo en los últimos 6 meses.

Según el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) la tasa de desempleo durante el año 2017 terminó en un 4.6%. La tasa de empleo bruto fue de 64.6%.

La inflación anual y acumulada en diciembre de 2017 fue negativa en 0.20%, el menor porcentaje registrado en iguales meses desde el año 2006. Las mayores reducciones fueron observadas para las divisiones: Prendas de vestir y calzado (4.17%) y Bienes y servicios diversos (2.91%). Para el mes de diciembre de 2017, la Canasta Familiar Básica, tuvo un costo de US \$708,98. Frente al Ingreso Familiar del mes de US \$700.00 obtenido con 1,60 perceptores de Remuneración básica unificada, plantean una restricción en el consumo de US \$8,98, esto es el 1,27% 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 1,27%.

Durante el pasado año se reduce la pobreza en 1,4 puntos, situándose en el 21,5%.

## 2. SITUACION DE LA HOTELERIA EN QUITO

Durante el año 2017 según información reportada por HQM de los hoteles de 4 & 5 estrellas, la ocupación promedio estuvo en el 55.60%, lo que representó una variación de 3% con respecto al año 2016.

Sin embargo, las 1.4 millones de visitas al año, en promedio, muestran que aún falta mucho para que Ecuador se convierta en un país desarrollado en materia de turismo. Las cifras oficiales reflejan que en los últimos 3 años el país ha dejado de ser uno de los destinos regionales que están en crecimiento. De los 10 países suramericanos, Ecuador está en séptima posición en cuanto al número de llegadas de turistas no residentes. Por la llegada de turistas se mide cuanto crece un país en el sector.

Ecuador todavía no cuenta con estudios actualizados en materia de turismo para desarrollar estrategias a seguir. Pero son muy importantes las políticas de seguridad. La percepción que una persona pueda tener sobre el lugar que va a visitar siempre pesa a la hora de comprar tiquetes de avión.

La oferta turística también necesita ser fortalecida y reforzar las cualidades y bondades de los principales destinos del país. Quito por ser la capital y Guayaquil por ser el puerto, serán siempre las ciudades más visitadas.

Trabajar a nivel de productos turísticos y de destinos también significa mejorar la conectividad aérea. Hay que revisar la tasa de costo de la gasolina de los aviones por que Ecuador es un país mucho más caro que otros de la región.

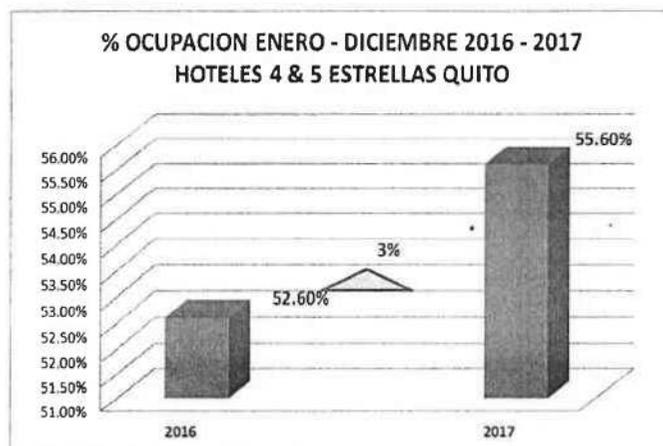
Es necesario mejorar la oferta y calidad del servicio. En la actualidad no existen sitios que brinden información y oferten productos las 24 horas del día, tampoco hay suficiente cantidad de productos turísticos competitivos versus la oferta proporcionada por Colombia y Perú.

El tema de los precios también se debe revisar. No porque seamos un país dolarizado todo tiene que ser caro.

El gobierno ha reconocido que es necesario implementar una alianza publico privada como una de las tantas estrategias para convertir al país en una potencia turística mundial.

## OCUPACIÓN QUITO-ENERO - DICIEMBRE 2016 - 2017

Durante el año 2017 según información reportada por HQM de los hoteles de 4 & 5 estrellas, la ocupación promedio estuvo en el 55.60%, lo que representó una variación de 3% con respecto al año 2016.



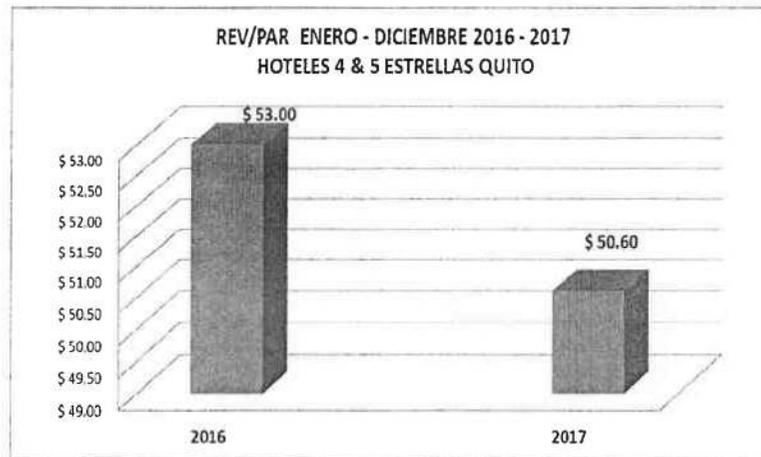
## TARIFA PROMEDIO ACUMULADO QUITO-ENERO - DICIEMBRE 2016 - 2017

Para el periodo de enero a diciembre del año 2017 los hoteles de 4 y 5 estrellas obtuvieron una tarifa promedio de \$100,90, mientras para el mismo periodo del año 2016 se manejó una tarifa de \$90,90, lo que representa una variación US\$10.00 menos a la del año 2016.



## REVPAR ACUMULADO QUITO-ENERO - DICIEMBRE 2016 - 2017

Para el periodo de enero a diciembre del año 2017 los hoteles de 4 y 5 estrellas obtuvieron un Rev/Par promedio de \$53.00, mientras para el mismo periodo del año 2016 se manejó un Rev/Par de \$50,60, lo que representa una variación US\$2,4 menos al del año 2016.



### 3. SITUACIÓN DEL HOTEL FRENTE A LA COMPETENCIA 2017

A nivel de la Cadena NH. Se trabaja con el reporte Star Report - STR para todos los hoteles, 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 analizar si se está ganando o perdiendo cuota en el mercado.

Para NH Collection Royal Quito se escogieron durante el año 2017 los Hoteles: Hotel Quito, Hilton Colon Quito, Sheraton Quito Hotel, Swissotel Quito, Hotel Dann Carlton Quito, Holiday Inn Express Quito, 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:

STR#	Name	City Country	Zip	Phone	Rooms	Open Date
110873	NH Collection Quito Royal	Quito Ecuador	170517	593-2233333	112	
109938	Hotel Quito	Quito Ecuador		593-23964900	215	196008
121779	Hilton Colon Quito	Quito Ecuador	17013103	593-23828300	255	199601
122122	Sheraton Quito Hotel	Quito Ecuador		593-22970002	164	199809
122411	Swissotel Quito	Quito Ecuador	17 21565	593-22567600	275	
133118	Hotel Dann Carlton Quito	Quito Ecuador		593-22249008	210	
149300	Holiday Inn Express Quito	Quito Ecuador		593-22997300	141	200808
					1372	

MES	OCUPACIÓN						TARIFA						REVPAR						
	2017		2016		% Chg		2017		2016		% Chg		2017		2016		% Chg		
	NHCRO	COMP SET	NHCRO	COMP SET	NHCRO	COMP SET	NHCRO	COMP SET	NHCRO	COMP SET	NHCRO	COMP SET	NHCRO	COMP SET	NHCRO	COMP SET	NHCRO	COMP SET	
TOTAL																			
2017	52.30%	54.40%	52.00%	55.30%	0.57	-1.70	86.11	95.83	104.42	104.80	-17.50	-8.60	45.74	52.12	54.38	57.99	-15.90	-10.10	

Según el reporte de Star Report, el Hotel en el acumulado del año 2017, cerró con 52,30 de ocupación, 0,57 pp sobre el set competitivo.

En el acumulado del año la tarifa promedio del Hotel fue de \$ 86.11 dólares, \$ 9.72 dólares por debajo de la competencia, esto siendo los fines de semana los que más afectan el resultado, al no contar con grupos y series de Turismo, como las que tienen los hoteles del set competitivo, así como tripulaciones y también a la baja de tarifas considerando la agresividad de la competencia sobre todo con cuentas corporativas.

Los resultados del RevPar al cierre del año fueron de \$ 45.74 dólares, \$ 6.38 dólares por debajo del set competitivo que arroja el Star Report.

#### 4. RESULTADOS 2017

Durante el primer semestre de 2017 (enero-junio) el hotel obtuvo un promedio en ocupación de 57.04% y una tarifa promedio de US \$86.80; lo que representó una variación positiva de 1.68% en ocupación y -17% en tarifa promedio, comparándolo con una ocupación de 55.35% para el año 2016 y una tarifa promedio de US \$104.70 en el mismo período del año anterior.

Para el segundo semestre del año 2017 (julio-diciembre) el hotel tuvo una disminución porcentual en ocupación de -2.89% y en tarifa una disminución del 21% con respecto al mismo periodo del año 2016. Pasando en ocupación de 49.34% en el año 2016 al 46.44 % año 2017 y en tarifa de US \$106.38 año 2016 a US \$83.98 año 2017 en el mismo período.

Los resultados del año 2017, se ven afectados principalmente por el comportamiento de la economía del país, la falta de proyectos nuevos de inversión extranjera (al momento el único proyecto importante es la construcción del Metro de Quito), la falta de apoyo a las importaciones (mientras no terminen de bajar los aranceles para todos los productos), el desempleo y el recorte presupuestal de la gran mayoría de empresas, sobre todo de las compañías globales con presencia en muchos países del mundo.

En comparación contra el presupuesto 2017, nuestros resultados de ocupación fueron superiores en 2 puntos porcentuales vs. lo presupuestado. En tarifa promedio tuvimos un decrecimiento del -17.50%, esto por lo expuesto anteriormente de la agresividad de los hoteles de 5 estrellas con tarifas corporativas para empresas de producción superior a las 200 noches (Nestlé, Pepsico) y el hotel tuvo que reaccionar, sacrificando su tarifa promedio para no perder el volumen presupuestado y un (-) 12.4% en ingresos de alojamiento.

Si comparamos estos resultados con el año 2016, notamos una disminución del (-) 10.9% en cuanto a los ingresos de alojamiento.

Por otra parte, la tarifa promedio del Hotel disminuyó en US 20.00 pasando de \$104 con respecto al real 2016.

A continuación, la producción de canales y segmentos:

Segmento	NH Collection Quito - FULL YEAR ( Current Year Vs. Last Year )									
	ROOM NIGHTS			ADR			ROOM REVENUE			
	Current Year	Last Year	Var%	Current Year	Last Year	Var%	Current Year	Last Year	Var%	Share 2017
Cliente Individual	5,371	3,458	55%	106	120	-11%	570,471	414,351	38%	29%
Cliente Individual con descuento	2,950	1,268	133%	73	88	-18%	214,687	112,107	92%	11%
Clientes con programas con descuento	57	17	235%	45	36	25%	2,548	610	318%	0%
Cliente mayorista/operadores de turismo	1,630	362	350%	68	78	-13%	110,316	28,167	292%	6%
Producción corporativa	8,558	14,226	-40%	90	100	-10%	770,778	1,422,938	-46%	39%
Grupos de ocio	1,423	717	98%	72	109	-34%	101,980	78,346	30%	5%
Grupos de negocios con habitaciones	237	44	439%	69	97	-29%	16,304	4,288	280%	1%
Grupos de negocios con habitaciones	2,788	1,289	116%	69	126	-46%	191,023	162,893	17%	10%
Aerolíneas	42	0	0%	75		0%	3,166	-	0%	0%
Otros	9	15	-40%	58	56	4%	522	835	-37%	0%
Comestibles-Aloj sin ingreso	405	25	1520%	0	0	0%	-	-	0%	0%
B2C	8,321	4,726	76%	94	111	-15%	785,157	526,458	49%	
Groups (BGR)	3,025	1,333	127%	69	125	-45%	207,327	167,181	24%	
<b>Total</b>	<b>23,470</b>	<b>21,421</b>	<b>9.6%</b>	<b>84</b>	<b>104</b>	<b>-18.7%</b>	<b>1,981,795</b>	<b>2,224,535</b>	<b>-10.9%</b>	

## 5. PLAN ESTRATÉGICO 2017

Durante todo el año 2017, 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. Centró sus esfuerzos en atraer nuevos negocios, recuperar, mantener y potencializar las empresas clientes.

Las acciones del área comercial que se llevaron a cabo en el 2017 para el logro de objetivos se enfocaron en las siguientes estrategias por Segmentos y Canales:

### GRUPOS

- "BIB" Bring it back. Se hace la revisión de los grupos que se realizaron 2016 y con anticipación se contacta a las empresas para seguimiento confirmando la repetición para el mismo año, elevando la posibilidad de conversión.
- Mayor flexibilidad en las ofertas para este segmento con el fin de lograr convertir más volumen.
- 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.

### CORP: Negociaciones Corporativas- Tarifas Negociadas

El segmento corporativo está bastante competido dado que el mercado ha venido mostrando un comportamiento agresivo en cuanto tarifa promedio; las estrategias y acciones que se han tomado han reaccionado lentamente.

- 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. En este segmento se logró recuperar cuentas como MAVESA, Electrolux, Produbanco, entre otras.
- Invitación al hotel a los contactos decisores de la compañía clientes del mercado natural para reforzar los benéficos de la marca Collection y generar recordación y activación.

- Visitas en conjunto con el Director del Hotel, la Gerente de Ventas y Ejecutivos de ventas en cuentas identificadas en la herramienta de Hotelligence para blindarlas (Coca Cola, DirecTV, Nestlé).
- Con el apoyo de la fuerza comercial a nivel mundial de NH, se trabajó en la búsqueda de nuevas negociaciones con compañías globales que no nos tenían en cuenta: Oracle, Baxter, Nokia, General Electric, Medtronic)
- Se realizaron varios eventos con clientes del mercado natural y clientes nuevos con el fin de presentar nuestro producto y generar recordación, activación y fidelización. Posicionamiento de Marca NH con eventos puntuales para las socias de Reserve & Gane y clientes especiales del hotel
- Con el apoyo de nuestro ejecutivo especializado en Agencias que manejan el mercado corporativo (TMC) se organizó 1 evento en Bogotá dirigido a asesores de ventas de Carlson Wagonlit Travel que hacen reservaciones y gestiones para empresas corporativas con presencia en los dos países.
- Se realizaron encuentros empresarios de primer nivel, gremios, cámaras, entre otros.
- Campañas de fortalecimiento del plan Reserve & Gane de la cadena con el sorteo de un IPAD para el período junio a septiembre (de baja temporada) con el ofrecimiento de triple puntaje para las socias con una producción mínima de 40RN.

FIT: Acuerdos negociados con tour operadores y mayoristas:

El segmento FIT registra un crecimiento frente al año 2016, es un segmento importante para el hotel que nos ayuda a tener una ocupación en fin de semana y fechas especiales que son de baja ocupación en la ciudad de Quito. Crecimos 350% en noches de producción, con un -13% en Tarifa, pero un 292% en ingresos de alojamiento en este segmento.

- Se registra un incremento en varias agencias como Expedition Tours, GTC Galapinc, Enchanted Expeditions.
- Se realizaron 5 desayunos de trabajo con agencias de varias operadoras de turismo para lograr su fidelidad y producción para el año 2017 y comprometer esfuerzos para el 2018.
- Visita de la Gerente de Ventas de Tour & Travel para la unidad de negocios de Colombia y Ecuador a las mayoristas y tour operadoras de la ciudad para consolidar la producción para el 2017 y potencializar la fidelidad para el 2018.
- En este segmento se logró, desde el último trimestre del año pasado, el tener en el hotel una de las series más grandes proveniente de los Estados Unidos y que le garantizará un promedio de 3500 cuartos noche para este 2018 y 2019.

B2C: Business to customer/ negocio directo a clientes

El segmento B2C ha venido creciendo año a año, con una reducción de tarifa para sustituir otros segmentos dado que la tarifa promedio de B2C se puede manejar más alta. En efecto crecimos 55% en noches con una caída del 11% en tarifa para lograr un incremento en ingresos del 38%. Con posicionamiento de tarifa y aprovechamiento de la zona.

Se trabajó 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. Desde el pasado venimos haciendo una importante inversión en el primer booking engine a nivel mundial que es Expedia, para lograr mejor visibilidad y retorno reflejado en mayor número de reservaciones a través de este canal.

CREW: (Aerolíneas)

Se estableció una tarifa para lay overs y funcionarios muy competitiva que se ofreció a las principales aerolíneas con operación y presencia en nuestra ciudad.

Gracias al equipo global que maneja las aerolíneas hemos logrado presentar varias licitaciones para captar una tripulación, las tripulaciones regularmente escogen hoteles grandes, cerca al aeropuerto, con piscina, cerca de zonas gastronómicas y centros comerciales; las licitaciones presentadas fueron: Jet blue, Atlas Air, Iberia, KLM, Air Europa.

Para comenzar el año 2018, recibimos la excelente noticia que AIR EUROPA, la segunda aerolínea más importante de España, cambiaba sus vuelos saliendo de la ciudad de Quito y no desde Guayaquil como lo hicieron por el último semestre del 2017 que la aerolínea comenzó con vuelo directo Guayaquil - Madrid.

Esto representa para el hotel el tener una base de ocupación diaria garantizada del 9% (11 habitaciones diarias de tripulantes) por un período de prueba de 1 mes. Hemos recibido con satisfacción ya la programación para el mes de enero, febrero, marzo y los primeros días de abril. Estamos próximos a la firma del contrato, lo que garantizaría al hotel 4015 cuartos noche para este año 2018.

Hasta el momento, hemos aunado esfuerzos en cada una de las áreas operativas del hotel para ofrecerles una buena experiencia y hemos recibido los mejores comentarios sobre los servicios, calidez y atención del personal y comodidad de las habitaciones.

## 5.1 SERVICIO AL CLIENTE

### QUALITY FOCUS:

Quality Focus es la herramienta que NH Hotel Group utiliza para medir sus resultados en términos de calidad y satisfacción del cliente. En el año 2017 se observa un aumento en los resultados de satisfacción a clientes encuestados directamente por NH donde la limpieza, el servicio en Check in y Check Out y el servicio ofrecido obtuvieron la mayor puntuación (9.3) y (9,4)

### VALORACIONES ON LINE:

Agrupar los comentarios dejados por huéspedes y visitantes en páginas de viajes como: Tripadvisor, Booking, Expedia entre otros.

### ENCUESTA CLIENTES NH:

Se envía aleatoriamente a huéspedes alojados en el hotel.

### TOTAL QUALITY SCORE:

Es el resultado de la sumatoria de los dos anteriores.

VALORACIÓN TOTAL										
	TOTAL QUALITY SCORE			ENCUESTA CLIENTES NH			VALORACIÓN ON-LINE			
	2017	2016		2017	2016		2017	2016		
Géneral	8,8	8,8	→ 0,0	9,0	8,9	↑ 0,1	8,7	8,7	→ 0,0	
Limpieza	9,2	9,1	↑ 0,1	9,3	9,2	↑ 0,1	9,1	9,0	↑ 0,1	
Calidad-precio	8,2	8,3	↓ 0,1	8,5	8,4	↑ 0,1	8,0	8,2	↓ 0,2	
Servicio	9,1	9,1	→ 0,0	9,4	9,3	↑ 0,1	8,8	8,9	↓ 0,1	
Ubicación	8,8	8,9	↓ 0,1	9,0	9,0	→ 0,0	8,7	8,9	↓ 0,2	
Habitación y Baño	8,7	8,7	→ 0,0	8,7	8,7	→ 0,0	8,6	8,8	↓ 0,2	
Restauración	8,7	8,6	↑ 0,1	8,7	8,6	↑ 0,1	-	-	→	
Desayuno	8,9	8,9	→ 0,0	8,9	8,9	→ 0,0	-	-	→	
Otros F&B	8,5	8,3	↑ 0,2	8,5	8,3	↑ 0,2	-	-	→	
Instalaciones	8,8	8,8	→ 0,0	8,8	8,8	→ 0,0	-	-	→	
Calidad del Sueño	9,0	9,0	→ 0,0	9,0	9,0	→ 0,0	9,0	8,8	↑ 0,2	
Check In/Out	9,3	9,0	↑ 0,3	9,3	9,0	↑ 0,3	-	-	→	
Vs. Competidores	8,6	8,5	↑ 0,1	8,6	8,5	↑ 0,1	-	-	→	

Periodo Anterior: 10/1/16 - 31/12/16

## RESULTADOS VS EL SET COMPETITIVO:

BENCHMARKING						
	Review sit...	Competitors				
	NH Collect...	Hilton Col...	Sheraton Q...	Swissotel	Holiday In...	Hotel Dann...
Overall	8,7 <small>366</small>	8,6 <small>853</small>	9,3 <small>372</small>	9,1 <small>374</small>	9,0 <small>512</small>	8,9 <small>373</small>
Cleanliness	9,1 <small>140</small>	9,1 <small>119</small>	9,5 <small>324</small>	9,9 <small>75</small>	9,5 <small>12</small>	9,1 <small>9</small>
Value for Money	8,0 <small>156</small>	8,2 <small>130</small>	8,9 <small>323</small>	8,4 <small>10</small>	8,5 <small>5</small>	8,7 <small>12</small>
Service	8,8 <small>172</small>	8,8 <small>181</small>	9,5 <small>420</small>	9,4 <small>51</small>	9,1 <small>30</small>	9,0 <small>31</small>
Location	8,7 <small>153</small>	8,9 <small>143</small>	9,5 <small>397</small>	9,2 <small>18</small>	9,1 <small>13</small>	9,2 <small>18</small>
Room & Bathroom	8,6 <small>44</small>	8,7 <small>125</small>	9,3 <small>362</small>	9,2 <small>25</small>	9,2 <small>12</small>	8,4 <small>10</small>
F&B		8,3 <small>1</small>		8,3 <small>1</small>		10,0 <small>1</small>
Sleep Quality	9,0 <small>42</small>	9,1 <small>125</small>	9,1 <small>392</small>	8,6 <small>23</small>	9,0 <small>14</small>	8,4 <small>10</small>

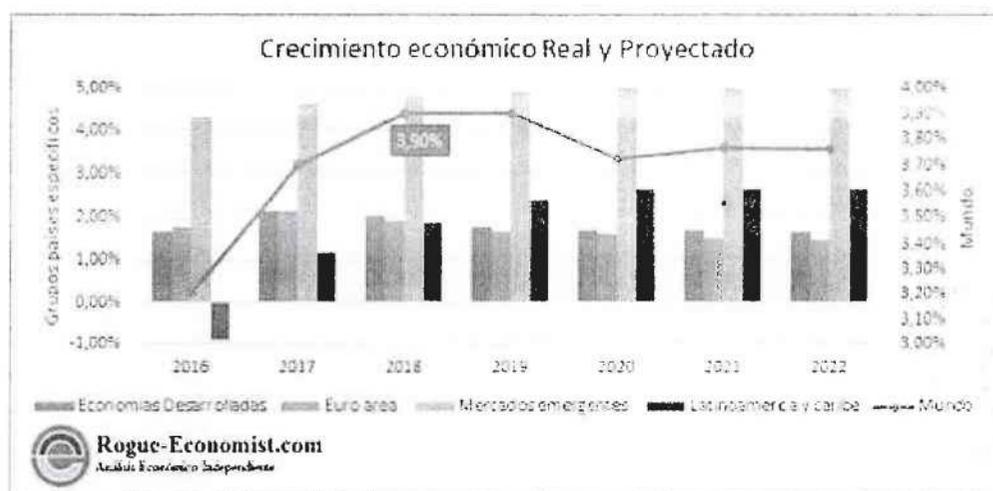
## GUEST RELATIONS:

El área de Servicio al Cliente (Guest Relations) tomo mayor relevancia. Se reforzó como el "Embajador" de la marca Collection. El encargado de Servicio al Cliente tiene la importante función de salvaguardar los estándares de calidad y servicio. También es el puente de comunicación entre el área de Gestión Humana y el personal del hotel para temas de actividades motivacionales y obviamente hacer seguimiento de la satisfacción de nuestros huéspedes.

## 6. PROYECCIONES ECONOMICAS 2018

La Comisión Económica para América Latina y El Caribe CEPAL pronostica que las economías de América Latina y el Caribe experimentarían una moderada recuperación en 2018 y crecerían 2,2% el próximo año, luego de anotar 1,3% promedio en 2017.

Las proyecciones de actividad para la región se dan en un contexto internacional más favorable que el de los últimos años. Según el informe, en 2018 se espera que la economía global se expanda a tasas cercanas a las de 2017 (en torno al 3%) y que exista un mayor dinamismo relativo de las economías emergentes frente a las desarrolladas. En el plano monetario se mantendrá una situación de amplia liquidez y bajas tasas de interés internacionales.



Gráfica 1. Elaboración propia. Datos Fondo Monetario Internacional

Adicionalmente, la demanda interna jugará un papel importante en la aceleración del crecimiento en 2018, aunque con diferencias entre componentes. El consumo privado sigue siendo un motor de la demanda interna, pero en 2018 se destacará el mayor aporte de la inversión, producto de la recuperación de la formación bruta de capital fijo.

A pesar del contexto internacional más favorable persisten, según la CEPAL, algunos desafíos y riesgos latentes que pueden afectar la consolidación del crecimiento en el mediano plazo. En el ámbito financiero se presentan incertidumbres originadas por la normalización de las condiciones monetarias que han venido implementando o anunciando la Reserva Federal de Estados Unidos (FED), el Banco Central Europeo y el Banco de Japón. A estas se agrega la tendencia hacia una mayor desregulación financiera (leyes de reforma de Wall Street y de protección al consumidor en Estados Unidos).

El resultado regional en 2018 se explicará en parte por el mayor dinamismo que presentará el crecimiento económico de Brasil (2%, comparado con el 0,9% de 2017). Además, varios países que venían creciendo a tasas moderadas tendrán una aceleración de la actividad económica (por ejemplo, Chile, de 1,5% en 2017 a 2,8%; Colombia, de 1,8% a 2,6%; y Perú, de 2,5% a 3,5%). En América Latina, Panamá será la economía que anotará la mayor tasa de expansión el próximo año (5,5%), seguida de República Dominicana (5,1%), y Nicaragua (5,0%). Cuba, Ecuador y Venezuela marcarán cifras de 1%, 1,3% y -5,5%, respectivamente, mientras que el resto de las economías de América Latina crecerán entre 2% y 4%.

En materia laboral, se espera que la tasa de desempleo comience disminuir a partir del 2018, en consonancia con la mejora del crecimiento económico. Entre 2016 y 2017 la desocupación urbana aumentó de 8,9% a 9,4% por un aumento de la tasa de participación y un estancamiento en la tasa de ocupación. Para 2018 el desempleo bajaría a 9,2% por el aumento de la ocupación producto de la mayor demanda agregada.

Cepal

## **6.1 PROYECCIONES ECONOMICAS ECUADOR 2018**

Según el Banco Mundial, el crecimiento de la economía mundial se acercará al 3,1 por ciento en 2018 después de un 2017 mejor de lo previsto, dado que continuará la recuperación de la inversión, las manufacturas y el comercio, y las economías en desarrollo exportadoras de productos básicos se beneficiarán con el alza en los precios de dichos productos.

Sin embargo, en el Ecuador se observa un estancamiento de la economía tras finalizar 2017. La inyección de recursos durante la campaña electoral, financiados principalmente con deuda externa, ha permitido incrementar el consumo privado. Sin embargo, se reduce la inversión, y principalmente la inversión extranjera directa, en un contexto de incremento de la deuda pública. Por su parte, disminuye la tasa de desempleo, mientras que las condiciones laborales empeoran debido al enorme subempleo. Las exportaciones petrolíferas se han reducido, lo que refleja un empeoramiento en la producción del sector y la necesidad de aplicar políticas encaminadas a la diversificación.

Ecuador se encuentra entre los países de América Latina con mayor déficit fiscal. Pese al incremento en los ingresos tributarios y a la leve recuperación en los precios del petróleo, crece el endeudamiento. Por este motivo, la política de recortes planeada por el nuevo ejecutivo resulta insuficiente. Si bien ha habido una reducción en los gastos de inversión en obra pública durante el pasado año, otros gastos siguen siendo elevados, como son los gastos de personal. Cabe destacar la enorme dependencia de la deuda pública externa.

Se espera que el crecimiento se modere. La incertidumbre política que conllevó el referéndum que tuvo lugar el 4 de febrero, generó inestabilidad en las variables económicas que han contribuido a mantener el crecimiento económico, consumo privado y exportaciones. Por otro lado, el nuevo Gobierno está acometiendo reformas fiscales, junto con un proceso de privatización, que van a contribuir a reducir los niveles de formación bruta de capital fijo. Asimismo, la evolución en los precios del petróleo no resulta suficiente para recuperar las exportaciones. Por último, los esfuerzos por diversificar la economía aún son insuficientes.

El nivel de riesgo país continúa reduciéndose. Sin embargo, aún sigue siendo elevado, solo Venezuela lo supera en la actualidad. Por ese motivo, es necesario afianzar la confianza de inversores extranjeros, al objeto de poder reducir la dependencia de la deuda externa.

Según las cifras del BCE: el crecimiento del consumo en 2018 (1,3%) será menor al de 2017 (4,5%) y la inversión crecerá 3,6% en 2018 mientras que este año decreció un 13%.

Los principales Indicadores se proyectan para el año 2018:

Producto Interno Bruto PIB	1.3 - 1.8
Inflación (% Promedio)	0,4
Tipo de Cambio \$ / Euro	1,2

### **NUEVOS PROYECTOS HOTELEROS 2018**

Aperturas en Quito para el año 2018 según HQM:

HOTEL	DIRECCIÓN	HAB.	APERTURA	ZONA
Hotel Holiday Inn Aeropuerto	Tababela	140	Fines de 2018	Aeropuerto
Hotel Ibis	Almagro y Belo Horizonte	150	Segundo semestre 2018	La Carolina
<b>TOTAL</b>		<b>290</b>		

En proyectos hoteleros tenemos el ingreso de 290 habitaciones nuevas para la ciudad de Quito. Los dos proyectos tienen contemplada su apertura en el año 2018, a partir del segundo semestre el hotel Ibis, ubicado en la zona centro norte de la ciudad. El hotel Holiday Inn, aún con fecha incierta contempla fines de 2018 como fecha prevista de apertura (este último está ubicado en la zona del aeropuerto de Quito. En el caso del hotel ubicado 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.

## **6.2. 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.

## **6.3 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 2017.

## **6.4 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 pública de la música, productores de fonogramas, productores audiovisuales en el establecimiento hotelero Hotel Nh Collection Royal Quito.

## **6.5 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.

## 6.6 ACONTECIMIENTOS DESPUES DEL CIERRE

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

## 6.7 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.

## 6.8 SITUACION FINANCIERA:

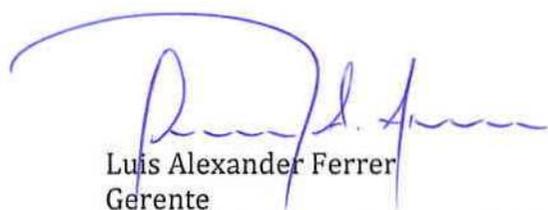
El resultado del ejercicio es negativo, la sociedad arrojó en el año 2017 Perdida por US\$. - 199.096,10

Las principales cuentas financieras al 31 de diciembre del 2017 son las siguientes:

INGRESOS			Valor	%
	Ingresos	US\$	2.827.832	100,00%
	<b>Total Ingresos</b>	<b>US\$</b>	<b>2.827.832</b>	<b>100,00%</b>
GASTOS-COSTOS				
	Gastos	US\$	2.525.818	89,32%
	Costos	US\$	501.110	17,72%
	<b>Total Gastos-Costos</b>	<b>US\$</b>	<b>3.026.928</b>	<b>107,04%</b>
	<b>Total Utilidad</b>	<b>US\$</b>	<b>-199.096</b>	<b>100%</b>

ACTIVO			Valor	%
	Corriente	US\$	1.060.400	44,87%
	No Corriente	US\$	1.302.982	55,13%
<b>Total Activos</b>		<b>US\$</b>	<b>2.363.382</b>	<b>100,00%</b>
PASIVO				
	Corriente	US\$	624.706	26,43%
	No Corriente	US\$	298.540	12,63%
	Total Pasivo	US\$	923.246	39,06%
	Patrimonio	US\$	1.440.136	60,94%
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>		<b>US\$</b>	<b>2.363.382</b>	<b>100%</b>

Cordialmente,



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