INFORME DEL GERENTE GENERAL DE LA COMPAÑÍA

LANDUNI S.A.

A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
POR EL EJERCICIO DEL 2.002

SEÑORES ACCIONISTAS

En el cumplimiento con las disposiciones legales en vigencia, esta Gerencia General somete a consideración de ésta Junta General de Accionistas, el Informe que corresponde al Ejercicio Económico que concluyó el 31 de Diciembre pasado.

SITUACION GENERAL DE LA EMPRESA

Las actividades económicas de **LANDUNI S.A.** como podemos observar en los Estados Financieros adjuntos a este informe permanecen estables.

Los principales indicadores económicos se han comportado de la siguiente manera. En el año 2.002 el Ecuador tuvo un crecimiento económico del 4 %, lo cual fue una desaceleración con relación al año anterior que llegó al 5,4 %. Este crecimiento benefició entre otros sectores al sector hotelero, ya que como saben la oferta Hotelera de Lujo no sufrió incremento alguno en este año. Como fue el 2002 un año electoral, los inversionistas cautelosos esperaron saber los resultados de las votaciones para continuar con los diversos proyectos que se encontraban a la espera de los resultados. Prueba de esto es que ahora todos ustedes pueden ver anunciados en los diferentes medios la diversa actividad de la construcción tanto en el sector público como en el sector privado. Sin embargo un aspecto negativo para el desenvolvimiento más acelerado del crecimiento de la economía este año ha sido la inflación, que alcanzó límites muchos menores que el año anterior, para el sector privado y la comunidad en general alcanzando la cifra oficial dada por el INEC del 9,34 %, mientras que en los países vecinos los costos en dólares bajaron por las devaluaciones que tuvieron, quitándole así al Ecuador parte de su ventaja competitiva, lo cual también afecta en nuestra rama de negocio. Tampoco se han dado las privatizaciones tan discutidas y esperadas durante el pasado gobierno, para que viniese la inversión extranjera, que tanto se necesita para el desarrollo y crecimiento sostenido del país. Tampoco se logró en este año que nuestros aeropuertos sean cambiados a la categoría 1 para poder contar con mayor cantidad de vuelos y por lo tanto crezca la afluencia de viajeros internacionales.

ABR 2003

OPERACIONES

Al término del presente ejercicio económico del 2.002, el Hotel Four Points Sheraton Guayaquil cumplió su vigésimo octavo mes de operación, siendo recién su segundo año completo de funcionamiento, logró posicionarse en el primer lugar dentro de los ocho hoteles considerados de lujo y de primera en Guayaquil, en la venta de habitaciones, y segundo en alimentos y bebidas, detrás del Hilton Colón. Esto significó que el Hotel cerrase el año con una ocupación promedio del 74,1 %, de la mano de una tarifa promedio de $ 68,58. Es importante recalcar que el crecimiento del turismo hacia Guayaquil aumentó en un 6 % con relación al año anterior, situándose la Ocupación Hotelera en un 61,24 % promedio, siendo nosotros beneficiados en gran parte de este crecimiento. Lo crítico de esto fue que la tarifa promedio por habitación también se mantuvo prácticamente igual que el año anterior, ya que sólo aumentó $ 2,17; Esto se debió en gran parte a que los costos de los servicios públicos fueron congelados durante el año.

La expectativa planteada el año anterior en ventas se vio cumplida en un 115,40 %, cosa que fue excepcional tomando en cuenta que no creció la demanda de habitaciones en la ciudad. Esto demostró que tuvimos un alto índice de participación de mercado, situado en el 1,21 siendo este el más alto en Guayaquil. Para lograr y sobrepasar nuestras metas fue fundamental ir modificando y adecuando la estrategia planteada y desarrollada por El Directorio en conjunto con El Operador, tomando en cuenta las variantes que se iban dando en el mercado. En el Directorio se mantuvieron las antiguas comisiones para analizar, estructurar y ejecutar los diversos planes de acción a seguirse, y también se conformaron las nuevas comisiones para negociar y trabajar en los asuntos que se generan y derivan del Restaurante La Fuente, del Casino y Salones. A continuación enumero y detallo los siguientes resultados obtenidos en las diversas áreas:

1) Producto y Servicio Hotelero
2) Política de Tarifas
3) Publicidad y Comercialización
4) Relaciones Públicas
5) Area Administrativa

En relación al Producto y Servicio Hotelero

1.- Se procedió a la construcción del Restaurante La Fuente, para lo cual contamos con la colaboración del Ing. César Rodriguez, quien estuvo a cargo de la obra, y la realizó en un tiempo record, pese a los inconvenientes encontrados. Cabe recalcar que lo terminó con un costo por debajo de lo presupuestado.

2.- Se hizo la compra de la nueva vajilla para el Restaurante La Fuente, los cubiertos, cristalería y además de las mesas y sillas.

3.- Se optó por hacer la remodelación de la cocina paralelamente a la construcción de La Fuente, para poderla adecuar y que se ajuste a las nuevas necesidades que se estaban generando. Para la misma se tuvieron que hacer

ciertas inversiones en equipos que detallo a continuación: Purificadores de agua, 1 horno convencional, 1 nebulizador de agua, 1 cocina con horno, 1 lámpara de calentamiento, 1 refrigerador, 1 refrigerador side by side, 1 campana extractora, 1 unidad condensadora para frío, 2 mesas de apoyo, 1 mesa de trabajo para prelavado.

4.- También se han fortalecido los almuerzos buffet temático para cada día de la semana, teniendo mayor variedad de platos, y alternándolos. Se ha mantenido con éxito el Festival de Langostinos que se realizan los martes, y ahora lo tenemos disponible desde el almuerzo.

5.- Se mantuvo la música en vivo en la cafetería y en el café-bar para amenizar y distraer a los asistentes. Quiero indicar que el café-bar en este año se convirtió en un lugar muy frecuentado por las señoras en las tardes, ya que se festejan cumpleaños, baby showers, tes, etc. Además de que se aumentó la música en vivo en el Restaurante La Fuente.

6.- Desde que se instaló el primer sistema de lavado propio se vio la necesidad de agrandarlo, y se aumentó el servicio de lavandería propio con una nueva línea. Así se pudo cubrir más eficientemente los gastos en éste servicio, además de que se compró 1 máquina industrial Overt para la confección de sábanas.

7.- Se buscó y consiguió la manera de mejorar el Business Center, añadiendo equipos para conexión con Internet, y además se instaló directamente el Internet a las habitaciones, a través del teléfono, y se podrá facturar este servicio en un futuro.

8.- En el mes de Junio nos llegó la segunda van que se compró para hace el recorrido del hotel al aeropuerto y viceversa, con esto también se logró una significativa mejoría del servicio, ya que la ocupación se encontraba por encima de lo esperado. También se procedió a pintarla con el logotipo distintivo del Four Points Sheraton, para que a su vez sirva como medio de publicidad. Esta inversión tuvo un costo de $ 21,300 dólares.

9.- En Agosto se compró el nuevo sistema de cómputo, el cual nos permite integrar toda la operación contable y el sistema de reservas, haciendo más ágil la labor de las personas que laboran en nuestro hotel.

10.- También se procedió a la compra de las cafeteras para las habitaciones, tal y como lo exige Sheraton. Además de que se compraron 4 camas extras con colchón para cuando las soliciten los huéspedes en las habitaciones.

11.- En el 2002 se procedió a la compra e instalación de los lectores de tarjetas para los ascensores, con el afán de evitar el ingreso de personas no registradas en el Hotel a las habitaciones.

12.- En Noviembre se procedió con la compra del exhibidor de Sushi, que se encuentra instalado en el café-bar, y que además ahora cuenta con este servicio.

13.- Finalmente; se hizo el Aumento de Capital total del Hotel que pasó de $ 14'500,000 a 17'657,950, lo que representa una revaloración del activo del 21,77 %, sin que se haya pedido contribución alguna a los accionistas. Para esto se

capitalizaron parte de las reservas que teníamos acumuladas por concepto de depreciación y amortización, además que también se incluyó el Restaurante La Fuente.

Con respecto a la política de tarifas

1.- Se ha venido trabajando en la tarifa mes a mes para mantenernos dentro del segmento del mercado que cubrimos, y ajustándonos a la realidad de éste mercado.

2.- Mantenemos el transporte de huéspedes como incentivo a la tarifa, al igual que el mantenimiento del personal de hostess, que ahora también se encuentra disponible en La Fuente.

3.- Se mantienen los valores agregados del hotel para fortalecer la capacidad de negociación con las empresas. Estos son los desayunos incluidos, el cóctel de bienvenida, los periódicos, la música en vivo.

4.- Se mantienen y crearon nuevos planes promocionales especiales, como es el caso del de Noche de Bodas, ó el de Fines de Semanas que ahora se encuentra focalizado en las Ciudades de Machala, Manta, Cuenca, Portoviejo, que son las que mejor respondieron a esta promoción.

5.- Se pudo hacer una nueva alianza con Mall del Sol para poderle ofrecer ventajas de descuentos a los huéspedes del Hotel, además de que se les daban ticket del cine y que éste sea otro motivo para que nos visiten los viajeros nacionales e internacionales.

6.- Se trabajó de una manera mas reservada con aerolíneas y agencias de viajes, para también entrar a compartir este segmento del mercado, que no genera una mayor utilidad, pero que es importante star presente. Además de que el nivel de ocupación no dejaba mayor cupo para negociar.

8.- Seguimos comprometidos en ofrecer a las empresas y al público en general los mejores precios posibles para eventos sociales y empresariales, para que éstos se puedan llevar a cabo en nuestro hotel. Además de que se les hacen recomendaciones sobre diferentes proveedores para ciertos servicios

En cuanto a la Publicidad y Comercialización

1.- Se siguen manteniendo los canjes de publicidad y patrocinio con las tarjetas de créditos para los avisos de prensa, cosa que ha sido de gran utilidad para el Hotel, ya que mantenemos una presencia constante en los diarios de mayor circulación.

2.- Se hacen las publicaciones de los festivales gastronómicos y de las actividades permanentes del hotel en periódicos.

3.- Seguimos patrocinando a artistas reconocidos nacional e internacionalmente, para obtener publicidad a cambio de servicios.

GUAYAQUIL
30 ABR 2003

5.- Las ejecutivas de ventas continúan realizando visitas semanales a las diversas empresas del país, y en el 2002 ya contamos con 1071 empresas entre la lista de nuestros clientes.

6.- Se continúa con un sistema de manejo personalizado a cuentas especiales, con el fin de mantener mayor cordialidad en la relación con nuestros clientes. Esto es con el fin de evitar que sean abordados por otros Hoteles.

7.- Se mantiene información actualizada en GDS de Sheraton, y los sistemas de reservas vinculados.

8.- Se realizó la cena Navideña para las secretarias de las empresas que hacen uso del Hotel, en la cual hubo premios a las que hicieron mayor cantidad de reservas. Además hubo concursos. Este evento recibió bastante buen comentario por parte del gremio.

9.- Mantenemos las visitas en otras ciudades fuera del Ecuador, para asistir a eventos que nos puedan generar ocupación en el Hotel.

10. Participamos en la realización de congresos en la ciudad y resto del país a través de gremios y asociaciones. Ejemplo de esto fue la participación el el BITE.

En el área de Relaciones Públicas

1.- Se mantiene el Shot News para continuar informando a los accionistas sobre lo que se encuentra aconteciendo en nuestro negocio, y que sepan sobre los diferentes eventos que se realizan en el Hotel. Al igual que sirve de recordatorio a todos los accionistas para que hagan uso del hotel y de sus servicios.

2.- Mantenemos un estrecho acercamiento a los medios de comunicación a través de eventos especiales y lanzamientos. Esto nos ha dado la ventaja de estar siempre considerados como un lugar para eventos, y no sólo de hospedaje.

3.- Mantenemos la emisión de Boletines de Prensa por eventos, para lograr tener la mayor cantidad de cobertura en el medio, y poder contar con esa propaganda.

4.- Hacemos presencia en actos gremiales y la comunidad.

5.- Se hace uso de GHL para el acercamiento a las empresas.

6.- Se ha optado por mantener los descuentos para los accionistas, y se mantiene el uso de la piscina y gimnasio, por lo cual les seguimos invitando a que sigan haciendo uso de nuestros servicios.

En el área Administrativa

1.- Fue en el mes de Abril que se terminó con todos los trámites de la escisión de Landuni, quedando registrada en esa fecha. Con esto pudimos evitar seguir aplicando la reserva por depreciación.

2.- Se continúa con la renovación las tarjetas de beneficios a los accionistas en este año, cosa que se había planteado que sea por dos años originalmente.

3.- Se procede a la entrega de los nuevos títulos a todos los accionistas originados por la revalorización del activo fijo.

4.- También les recuerdo que de acuerdo a lo acordado en la última Junta General Extraordinaria, nos retiramos de la Bolsa de Valores, dándole así mayor libertad de negociación a todos y cada uno de los accionistas.

Con la estrategia anteriormente mencionada y que ha sido desarrollada e implementada durante el año 2002 se llegó a los siguientes resultados en ventas:

HABITACIONES	**EJECUTADO 2002**	**PRESUPUESTADO 2002**	**CUMPLIMIENTO EN %**
% de Occ	74,06 %	59,82 %	123,75 %
Tarifa Promedio	68,58	70,14	97,78 %
ALIMENTOS Y BEBIDAS			
Cubiertos Vendidos	147,792	152,901	96,66 %
Consumo Promedio	9,55	8,67	110,15 %

CONCEPTO	**EJEC 2002**	**%**	**PSPTO 2002**	**%**	**CUMPLIMIENTO**
VENTAS HABITACIONES	2'669,439		2'205,424		121,04 %
ALIMY BEBIDAS	1'425,670		1'325,445		107,56 %
OTROS	375,080		343,296		109,26 %
TOTAL DE VENTAS	4'470,189		3'874,165		**115,38 %**
COSTOS Y GASTOS	2'312,332		2'233,577		
UTIL. ANTES DE CARGOS FIJOS (GOP)	2'157,857	48 %	1'640,588	42 %	131,53 %
CARGOS FIJOS	758,311		572,168		
UTIL. OPERACION	1'399,546		1'068,420		**130,99 %**

También podemos ver a continuación el cuadro que indica la cantidad de dinero que tenemos en la actualidad en time deposits.

Otra de las obras en la que se logró este año y después de largas negociaciones con Latin Gaming, es el proyecto del Casino, el cual está planteado que sea el mejor Casino de la ciudad y quizás sea el mejor del país. Este va a estar situado en el terreno que está junto al edificio del Hotel quedando asì integrado al mismo. Su área va a ser de de 1100 m² de casino para la planta baja, y 1200 m² para la segunda planta en donde se encontrarán situados los salones de conferencias y eventos. Estos salones son de gran importancia para nosotros, ya que con ellos podremos ganar algunos de los eventos que perdimos este año por la falta de espacio, y también podremos ofertar mayor cantidad de eventos a desarrollarse simultáneamente. Lo importante es que la adecuación y terminación de los mismos lo haremos con los fondos propios que tenenos de reserva.

SITUACION FINANCIERA DE LA COMPAÑÍA AL CIERRE DEL EJERCICIO FISCAL 2.002 Y CUADRO COMPARATIVO VS. EL EJERCICIO FISCAL DEL AÑO 2.001

Ver Anexo 1.

PROPUESTA SOBRE EL DESTINO DE LAS UTILIDADES OBTENIDAS EN EL EJERCICIO ECONOMICO 2.002

De acuerdo a los resultados obtenidos en este ejercicio económico sugiero en acuerdo con el Directorio de Landuní, que se haga el reparto total de las utilidades, tal y como se lo ofreció en la pasada Junta General de Accionistas, luego de hechas las deducciones de ley.

SITUACION ESTIMADA DE LA EMPRESA PARA EL AÑO 2.003

La situación macro-económico del país en el año en curso incidirá lógicamente, en el negocio en que nos encontramos inmersos.

Esperamos que las políticas económicas adoptadas, por el nuevo Gobierno disminuyan el índice inflacionario a los niveles propuestos por el Gobierno Nacional. También esperamos que las tasas de interés se sitúen en un nivel mas bajo y accesible para los inversionistas, y que por fin salgamos de una manera más acelerada del estancamiento económico en el cual parecemos estar dando vueltas en círculo vicioso. Es también, necesario que se logren acuerdos en el aspecto social, productivo y turístico del país, para que éstos incidan directamente en nuestra actividad, ya que como todos saben Guayaquil es más un punto de parada por negocios, que por turismo en la actualidad, aunque ya se empieza a ver una pequeña afluencia turística internacional. Ahora también podemos ver mayor afluencia de turistas nacionales que vienen a conocer las zonas regeneradas de la ciudad. Hasta la fecha es indudable que la mayoría de los huéspedes de éste hotel son personas que vienen a la ciudad por motivos de trabajo. Es por lo anteriormente mencionado, que es importante que el Gobierno siga trabajando en los diferentes aspectos politicos y sociales como son las Autonomías de las Provincias, la Descentralización y Modernización del Estado, la tan esperada Ley de Cielos Abiertos, y lo más esperado por el sector hotelero, es que se de la construcción del Centro de Convenciones de Guayaquil y así incentivar tanto el turismo como la inversión nacional y extranjera en la ciudad y el país.

Nosotros seguimos trabajando para crear mejoras en nuestro Hotel, las cuales seguirán dándonos ventajas competitivas, además de acrecentar nuestro posicionamiento en el mercado.

Lo que les puedo anticipar es que en estos primeros cuatro meses del año 2003, hemos sobrepasado las expectativas del presupuesto aprobado, el cual ya mostraba una agresividad mayor en la participación de mercado. Esto es algo que nos llena de orgullo y emoción, al ver como se sigue forjando un mejor futuro para nuestro hotel.

En esta forma se ha cumplido con los requisitos principales enmarcados en la Ley de Compañías.

De los señores accionistas mis consideraciones.

Cordialmente,

Ing. Manuel Kronfle Koshaya
Gerente General.

30 ABR 2003