

Informe de Gerencia

Enero a Diciembre – Año 2018

Cuencaoro Hotelera Cuenca S.A.

Martes 21 de Marzo del 2019

Informe del Gerente General

Señor Presidente, Señor Vicepresidente y Señores Accionistas:

En cumplimiento con las disposiciones legales y estatutarias, presento a ustedes el informe de los resultados financieros de Cuencaoro Hotelera Cuenca S.A., acumulado al 31 de Diciembre del 2018.

Entorno del Mercado

Situaciones como la irregularidad en los vuelos nacionales, cierre de frecuencias a Guayaquil, problemas con la conectividad terrestre con las Provincias de El Oro, Guayas y Loja no permiten que la ciudad pueda despuntar como destino de turismo de recreación y de negocios.

Otro problema que acarrea la ciudad es el de la movilidad interna, por la construcción de las vías para el tranvía, que por motivos de dominio público afectaron a la ciudad entera, a la fecha el tranvía ya está en las pruebas de funcionamiento.

Todas estas afectaciones han golpeado muy fuerte al sector turístico, generando el cierre de varios hoteles y en algunos casos entregando las propiedades en arriendo, lo que complica aún más la baja en las tarifas.

Nosotros ante toda esta complicada situación del turismo y hotelería local, mantenemos una estrategia clara de ser altamente proactivo en el tema comercial, buscando nuevas oportunidades en donde fuera posible, con una flexibilidad prudente que nos lleve a concretar negocios sin afectar de manera negativa a los resultados finales del hotel.

Resultados Generales

| Resultados en Relación a Presupuesto y Años Anteriores YTD (En Miles USD) | | | | | | | | | | |
|---|--------------|------------|-----------------|------------|------|------|--------------|------------|------|------|
| Rubro | Real 2018 | % Venta | Presup. 2018 | % Venta | VAR. | % | Real 2017 | % Venta | VAR. | % |
| Total Ventas | 2,635 | 100% | 2,618 | 100% | 17 | 1% | 2,610 | 100% | 25 | 1% |
| GOP | 464 | 18% | 525 | 20% | -61 | -12% | 533 | 20% | -69 | -13% |
| (Pérdida) Utilidad antes Impuestos | 43 | 2% | 100 | 4% | -56 | -56% | 66 | 3% | -22 | -34% |
| (Pérdida) Utilidad Neta | 1 | 0% | 41 | 2% | -41 | -99% | -37 | -1% | 38 | N/A |

Hemos logrado superar las ventas presupuestadas para el 2018 y las del año anterior. En lo que respecta a la utilidad neta los resultados han sido más favorables que el 2017.

En habitaciones fuimos agresivos en las ventas lo cual en algunas ocasiones nos llevó a sacrificar la rentabilidad, sin embargo por estas acciones aún nos seguimos manteniendo como líderes en el mercado de la hotelería en nuestra ciudad.

En Alimentos y Bebidas durante todo el año 2018 trabajamos arduamente para captar la mayor cantidad de clientes posibles, teniendo una gran aceptación por parte del mercado en general que se vio atraído por la oferta y promociones presentadas.

Análisis de Mercado 2018

| Hotel | Número de Habitaciones | Tarifa Promedio | % OCC | RevPar |
|---------------------------|------------------------|-----------------|-------|--------|
| Oro Verde Cuenca | 69 | 81.41 | 60% | 49 |
| El Dorado | 53 | 71.28 | 37% | 26 |
| Tryp by Wyndham Zahir 360 | 45 | 73.99 | 39% | 29 |
| Valgas | 43 | 72.73 | 41% | 30 |
| Four Points Cuenca | 120 | 78.51 | 40% | 31 |

Reputación en Línea

| Reputación en Línea vs. Comp Set | | | | | | | |
|----------------------------------|------------------|-----------------------|-------------|-------------|-----------|-----------|-------|
| Jan 1, 2018 - Dic 31, 2018 | | | | | | | |
| | Oro Verde Cuenca | Promedio Competidores | Santa Lucia | Four Points | Zahir 360 | El Dorado | Rione |
| Key Metrics | | | | | | | |
| Overall Review Rating | 4.63 | 4.58 | 4.53 | 4.64 | 4.58 | 4.56 | 4.59 |
| Positive Reviews | 92% | 89% | 87% | 90% | 90% | 89% | 91% |
| Total Reviews | 1151 | 514 | 451 | 958 | 600 | 440 | 121 |
| TripAdvisor Popularity Index | 1 | | 6 | 22 | 9 | 12 | 38 |

Reputación en Línea vs. Comp Set
Jan 1, 2018 - Dic 31, 2018

| Oro Verde Cuenca | Promedio Competidores | Four Points | El Dorado | Zahir 360 | Santa Lucia | Rione |
|-------------------------------|-----------------------|-------------|-----------|-----------|-------------|-------|
| Review Rating Details | | | | | | |
| Recommended By | 87% | 84% | 85% | 84% | 81% | 85% |
| Limpieza | 4.83 | 4.66 | 4.67 | 4.61 | 4.64 | 4.72 |
| Ubicación | 4.76 | 4.78 | 4.65 | 5 | 5 | 4.64 |
| Habitaciones | 4.81 | 4.54 | 4.74 | 4.52 | 4.67 | 4.5 |
| Servicio | 4.88 | 4.58 | 4.73 | 4.21 | 4.82 | 4.65 |
| Valor | 4.68 | 4.44 | 4.55 | 4.41 | 4.5 | 4.3 |
| Review Ratings by Site | | | | | | |
| Booking.com | 4.61 | 4.53 | 4.55 | 4.52 | 4.57 | 4.49 |
| Despegar | 4.46 | 4.21 | 4.42 | | | 4.3 |
| Expedia | 4.77 | 4.50 | 4.44 | 4.63 | 4.67 | 4.27 |
| Facebook | 4.62 | 4.44 | 4.31 | 4.25 | 4.48 | 4.57 |
| Google | 4.72 | 4.56 | 4.52 | 4.5 | 4.58 | 4.54 |
| Hotels.com | 4.8 | 4.66 | 4.68 | 4.71 | 4.6 | 4.65 |
| TripAdvisor | 4.75 | 4.49 | 4.63 | 4.33 | 4.32 | 4.56 |



Hotel Oro Verde Cuenca es uno de los
ganadores del premio Travellers'
Choice 2019

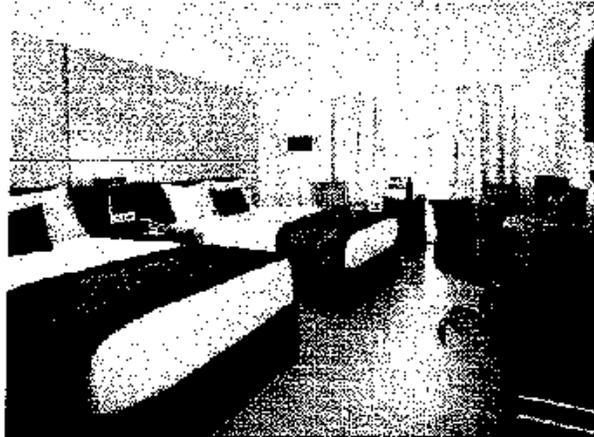


Los 10 mejores hoteles — Ecuador

ESPAÑA MUNDO REGIONES

AMPLIAR LISTA

1 Hotel Oro Verde Cuenca Cuenca, Ecuador



< 10 de 10



"Estadía de Trabajo y fin de semana"

"RECOMENDADO"

Ver ofertas >

> 2 de 10

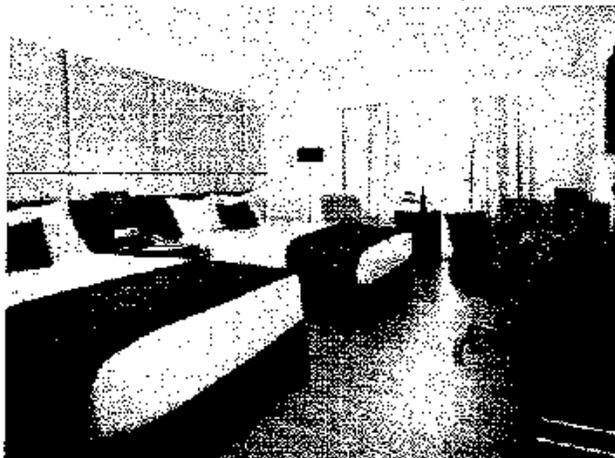


Los 25 mejores hoteles — América del Sur

ESPAÑA MUNDO REGIONES

AMPLIAR LISTA

25 Hotel Oro Verde Cuenca Cuenca, Ecuador



< 14 de 25



"Estadía de Trabajo y fin de semana"

"RECOMENDADO"

Ver ofertas >

> 1 de 25

Indicadores Generales del Departamento de Habitaciones

| Indicadores Habitaciones YTD (En Miles USD) | | | | | | | |
|---|-----------|--------------|-------|-----|-----------|-------|-----|
| Segmento | Real 2018 | Presup. 2018 | VAR. | % | Real 2017 | VAR. | % |
| Ingresos | 1,214 | 1,179 | 35 | 3% | 1,214 | 30 | -2% |
| % Ocupación | 60.19% | 58.51% | 1.67% | 3% | 57.02% | 3.16% | 6% |
| Tarifa Promedio | 81.41 | 80.00 | 1.41 | 2% | 87.34 | -5.93 | -7% |
| Hab. Disponibles | 24,775 | 25,185 | -410 | -2% | 24,984 | -209 | -1% |
| Hab. Ocupadas | 14,917 | 14,736 | 175 | 1% | 14,217 | 664 | 5% |
| RevPAR US\$ | 49.00 | 46.81 | 2.19 | 5% | 49.81 | -0.81 | -2% |

Hemos alcanzado el ingreso del presupuesto, esto debido a que logramos generar un mayor volumen.

Análisis de Costos y Gastos Generales

| Análisis de Costos y Gastos YTD (En Miles USD) | | | | | | | | | | |
|--|--------------|------------|--------------|------------|-----------|-----------|--------------|------------|-----------|-----------|
| Segmento | Real 2018 | % Venta | Presup. 2018 | % Venta | VAR. | % | Real 2017 | % Venta | VAR. | % |
| Costo de Venta | 1,518 | 58% | 1,426 | 54% | 93 | 7% | 1,431 | 55% | 88 | 6% |
| Administrativo | 368 | 14% | 365 | 14% | 3 | 1% | 353 | 14% | 15 | 4% |
| Ventas y RRPP | 65 | 2% | 77 | 3% | -11 | -15% | 74 | 3% | -9 | -12% |
| Mantenimiento | 90 | 3% | 87 | 3% | 3 | 4% | 87 | 3% | 3 | 4% |
| Energía y Combustibles | 128 | 5% | 138 | 5% | -10 | -7% | 131 | 5% | -2 | -2% |
| Total | 2,171 | 82% | 2,093 | 80% | 79 | 4% | 2,076 | 80% | 95 | 5% |

Dentro de los principales gastos que exceden lo presupuestado tenemos el incremento en el pago de las extranet USD 20.4k, un gasto adicional en Personal Eventual USD 17k debido al incremento en las ventas de Eventos, el pago de Comisiones de Tarjetas de Crédito USD 3.9k, el pago de Alicuotas Extraordinarias por un valor de USD 3.6k.

Análisis de los Costos de Alimentos y Bebidas

| Análisis Costos Materiales YTD (En Miles USD) | | | | | | | |
|---|-----------|--------------|--------|--------|-----------|--------|-------|
| Segmento | Real 2018 | Presup. 2018 | VAR. | % | Real 2017 | VAR. | % |
| Ingreso Alimentos | 1,147 | 1,151 | 46 | 1% | 1,071 | 77 | 7% |
| Ingreso Bebidas | 122 | 134 | -12 | -9% | 125 | -3 | -2% |
| Costo Comestibles | 301 | 339 | 22 | 7% | 338 | 24 | 7% |
| Costo Bebidas | 27 | 29 | -3 | -9% | 25 | 1 | 6% |
| % Alimentos | 31.51% | 29.97% | 1.54% | 5.15% | 31.55% | -0.03% | 0.11% |
| % Bebidas | 21.92% | 21.95% | -0.03% | -0.15% | 20.28% | 1.64% | 8.08% |
| % Costo Combinado | 30.59% | 29.12% | 1.47% | 5.05% | 30.37% | 0.22% | 0.72% |

Se ha realizado un buen control de los costos, debido al seguimiento oportuno y precios óptimos al momento de realizar las negociaciones.

Así como nuestros huéspedes y clientes nos presionan a nuestra baja de precios nosotros también lo hemos replicado a nuestros proveedores, consiguiendo buenos precios y adicional ampliando los días de crédito.

El empeño que está teniendo nuestro equipo de alimentos y bebidas junto a un exhaustivo control y trabajo en conjunto con el departamento de costos nos ha dado muy buenos resultados, los mismos que se reflejan en estas cifras.

Análisis de Gastos de Ventas

| Análisis Gasto Venta y RRPP YTD (En Miles USD) | | | | | | | | | | |
|--|-----------|-------------|--------------|-------------|------------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|
| Segmento | Real 2018 | Mix. | Presup. 2018 | Mix. | VAR. | % | Real 2017 | Mix. | VAR. | % |
| Gasto Personal | 24 | 37% | 28 | 36% | -3 | -12% | 9 | 12% | 16 | -177% |
| Gasto Ventas | 30 | 46% | 34 | 45% | -4 | -13% | 49 | 65% | -19 | -38% |
| Gasto Mercadeo | 11 | 17% | 15 | 19% | -3 | -24% | 17 | 23% | -6 | -34% |
| Total | 65 | 100% | 77 | 100% | -11 | -15% | 74 | 100% | -9 | -12% |

Como ya dijimos, la inversión en mercadeo nos ha permitido muy buena presencia en redes sociales, prensa escrita, radio y televisión, y mantener el nivel de ingresos, que ya es en sí mismo un objetivo logrado.

Análisis de los Cargos Fijos de la Operación

| Análisis Cargos Fijos YTD (En Miles USD) | | | | | | | | | | |
|--|------------|------------|--------------|------------|----------|-----------|------------|------------|-----------|------------|
| Segmento | Real 2018 | % Venta | Presup. 2018 | % Venta | VAR. | % | Real 2017 | % Venta | VAR. | % |
| Depreciación | 247 | 9% | 249 | 10% | -2 | -1% | 264 | 10% | -17 | -7% |
| Impuestos del Estado | 83 | 3% | 74 | 3% | 9 | 12% | 73 | 3% | 11 | 15% |
| Seguros | 18 | 1% | 20 | 1% | -2 | -8% | 19 | 1% | -1 | -4% |
| FEE de la Franquicia | 2 | 0% | 2 | 0% | 0 | 0% | 2 | 0% | 0 | 0% |
| Total | 351 | 13% | 346 | 13% | 5 | 2% | 358 | 14% | -7 | -2% |

Todos los impuestos, tanto los municipales como los exigidos por las entidades de control, se encuentran pagados al día, así como las pólizas de seguro respectivas.

Cuentas por Cobrar:

| CUENTAS POR COBRAR | | | | | | |
|------------------------|------------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|
| Plazo | dic-18 | Mix. | dic-17 | Mix. | dic-16 | Mix. |
| Corriente | 79 | 62% | 84 | 85% | 64 | 77% |
| Vencido hasta 30 días | 31 | 24% | 14 | 14% | 19 | 23% |
| Vencido hasta 60 días | 14 | 11% | 1 | 1% | 0 | 0% |
| Vencido hasta 90 días | 1 | 1% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Vencido hasta 120 días | 1 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Vencido hasta 180 días | 2 | 1% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Total Cartera | 128 | 100% | 98 | 100% | 83 | 100% |

La excelente gestión realizada por la ejecutiva de crédito y cobranzas junto al departamento de ventas ha permitido que se cumplan los objetivos planteados por la Gerencia General y de esta manera lograr tener una cartera totalmente sana.

Préstamos

| Préstamos Corto Plazo (En Miles USD) | Total USD |
|--|--------------|
| Préstamos Instituciones Financieras | 0 |
| Préstamos Compañías Relacionadas | 0 |
| TOTAL | 0 |
| | |
| Préstamos Largo Plazo (En Miles USD) | USD |
| Préstamos Compañías Relacionadas (Holver) | 450 |
| Préstamos Compañías Relacionadas (Oro Verde Machala) | 1,070 |
| TOTAL | 1,520 |

A la fecha se tiene dos préstamos con empresas relacionadas, el primero con Hotel Oro Verde S.A. Holver (USD 450k) y el otro con O.V. Hotelera Machala S.A. (USD 1'070k).

Patrimonio

| PATRIMONIO | | |
|---|--------------|--------------|
| Cuentas | 2018 | 2017 |
| Capital Social | 986 | 986 |
| Reserva Legal | 118 | 118 |
| Reserva Facultativa | 308 | 378 |
| Resultados acumulados por adopción NIIF | 5126 | 5163 |
| Resultados Retenidos | 0 | 0 |
| Resultado del Ejercicio | 1 | -37 |
| Ganancia (Pérdida) Actuarial | -22 | 4 |
| Total | 6,517 | 6,612 |

De acuerdo a la resolución de la Junta General de Accionistas realizada en el mes de Marzo la pérdida del ejercicio fiscal anterior fue absorbida por los resultados acumulados por adopción NIIF. Adicionalmente se resolvió distribuir USD 70k de la Reserva Facultativa.

Conclusiones

Estamos convencidos que tener un abanico de clientes amplio, donde se atienden cuentas grandes, pequeñas, corporativas, turismo nacional, turismo internacional, congresos y convenciones; permiten que justamente en estas épocas difíciles se pueda de alguna manera amortiguar los embates de la economía, compensando segmentos que se encuentran a la baja con otros donde hay oportunidades de negocios.

Nuestra permanente política de mantener un gasto austero en todo lo que el hotel requiere, el constante monitoreo y la prudencia en consumir recursos económicos a menos que sean muy necesarios o indispensables, contribuyeron a mantener una situación financiera saludable.

Reiteramos una vez más, que el importante apoyo de los accionistas hacia el hotel crea un compromiso a esta administración es sacar adelante la operación del hotel y enfrentar la competencia y otros problemas que presenta la ciudad con responsabilidad y extrema dedicación.

El Hotel Oro Verde Cuenca, sigue mostrándose ante el cliente, ante el público y ante la competencia como una empresa sólida, comercialmente activa, que va siempre un paso adelante del resto.

Agradecimiento

Agradezco a Usted Señor Presidente, Señor Vicepresidente, y a todos Ustedes Señores Miembros del Directorio por la confianza otorgada a esta Gerencia General. También agradezco el permanente apoyo que he recibido de parte de todo el Equipo de Ejecutivos, de los Colaboradores del Hotel y del Management.

Cordialmente,
Por Cuencaoro, Hotelera Cuenca S.A.



Marcelo Ferrari
Gerente General

HOTEL ORO VERDE CUENCA
Cuenca, 21 de Marzo del 2019