



## HUERTOS UZHUPUD S.A.

### INFORME DE GERENCIA

#### INTRODUCCION

Dando cumplimiento a las disposiciones contempladas por la Ley de Compañías y por el estatuto de la Empresa, a continuación presento el Informe de Gerencia correspondiente al Ejercicio Económico 2011.

El Directorio de la compañía HUERTOS UZHUPUD S.A. reunido el día 6 de Abril de 2011, me nombra Gerente General de la Compañía, fecha en la cual inicio mis labores dentro de esa función.

#### 1.- Situación del sector turístico durante el año 2011.

El año 2011 presentó un crecimiento de 8.97% en cuanto a ingresos de turistas extranjeros al Ecuador, es decir 1.140.978 personas.

Año	Llegada de extranjeros al Ecuador	Var %
2007	937.487	
2008	1.005.297	7,23%
2009	968.499	-3,66%
2010	1.047.098	8,12%
2011	1.140.978	8,97%

Fuente: Ministerio de Turismo

Los meses de mayores ingresos de turistas extranjeros durante los últimos dos años, han sido: enero, junio, julio, agosto y diciembre.

Son considerados mercados clave: EEUU, Colombia, Perú, España y Alemania porque representan el 65% del total de arribos, tomando como referencia el mes de diciembre 2011. Los mercados de consolidación representan el 16% del total de arribos, citando a Reino Unido, Canadá, Francia, Italia, Holanda, Brasil, Argentina y Chile; de estos países, los tres últimos, registran en el 2011 incrementos importantes del 16%, 22% y 22% respectivamente. Los mercados de oportunidad representan el 9% del total de arribos; son considerados como tal, porque registraron incrementos importantes entre el 2010 y 2011, tal es el caso de Venezuela, México, Panamá y Austria que registraron incrementos del 21%, 16%, 92% y 11% respectivamente.



Según las estadísticas presentadas por el Ministerio de Turismo, “desde enero a diciembre 2011, se puede observar a dos países que registran arribos muy por encima de lo previsto: **México 27,77%** y **Argentina 25,17%**. Estados Unidos, registra una brecha negativa de -12,58% entre los arribos reales acumulados y los previstos; Colombia por otra parte, registra una brecha positiva de 9,95% entre los arribos acumulados reales y los previstos. Del mismo modo, se registran brechas negativas importantes en los mercados de Reino Unido (-35,56%), Holanda (-31,63%) y Alemania (-33,10%).”

Colombia representa el 23% de los ingresos de extranjeros y Perú un 13%, posiblemente a causa de la migración procedente de esos países al Ecuador; le sigue Estados Unidos con el 21% de ingresos de extranjeros (241.590), seguido por España (60.664) con el 5%, Venezuela (38.246), Argentina (37.456) y Chile (34.854) con el 3% cada uno, entre los más representativos.

Los ingresos por turismo expresados en miles de dólares se ubican en el puesto número cinco, descendiendo un puesto con respecto al 2010, luego del petróleo, banano, camarón y derivados del petróleo.

#### Evolución de los 10 Principales Mercados

ENERO - DICIEMBRE / 2010 - 2011			
PRINCIPALES MERCADOS EMISORES	2010	2011	Var% 2011/2010
Colombia	203.916	265.563	30,23
Estados Unidos	249.081	241.590	-3,01
Perú	154.216	144.968	-6,00
España	59.030	60.664	2,77
Argentina	31.558	38.246	21,19
Venezuela	30.653	37.456	22,19
Chile	28.478	34.854	22,39
Alemania	25.011	26.662	6,60
Canadá	23.867	24.832	4,04
Cuba	27.001	24.061	-10,89

Con respecto al turismo que ingresa a la ciudad de Cuenca, según información publicada en El Tiempo el 11 de Agosto de 2011 y proporcionada por la Fundación Turismo para Cuenca, en los últimos seis años, un promedio de 200.000 visitantes por año llegan a la ciudad por diversos motivos: naturaleza, educación, cultura y residencia. La ciudad registra un incremento de la permanencia de los turistas, que ahora se quedan entre tres y cinco días.

El visitante nacional en la actualidad gasta un promedio de 27 dólares por día y se espera llegar a 40 dólares.



El mayor porcentaje de visitas nacionales provienen de Guayaquil y las extranjeras desde Argentina y Estados Unidos. Además, nuestra ciudad se ha convertido en uno de los principales destinos para los extranjeros jubilados.

La Revista Cuenca Ilustre en su publicación de Mayo del 2009 dice que según fuentes del Ministerio de Turismo, del total de turistas internacionales que llegan al país, solamente el 7% vienen a Cuenca. Esta publicación menciona además que el turismo interno, nacional, genera más recursos que el turismo internacional, reportando más ingresos a la ciudad de Cuenca, pues el 80% de turistas que vienen a Cuenca son del propio país, considerándolo un mercado importante para explotar.

Si aplicamos el 7% de turistas extranjeros que llegaron a Cuenca, a los 1.140.978 turistas que ingresaron al Ecuador en el 2011, significa que 79.868 llegaron a nuestra ciudad.

Por lo expuesto, nuestro mercado objetivo estaría constituido por 79.868 turistas extranjeros y 120.132 turistas nacionales, es decir, 200.000 turistas al año.

## **2.- PRINCIPALES ACCIONES REALIZADAS EN EL AÑO 2011.**

### **5.1. Administración**

- Se elaboró el Plan Estratégico para el período 2012 - 2016
- Contamos con la asesoría hotelera de los señores Antonio del Moral y Tito Ramia quienes confirmaron la necesidad de diferenciación de productos y áreas en la hostería, así como también nos recomendaron mejorar estándares de calidad que correspondan a un establecimiento de lujo.
- Capacitación: La empresa invirtió en capacitación de funcionarios del área de operaciones, administración, ventas y alimentos y bebidas.
- Contratación del Ing. Jorge Ortiz como Contador General de Uzhupud.
- Sistemas: Implementación del sistema SIAC 2000 que empezó a funcionar el 1 de Enero de 2011.
- Se invirtió además en el cambio de red de internet para ofrecer un mejor servicio a los huéspedes.
- Debemos resaltar que a finales del año 2011 se terminó la construcción del puente sobre el río Paute, que favorece la llegada de pasajeros a la hostería.

### **5.2. Inversiones en remodelación de la Hostería**

Para cumplir con el objetivo estratégico de invertir en el mejoramiento de las instalaciones a nivel de estándares internacionales, se realizaron inversiones por un monto total de \$354.401.89.



### 5.3. Mercadeo y Ventas.-

El trabajo de este año se basó en la segmentación de mercados divididos de la siguiente manera:

- Corporativo: empresas del sector público y privado, gremios, asociaciones a nivel del país y contrataciones de eventos sociales.
- Turismo Nacional: familias que visitan la hostería en los feriados nacionales así como en la temporada de vacaciones del régimen sierra y costa.
- Turismo Internacional: extranjeros principalmente de Estados Unidos.

El turismo nacional e internacional se hospeda en el área de la hostería denominada "La Hacienda", mientras que el segmento corporativo se hospeda en "El Poblado Don Cornelio".

Para enfocar mejor el trabajo a realizar en el área corporativa, se contrató a la empresa Propraxis, para elaborar un estudio que mida la percepción de la hostería a nivel corporativo. Se confirmó el conocimiento de nuestra marca; sin embargo, también se evidenció la debilidad de ser un lugar alejado, razón por la cual, ofrecemos al cliente el servicio de transporte tercerizado en caso de requerirlo.

- Imagen corporativa.- Hemos contado con el gran apoyo del Diseñador Sebastián Malo, con quién se elaboró una nueva imagen corporativa, acorde con los objetivos y la visión de la empresa. Esta imagen se plasmó en la página Web, señalización externa, y carta del "Restaurante Doña Eulalia". Todavía se encuentran en proceso la carta del "Café del Valle", carta de vinos, room service, bar, y la identificación de nombres de plantas y árboles de Uzhupud que nos facilitó el Sr. José Manuel Manzanares.
- Lanzamiento de la página WEB.- La empresa Masaki Santo fue la encargada de construir la página WEB con la dirección del Diseñador Sebastián Malo, presentando un concepto de una hostería que permite experimentar la vida de hacienda, en un lugar privilegiado, y cómodas instalaciones para los segmentos que atendemos.
- Redes Sociales.- Estamos presentes en Facebook y Twitter. Además seguimos recibiendo buenos comentarios en Trip Advisor.
- Contamos también durante 2011 con el apoyo del Sr. Juan Pablo Carrasco dentro de la Dirección Comercial de la empresa hasta los primeros días del mes de febrero de 2012.
- Consolidación de la fuerza de ventas de la hostería.- A partir de Enero de 2012, contratamos a dos representantes de ventas en Quito y Guayaquil cuya misión es la de ofrecer los servicios de Hostería Uzhupud como el lugar perfecto para desarrollar eventos corporativos y también para disfrutar de una experiencia de hacienda.

Es importante resaltar que la venta de hospedaje para el turismo nacional y extranjero subió en un 7%, el corporativo subió un 8%, principalmente por eventos como Marcimex, M&M, y Glaxo; dentro de esta categoría también se encuentran los eventos sociales. Finalmente la venta de hospedaje a grupos religiosos subió en un 9%.



El turismo extranjero, es decir, huéspedes que llegaron a la hostería a través de operadoras y walk in, representa el 40% del total de habitaciones vendidas al turismo nacional y extranjero.

#### **5.4 . Operaciones:**

- Diferenciación de las áreas físicas: “La Hacienda” y el “Poblado Don Cornelio”.
- Mejoramiento de áreas de jardines con la dirección de la Sra. María Verónica Crespo, accionista de la empresa.
- Reclasificación de habitaciones en tres tipos: Recámaras máster (suites), Recámaras (junior suites), Alcobas (habitaciones superiores) y Estancias (habitaciones estándar). Total 55 habitaciones. La diferenciación entre habitaciones radica en los tamaños y decoración.
- Se mejoró la iluminación en baños, así como el secondary lock en todas las puertas.
- Todas las recámaras cuentan con escritorio.
- Se cambiaron los televisores de la hacienda por plasmas con una mejor ubicación dentro de la habitación.
- Se realizó mantenimiento en el 50% de los armarios de las habitaciones de la hacienda.
- Mejoramiento de instalaciones en áreas de alimentos y bebidas y salones.
- Mejoramiento de las instalaciones y mobiliario del Centro de Convenciones, que nos permitió atender 120 personas cumpliendo con todos los requerimientos del INCAE.

#### **5.5. Alimentos y Bebidas:**

El rubro de alimentos y bebidas, tuvo un incremento en facturación del 26%.

Es importante mencionar que uno de los factores que han contribuido al crecimiento de este rubro son los eventos corporativos realizados ya que están ligados directamente al servicio de alimentación; sin embargo, se debe resaltar la calidad de comida excepcional, que ha sido reconocida por pasajeros y huéspedes de la hostería y que se debe a la creatividad de la Chef Carolina Sánchez, Gerente de Alimentos y Bebidas de la hostería, quien tuvo además un papel importante en la elaboración de las nuevas cartas en idioma español e inglés.

#### **5.6. Área Financiera y Legal:**

- Se han difundido políticas de crédito, de cobranzas, lo cual permite administrar en mejor forma la cartera; sin embargo, debo informar que del total de cuentas por cobrar, tenemos una cuenta de difícil recuperación del Sr. Pablo Vera Mielles por el valor de \$7.305,61 que se viene arrastrando desde hace tres años aproximadamente. El Dr. José María León, fue encargado del cobro de este valor por la vía legal.
- Implementación NIIF.- Cumpliendo con la normativa legal, se presentó el cronograma de implementación de las Normas Internacionales de Información Financiera en el mes de Marzo del año 2011 y se contrató a la empresa Acevedo &



Asociados para dirigir esta implementación. En la Junta General se tratará como punto del orden del día, la aprobación de los ajustes según NIIF correspondientes al año 2010.

#### **4.- ANALISIS Y EVALUACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS.-**

##### **4.1.- Balance General comparativo a Diciembre 31 de 2011**

**4.1.1.- Activo Corriente:** el activo corriente tuvo un incremento del 121% con respecto al 2010, originado principalmente por la cuenta de anticipos entregados al Arq. Esteban Malo para las obras de construcción que se encuentran en curso.

**4.1.2.- Activo Fijo:** Presenta un crecimiento del 9% por los siguientes rubros: activación del portón de ingreso a la hostería, adquisición de equipos para el mejoramiento del sistema de calentamiento de agua, instalación de un sistema de aire acondicionado para el Centro de Convenciones y compra de mobiliario decorativo para la Hostería.

**4.1.3.- Activo Diferido:** Disminuye un 64% con respecto al 2010, originado principalmente por amortizaciones.

El incremento del activo total es del 24%.

**4.1.4.- Pasivo Corriente:** El crecimiento del 102% de los pasivos corrientes respecto al período anterior está concentrado en la cuenta de proveedores, que corresponde a facturas de compra de las inversiones realizadas.

**4.1.5.- Pasivo a Largo Plazo:** Este rubro crece en un 107% con respecto al 2010, originado por préstamos de accionistas.

El incremento del pasivo total es del 106%.

##### **4.1.6.- Patrimonio:**

Presenta una disminución con respecto al año 2010 del 19% debido a la pérdida del año 2011 que ascendió a \$177.821,45.

##### **4.2.- Balance de Resultados de Enero 1 de 2011 a Diciembre 31 de 2011**

###### **4.2.1.- Resultado del Ejercicio:**

El resultado del Ejercicio Económico 2011 significó una pérdida de \$177.821,45.

**4.2.1.1.- Ingresos:** Los ingresos por ventas se incrementaron con respecto al año 2010 en un 19%. El rubro de hospedaje se incrementó en un 18%, mientras que restaurante, creció en un 26%. En cuanto a entretenimientos el rubro piscina disminuyó en un 38%.



**4.2.1.2.- Costos:** se incrementaron en un 37% con respecto al año 2010 por la mayor venta de alimentos y bebidas, manteniendo los mismos proveedores. en lo que se refiere a este rubro. Influyó el feriado de fin de año que implicó una mayor provisión de inventario. En cuanto al porcentaje que representa el costo de alimentos y bebidas frente a las ventas de restaurante se mantiene similar al del año 2010 en un 33%.

**4.2.1.3.- Remuneraciones y Mano de Obra:** Se incrementa en un 38% con respecto al 2010 originado principalmente por la inversión en personal de las secciones de administración, alimentos y bebidas y ventas.

**4.2.1.4.- Costos indirectos:** Se incrementó en un 7% con respecto al 2010 principalmente en los rubros de:

- \* Suministros e insumos para las áreas de alimentos y bebidas, habitaciones y entretenimientos.
- \* Gas, que tuvo un incremento importante del 38% influenciado por el precio internacional del petróleo en primer lugar; y luego, por incremento del consumo principalmente por los eventos corporativos grandes.

**4.2.1.5.- Gastos:** los gastos se incrementaron en un 52%, concentrado principalmente en:

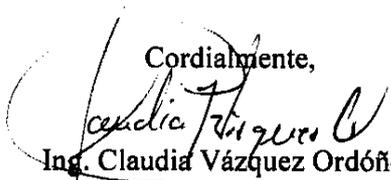
- \* Honorarios por asesoría hotelera
- \* Publicidad, Diseño e Imagen
- \* Arriendos de la oficina en Cuenca

Señores accionistas, el resultado de Hostería Uzhupud fue negativo en el 2011; sin embargo, consideramos que este ha sido un año de siembra, que ya está empezando a dar sus frutos, pues el primer trimestre del año 2012 ya reporta utilidad.

Me comprometo una vez más a seguir trabajando en equipo con los colaboradores de Uzhupud, de quienes debo reconocer su valía tanto profesional como personal.

Quiero agradecer al Sr. Fernando Castro Gerente de Operaciones, a la Chef Carolina Sánchez, al Departamento de Contabilidad y todo el personal de la hostería por el apoyo a mi gestión y de una manera especial al Econ. Juan Crespo y Sra. Juanita Jaramillo por su invaluable dirección, enfocada a alcanzar los objetivos de la empresa.

Cordialmente,

  
Ing. Claudia Vázquez Ordóñez

Gerente General  
Huertos Uzhupud S.A.