INFORME DE GERENCIA

PERIODO AÑO 2011

Srs. Accionistas:

El año 2011 , se caracterizo por ser bastante estable para el desarrollo de nuestra actividad, a pesar de estar en una zona que podríamos llamarla delicada, por la cercanía a varios estamentos gubernamentales y municipales, que muchas veces, por experiencias en el pasado se congestiona debido a diferentes actos o actividades de carácter político, social, gremial, religioso, etc. sufriendo nosotros las consecuencias de las aglomeraciones, congestionamiento y falta de movilidad de nuestros huéspedes.

Los pronósticos de crecimiento de nuestra economía según las autoridades gubernamentales a echo que pongamos especial empeño en el mercado extranjero, sin descuidar las posibilidades que se presenten para atender al mercado nacional.

En relación a la seguridad del sector, es mi apreciación que los parámetros que miden la actividad delictiva continúan iguales que en el año 2010. El tráfico de drogas continua, sobre todo en la calle Rocafuerte, parte sur de la plaza de Sto. Domingo, durante el día, incrementándose por las noches y fines de semana.

A partir de Mayo/Junio del año analizado, la prostitución callejera se tomó la esquina nor-oriental de la plaza de Sto. Domingo, aprovechando que el local del ex Hotel Guayaquil, ubicado en la esquina de las calles Guayaquil y Rocafuerte, daba cabida para sus actividades. Hasta fines del año 2011, este local a sido clausurado en múltiples ocasiones, por diferentes autoridades, municipio, salud , SRI, comisarios, etc, y sigue funcionando hasta el momento; lo que demuestra la poca efectividad de las autoridades llamadas a controlar este tipo de actividades.

El Hotel es parte del Buro del Centro Histórico, entidad conformada por sectores productivos del Centro Histórico, tales como hoteles, restaurantes, teatros, museos, etc. que estamos tratando de dinamizar a las actividades del Centro Histórico, coordinando acciones con las diferentes autoridades relacionadas.

También somos integrantes, como Hotel Real Audiencia del Club del Centro Histórico, que reúne a actores económicamente activos, interesados en atraer a las personas hacia el Centro Histórico y especialmente a turistas y empresas turísticas, para lo cual se desarrollo con la ayuda de la USAID dentro del Proyecto, Redes Productivas, una Tarjeta de descuentos que esta siendo promocionada por GreyLine a nivel nacional e internacional.

El año 2011, las ventas del hotel se incrementaron en relación al año 2010, en un 49% .

En el **Cuadro A** que a continuación se presenta, se puede apreciar con mas objetividad mes a mes el incremento de ventas señalado; todos los meses del año 2011 se vendieron mas que en el 2010 con excepción del mes de Febrero.

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
11 MAYO 2012
OPERADOR 5
QUITO

Como en los últimos 5 años, continuamos teniendo una afluencia mayoritaria de huéspedes extranjeros, los cuales alcanzan un 78% del total. Esto nos compromete a buscar nuevos mercados locales, sobre todo por el inminente traslado del aeropuerto Mariscal Sucre al sector de Tababela.

Se adjunta y forma parte de este documento, el Informe de Mercadeo y Ventas.

En el Anexo Nº 1 se detallan las adecuaciones y mejoras realizadas en el Hotel durante el año 2011

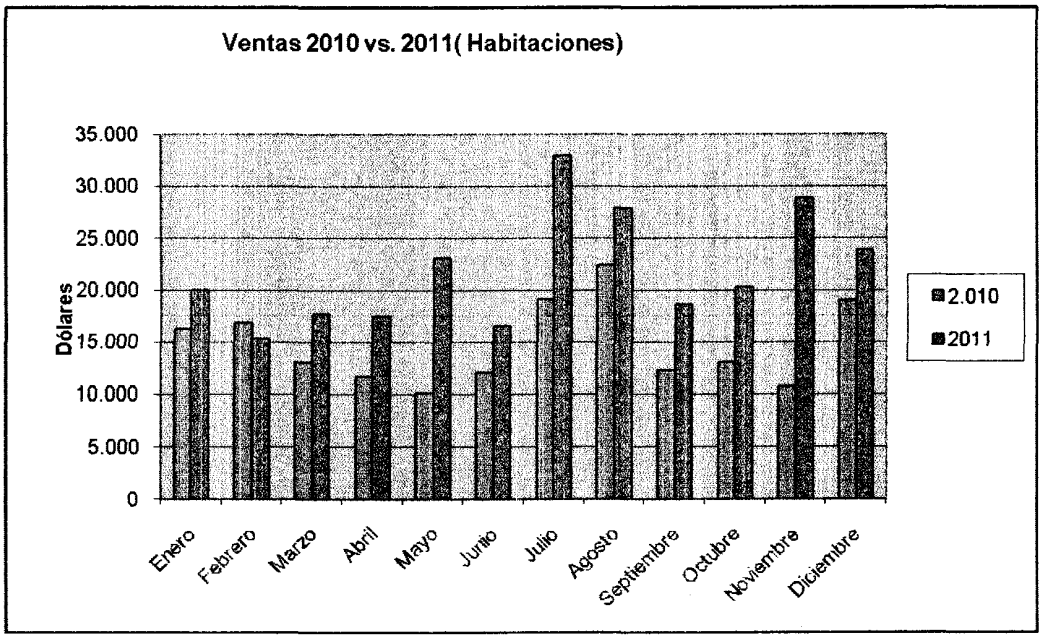
Señores Accionistas vaya mi agradecimiento muy especial para todo el equipo de trabajo que labora en el Hotel Real Audiencia, especial mención al grupo administrativo que esta más directamente ligado a gerencia por su dedicación y compromiso con el Hotel. Esperamos el próximo año continuar llevando a la empresa por sendas de crecimiento y mejora continua.

Atentamente

Ing. Fco. Enrique Duque Calisto.

Gerente

CUADRO N° A



	Año 2010	Año 2011	Dif 2011-2010
Enero	16.275	20.029	3.754
Febrero	16.872	15.293	-1.579
Marzo	13.121	17.807	4.686
Abril	11.746	17.457	5.711
Mayo	10.088	23.140	13.052
Junio	12.065	16.590	4.525
Julio	19.153	32.972	13.819
Agosto	22.412	27.804	5.392
Septiembre	12.277	18.652	6.375
Octubre	13.113	20.371	7.258
Noviembre	10.728	28.792	18.064
Diciembre	19.044	23.865	4.821
	176.894	262.772	85.878

GERENCIA DE COMPAÑIAS
31 MAYO 2012
OPERADOR 5
QUITO

En el año 2011 en habitaciones se vendió $ 85.878 mas que en el 2010, lo que representa 49% de incremento en ventas.

INFORME DE MERCADO Y VENTAS

Abril 2012

Para iniciar este informe, es oportuno recordar las claves del Mercadeo y de las Ventas, que son los motores o guías de las estrategias de una empresa o actividad económica.

Mercadeo: **Cliente, utilidades, largo plazo.**

- Centrarse en el cliente
- Buscar utilidades
- Planear a largo plazo
- Ponerse en los zapatos del cliente

Ventas: **Producto, volumen de ventas, corto plazo, necesidades del vendedor**

- Centrarse en el producto
- Aumentar volumen de ventas
- Planear a corto plazo
- Pensar en lo que necesita el vendedor

1.- ANTECEDENTES:

En Anexo Nº1 se detallan algunos hitos de las principales mejoras que se han realizado en mejoras físicas, operacionales, en comodidad, calidad del servicio y atención a los clientes, orientadas a incrementar la ocupación, las ventas y principalmente el posicionamiento del Hotel.

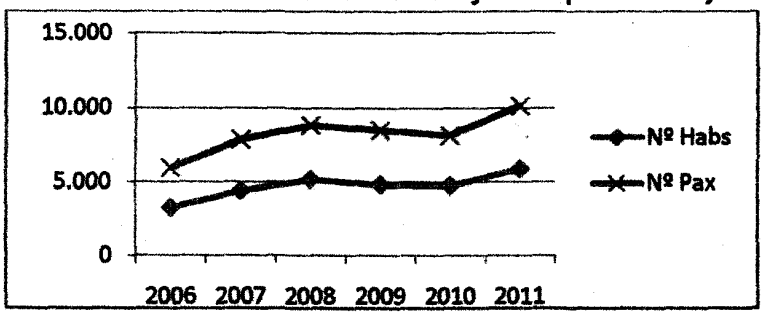
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
31 MAR 2012
OPERADOR 5
QUITO

HOSPEDAJE: A continuación los datos indicativos de Hospedaje en los cinco años anteriores al 2011 aquí analizado. (valores en U$ sin IVA):

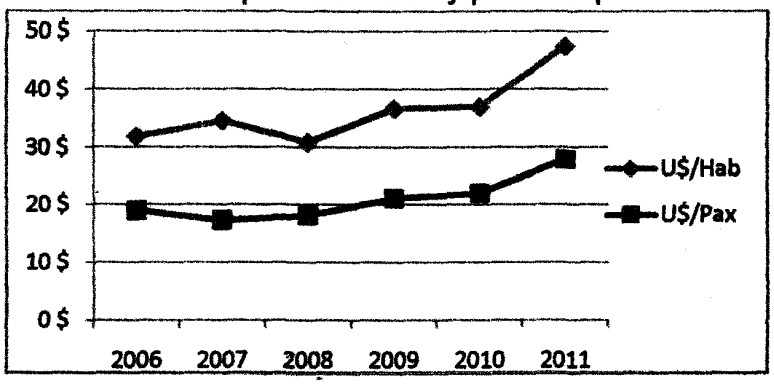
	U$/hab	U$/pax	NºHab	U$/año	Nº pax	Nacional	Extranj.	% Ocupación
2006	31.90	19.00	3.286	101.843	5.947	n/d	n/d	*31.0*
2007	35.55	17.28	4.420	153.570	7.904	n/d	n/d	*41.7*
2008	30.91	18.12	5.200	161.327	8.855	1.882	6.973	*49.1*
2009	36.67	21.09	4.858	176.220	8.519	2.397	6.096	*45.8*
2010	37.00	21.95	4.768	176.631	8.178	.1.773	6.405	*42.8* *
2011	47.44	27.90	5.887	282.362	10.146	774	9.372	*52.0*

* Del 2006 al 2009 el HRA disponía de 29 Habs. El 2010-Ene-04 se recupera la Hab 101 y el 2010-Jun-23 la Suite 1A, ocupadas por Quito Eterno. El HRA dispone desde Junio del 2010 de 31 Habs.

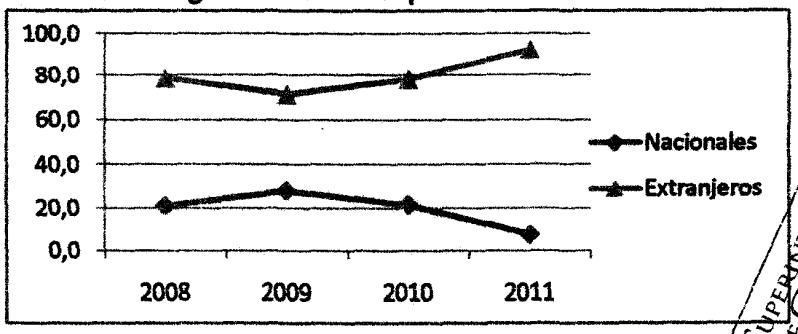
Cuadro 1: Habitaciones vendidas y Huéspedes alojados



Cuadro 2: Tarifa por Habitación y por Huésped

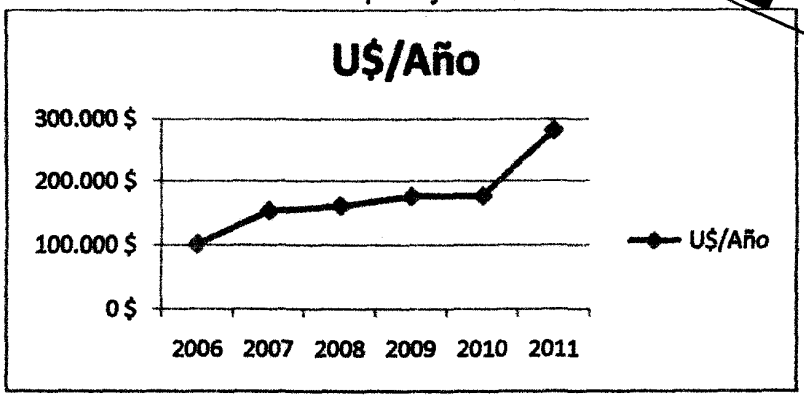


Cuadro 3: Origen de los Huéspedes -



SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
31 MAYO 2012
OPERADOR 5
QUITO

CUADRO 4: Venta de Hospedaje -U$/año



2.- MARKETING:

Siguiendo las notaciones mencionadas al inicio, y traduciéndolas a nuestro caso, a continuación detallamos las tareas y herramientas principales que estamos usando en el desarrollo del mercadeo del Hotel.

Mercadeo:

A. Analizar los tipos, cantidades, y **aspiraciones** de nuestros clientes:
Hospedaje: Según datos tomados de los Registros de check-in, y la forma en que realizaron sus reservas. Así, brevemente podemos definir qué:
- **Origen:** Nacionales 22%, extranjeros 78%,
- **Edad:** El 90% entre 25-65 años, exceptuando un 10% de extranjeros que son grupos de estudiantes extranjeros entre los 15-18 años donde
- **Nivel Socio-Económico**: Medio en extranjeros y Medio alto en nacionales.
- **Aspiraciones:** Por las preguntas que hacen al realizar sus reservas, los extranjeros en su gran mayoría aspiran al llegar a la Ciudad Vieja (Centro Histórico) a un turismo cultural, y como base para desplazamientos por otras regiones en este orden: Galápagos, Amazonia, Sierra, Cuenca, otros. Los nacionales en cambio aspiran a una ubicación para gestiones gubernamentales y administrativas de empresas en este sector.
- **Cantidad:** Es variable según los meses del año

	Nº de Pax	Nac	%	Extranj	%
Enero	660	82	12,4	578	87,6
Febrero	854	135	15,8	719	84,2
Marzo	576	141	24,5	435	75,5
Abril	460	128	27,8	332	72,2
Mayo	410	120	29,3	290	70,7
Junio	593	216	36,4	377	63,6
Julio	1075	321	29,9	754	70,1
Agosto	1043	160	15,3	883	84,7
Septiembre	600	96	16,0	504	84,0
Octubre	642	177	27,6	465	72,4
Noviembre	501	61	12,2	440	87,8
Diciembre	764	136	17,8	628	82,2
Total	8178	1773	21,7	6405	78,3

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
MAYO 2012
OPERADOR 5
QUITO

B. Reducir costos sin sacrificar la calidad, e incrementar tarifas dentro de lo posible: Esta tarea la hemos realizado de forma constante, como dicen: "cuidando el centavo pues los dólares se cuidan solos", y siempre comparándonos (benchmarking) con la competencia, para lograr mayor margen de utilidad. La calidad ha sido nuestro mantra, pues los consumidores es lo que esperan, aunque los precios incidan en su decisión de compra. Esto ha llevado a que los datos de ventas sean reveladores, y es la estrategia que seguiremos.

C. Planear a largo plazo, tomando datos desde cinco años antes, y proyectando a uno, cinco y diez años: Hemos realizado las estadísticas presentadas, tomando como base el año 2006, lo cual nos da una base mas solida en la planificación. Consideramos que en el año 2012,una vez avancemos en las mejoras físicas urgentes, estaremos listos a realizar las proyecciones puntuales.

D. Ponerse en los zapatos del cliente luego de que haya usado nuestros servicios: Para esto, hemos usado encuestas, consultas y criterios de los huéspedes (caritas y comentarios en portales), lo que nos ha permitido determinar con bastante exactitud las aspiraciones que a su vez nos permiten en el transcurso de los años empezar a determinar la **trazabilidad** de la marca HRA. (resultado del valor de un estándar relacionado con referencias especificadas, nacionales o internacionales, a través de una cadena continua de comparaciones)

2.1.-Posicionamiento:

2.1.1- Producto: Estamos con buenos puntajes en las páginas de los portales, como un producto de buena calidad y con una ubicación privilegiada en la "Old Town -Ciudad Vieja" como dicen los extranjeros al Centro Histórico. Es por esto que el portal internacional Trip Advisor nos hizo llegar la Calidad de Excelencia 2011, y logramos además el Distintivo "Q" de Quito Turismo, alcanzando previamente la calificación de Smart Voyager.

2.1.2.- Precio: Las tarifas de hospedaje que para el año 2011 fue de 58 U$/ noche para Hab Dbl. Esto nos ubica como un hotel de categoría media, o de 3 estrellas.

2.1.3.- Mercado: Dentro del mercado de hoteles de la ciudad de Quito, es de considerar que en el Centro Histórico que tiene su propia participación dentro del segmento de toda la ciudad, estamos en el 4to. puesto, luego de los hoteles de lujo como son en este orden y de acuerdo a las tarifas rack: Hotel Casa Gangotena, Hotel Plaza Grande, Hotel Patio Andaluz, Hotel Real Audiencia, Hotel Plaza Sucre, Hotel San Francisco, etc, etc.

2.1.4.- Promoción: En realidad no hemos hecho mayor promoción que guía telefónica, y Transport, a más de la que nos acompaña el Club del Centro Histórico y su tarjeta "City Discover" que lo opera el Buró del Centro Histórico del que somos parte, tarjeta de descuento que tiene el apoyo de Quito Turismo y que apenas se está promoviendo a nivel internacional desde el mes de abril del año 2012. Consideramos que aun no estamos listos para otras promociones, hasta que concluyamos tres aspectos de vital importancia para determinar la calidad del servicio: instalación del ascensor, renovación delos baños y adecuaciones en el patio interior. Mientras estas cuatro obras no concluyan, sería contraproducente sobrevender la marca del HRA.

2.2.- Canales abiertos:

2.2.1.- Web-URL: Como ya lo conocemos, www.realaudiencia.com que es la pagina web del HRA, está operando sin mayores cambios desde el año 2007, por lo que es urgente renovarla dentro del año 2012.

2.2.2.- Portales: A los que los usuarios acceden directamente motivados por la publicidad de los propios portales en varios medios, o en su gran mayoría desde buscadores generales como Google, Yahoo, etc. Además, estamos operando con portales específicos que son:

2.2.2.1.-Booking.com: Portal de reservas, de carácter internacional, operado para América Latina desde Buenos Aires.

2.2.2.2.-Despegar.com: Portal de reservas, de carácter internacional, operado para América Latina desde Buenos Aires.

2.2.2.3.-Hoteldo.com: Portal de reservas, de carácter internacional, operado para América Latina desde Buenos Aires.

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
MAYO 2012
OPERADOR 5
QUITO

2.2.2.4.-Hostelbookers.com: Portal de reservas, de carácter internacional, operado para América Latina desde Buenos Aires.

2.2.2.5.-Hostelworld.com: Portal de reservas, de carácter internacional, operado para América Latina desde Buenos Aires.

2.2.2.6.-TripAdvisor.com: Buscador especializado Portal de reservas, de carácter internacional, operado para América Latina desde Buenos Aires.

2.2.3.- Walking: Estamos cada vez en un nivel más interesante de huéspedes que llegan mediante los libros guía, y ahora mas aun con los teléfonos inteligentes y las tabletas. Estos nuevos aparatos tecnológicos están cambiando desde el año 2011, en forma radical la información con la que cuenta un turista al realizar por su propia cuenta la planificación de sus rutas y hospedajes. *Las agencias de viajes que antes vendían principalmente dos cosas:* pasajes aéreos e información de rutas y hospedaje, están en proceso un proceso de "renovarse o morir". Para que el HRA tome ventaja de esta situación, creemos oportuno ofrecer a los turistas servicios adicionales que les facilite sus viajes.

2.2.4.- Agencias: Estamos operando actualmente con las siguientes agencias:

2.2.4.1.- Palmar, con turistas franceses

2.2.4.2.- Baobab-ATC, con turistas holandeses y que ha disminuido notablemente desde el año 2008 con la crisis económica en Europa.

2.2.4.3.- Ganapar, con turistas de varios países, principalmente de Italia con ViagiMiragi

2.2.4.4.- Sustainable Horizon- de Belén Noroña, con jóvenes de los Estados Unidos y Canada.

2.2.4.5.- Bird Ecuador, con jóvenes de los Estados Unidos.

2.2.5.6.- Otras.

2.2.5.-Telefono: *Tenemos publicidad en páginas amarillas en las guías de: Quito, Guayaquil,* Cuenca y Manabí. Eventualmente los clientes nacionales acuden a la guía telefónica para hacer reservas, y también los clientes locales para reservas eventos.

2.2.6.-Aeropuerto: Tenemos un sistema de comisión con los Taxis del Control 34 que opera en el aeropuerto

2.2.7.-Taxi: Eventualmente los taxistas traen turistas, y se les reconoce una comisión.

2.2.8.- Libros guías: Los más comunes con los que se refieren los turistas extranjeros son:

2.2.8.1.- Lonely Planet

2.2.8.2.- Fromers

2.2.8.3.- Otros: Ahora y cada vez mas desde tabletas y smart-phones

2.2.9.- 2da, 3ra entrada: Nos indican que aprecian el hotel, y tenemos estadísticas que nos revelan esta realidad.

2.2.10.- Cliente frecuente: Proceden de empresa como Tia, INFA, y empresarios como Sr.Burani, Sr. Salinas, etc.

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
31 MAYO 2012
OPERADOR 5
QUITO

2.2.11.- Viral (referencia amigos): Los reconocemos por sus comentarios al registrarse en el Hotel, y esperamos potenciar esta importantísimo mecanismo mediante las redes sociales.

2.3.- Rendimiento multicanal: Estamos en proceso de medición y estadística de los siguientes canales:

2.3.1.- Campañas

2.3.2.- Actividad

2.3.3.- Buscadores

2.3.4.- Palabra clave

2.3.5.- Situación geográfica

3.- VENTAS

Emulando entonces las anotaciones inicialmente indicadas y traduciéndolas a nuestro caso, tendríamos las tareas y herramientas principales que estamos usando en el Hotel para incrementar las ventas:

Ventas:

A. Analizar el "producto" que verdaderamente vendemos, en hospedaje y A&B. Lo que realmente vendemos es," *La experiencia de hospedarse y consumir en el HRA*"

B. Aumentar volumen de ventas mediante estrategias oportunas y de bajo costo;

C. Elaborar planes y estimaciones anuales y estacionales de ventas;

D. Analizar profundamente las necesidades concretas y objetivas de nuestros huéspedes, comensales y clientes.

Se ha tratado de conseguir una asistente de Ventas, principalmente para orientarse al seguimiento de Reservas, pero en tres oportunidades las jóvenes contratadas no han respondido al nuestras expectativas, sea por falta de eficacia en el inglés escrito que es fundamental, o por sus habilidades para las ventas en línea.

NOTA:

Es oportuno recordar que desde Abril del 2009 Fernando Duque realiza la gestión en Mercadeo, y desde Marzo del 2010 Claudia Garzón en Ventas.

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
31 MAYO 2012
OPERADOR 5
QUITO

ANEXO Nº1

Hitos del Hotel Real Audiencia en el año 2011

Se detallan algunos hitos de las principales mejoras que se han realizado en mejoras físicas, operacionales, en comodidad, calidad del servicio y atención a los clientes, orientadas a incrementar la ocupación, las ventas y principalmente el posicionamiento del Hotel:

2011-Ene-05-30: Inicia instalación de tomacorrientes NEMA B-% de 3 polos en habitaciones para conectar PC portátiles, celulares, tabletas, cámaras de fotos, y demás gadgets.

Ene-19-21: Se pinta paredes, instalan pisos nuevos en habitaciones: 206 alfombra, y 2B, 202, 203, 209 flotante. Según la ocupación se continúa este trabajo en otras habitaciones.

Ene-22: ¡¡Fin del mal olor en el hotel!!. Nueva acometida de alcantarillado por la calle Bolívar, luego de tres meses de trabajos y espera de autorización de la EMAP y Alcantarillado.

Feb-05: Se instalan porta- TV de pared en habitaciones 2do piso (U$24 c/u) :Ahorra espacio.

Mar-05: Pulida de piso de lobby. Se compra implementos para abrillantar a diario.

Mar-10: Inicia operación de Sistema Informático Hotelero **SMART** (Ing. Donoso /U$ 250 /mes)

Mar-30: Se evidencia incremento de reservas con portal Booking.com que iniciamos el 01-Dic-2010. Antes, Mar, Abr, May, Jun, Oct y Nov eran "temporada baja"

Abr-01: Iniciamos estrategia de calidad del personal, para que quienes estén frente a los huéspedes (80% extranjeros), deban ser bilingües: recepcionistas, botones y meseros.

Abr-13: Ingresa por primera vez un Botones bilingüe (Rafael Luna)

Abr-15: Se colocan focos dicroicos de lectura en cielorraso de habitaciones 2do piso.

Abr-30: Entra en servicio baño de subsuelo, agrandado y re decorado.

May-15: Se asea y desocupan tereques de bodegas de subsuelo, para mejorar el servicio.

Jun-01: Se instala piso flotante en hab. 306, 307, 308

Jun-08: Se instalan tiraderas decorativas de bronce en closets, en vez de [illegible] madera.

Jun-10: Se instala vitral redondo de gradas al subsuelo

Jun-15: Se compra 300 m de tela (200 hpp2, 80-20% para lencería).

Jun-18: Se contrata consola tallada para Baño Sb, Consola grande y Espejo para Salón Sb, y sillas lacadas para habitaciones y Restaurante

Jun-29: Se compra armadores con ganchos para closets.

Jun-28: Iniciamos ventas mediante portal Despegar.com

Jul-01: Se Compra 3 maceteros decorativos para descansos de gradas.

Jul-08 Comentarios más frecuentes de nuestros clientes en BOOKING.com:

a) Personal no habla ingles

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
31 MAYO 2012
OPERADOR 5
QUITO

b) Falta ascensor
c) Baños viejos
d) Entrada insignificante
e) Mejorar atención en restaurante

Jul-11: Se retira una de las dos divisiones de paneles del restaurante.

Jul-21: Recibimos de **Tripadvisor.com** un Certificado de Calidad 2011 con 4 estrellas ¡!!!!!!

Jul-27: Se contratan botones bilingües en turno de la mañana, Diego Cabascango, y sábados y domingos a Henry Toapanta.

Posteriormente y según las circunstancia habrá que ir contratando personal bilingüe, sobre todo en aquellos puestos que tienen contacto directo con los huéspedes.

Oct-18: Inicia operación calderín a diesel para reemplazar el uso de cilindros de gas de 15 kg (prohibido por el Gobierno e inspectores amenazan clausura). El gas industrial a granel para la cocina cuesta 1.14 U$/Kg incl. IVA, que es 6.84 veces el costo de los cilindros (0.166 U$/Kg)

Nov-28: Se notifica a Corina Castro (Recepcionista desde hace 23 años), que el HRA necesita personal bilingüe que hable inglés, y se llega a un acuerdo para su liquidación laboral.

Dic-18: Quito Turismo nos coloca la placa del Distintivo "Q", como un Hotel de calidad

Dic-31: El año 2011 se hospedaron **10.346** personas. Si la capacidad máxima normal del HRA es 74x365 = 27.010 pax/año (con camas adicionales 86x365=31.390 pax/año) tendríamos un el **38.32%** (32.96%) de ocupación. La ciudad de Quito según Quito-Turismo, recibió en el 2011 a 484.370 visitantes, entonces el HRA captó el 2.14%.

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
31 MAYO 2012
OPERADOR 5
QUITO

HOTEL REAL AUDIENCIA
ESTADO DE RESULTADOS
DEL 1 ENERO AL 31 DICIEMBRE 2011

INGRESOS	
INGRESOS OPERACIONALES	**288.575,80**
INGRESOS 12%	**279.574,15**
Venta habitaciones	261.675,60
Venta Teléfonos	1.194,13
Lavandería	1.513,93
Arriendo	5.570,00
Ventas Cafeterìa	9.620,49
INGRESOS 0%	**4.035,50**
Venta Habitaciones	4.035,50
OTROS INGRESOS	**4.966,15**
Intereses Bancarios	18,54
Otros Ingresos	4.947,61
COSTOS Y GASTOS	**273.996,95**
COSTOS	**81.685,15**
COMPRAS Y SERVICIOS 12%	**81.627,66**
Telèfonos	4.653,24
Tvcable	2.916,00
Servicios de Restaurante	64.305,18
Servicios de Lavanderìa	4.654,19
Utiles de Aseo y Limpieza	3.347,69
Agua Mineral	1.703,14
Comisiòn Taxista	48,22
COMPRAS 0%	**57,49**
Compras Tarifa 0%	57,49
REMUNERACIONES ADMINISTRAC.	**19.840,74**
Salario básico Unificado	14.440,00
Subsidio Responsabilidad	1.820,03
Horas Extras	105,1[illegible]
Aporte Patronal	1.373,63
Fondos de Reserva	914,82
Décimo Tercer Sueldo	637,10
Décimo Cuarto Sueldo	550,00
REMUNERACIONES HOTEL	**59.204,45**
Salario básico Unificado	32.165,62
Subsidio de Responsabilidad	2.571,00
Horas Extras	3.857,00
Aporte Patronal	4.452,33
Fondos de Reserva	2.281,71

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
31 MAYO 2012
OPERADOR 5
QUITO

Décimo Tercer Sueldo	3.410,13
Décimo Cuarto Sueldo	2.660,81
Vacaciones	1.010,71
Bonificaciòn Liquidaciones	6.795,14
SERVICIOS	**32.606,28**
Servicios de Contabilidad	3.542,25
Luz eléctrica	5.251,47
Agua Potable	6.017,42
Internet	398,72
Servicios Bancarios	974,32
Trabajo de Terceros/Ocasionales	1.721,18
Formularios/timbres/Estampillas	36,80
Seguros	589,92
Transporte de Pasajeros	3.750,99
Publicidad/Propaganda/Suscripciòn	445,80
Fletes y Movilizaciones	1.276,50
Honorarios Profesionales	7.951,03
Tràmites Judiciales	649,88
OTROS GASTOS	**69.231,45**
Mant.Reparación Edificios	30.582,29
Mant.Habitaciones	4.962,04
Mant. Equipos de Oficina	1.016,52
Suministros de Oficina	1.590,56
Útiles de Aseo y Limpieza	570,10
Combustibles y Lubricantes	1.632,03
Atenciòn Clientes	976,91
Comisión taxistas	540,68
Comisión tarjetas de Crédito	9.279,07
Copias de documentos/Correos	208,91
Contribuciones/cuotas	234,92
Impuesto Municipio	1.635,47
Parqueadero	3.221,00
Suministros y Materiales	11.110,63
Gastos Navidad	1.670,32
DEPREC. ACTIVOS FIJOS	**10.426,20**
Deprec. Activos Fijos	10.426,20
GASTOS MISCELANEOS	**1.002,68**
Gastos Miscelàneos	1.002,68
RESULTADO DEL EJERCICIO:	**14.578,85**

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
31 MAYO 2012
OPERADOR 5
QUITO

(f) Gerente General
Hotel Real Audiencia

(f) Contadora
Ruc 1708613383001

HOTEL REAL AUDIENCIA
BALANCE GENERAL ANALITICO
A 31 DE DICIEMBRE 2011

ACTIVO		**95.237,90**
ACTIVO CORRIENTE		9.973,66
DISPONIBLE		
CAJA	1.409,20	
Caja Gerencia	200,00	
Caja Recepción	100,00	
Depòsitos en Tràns ito	1.109,20	
BANCOS	8.564,46	
Bco.Pichincha	2.617,69	
Bco. Internacional Ahorros	5.946,77	
ACTIVO EXIGIBLE		12.091,21
CARTERA	9.800,71	
Almacenes Tía	759,31	
Diners Club	-1,05	
Visa/American Express/Master Card	87,99	
Produbanco	50,00	
Hoteldo	1.580,04	
Palmar Voyages	515,37	
Zenith Travel	17,36	
Municipio de Quito	5.208,02	
Otros por cobrar	1.583,67	
OTROS POR COBRAR	2.290,50	
Anticipo Servicios	2.290,50	
ACTIVO FIJO		62.982,15
DEPRECIABLES	138.035,68	
Muebles y Enseres	7.401,38	
Instalaciones y Adecuaciones	22.733,78	
Equipo de Computación	1.425,20	
Equipo de Operación	34.266,17	
Equipo de Oficina	1.608,21	
Edificios	70.600,94	
DEPRECIACION ACUMULADA	-75.356,24	
Equipo de Oficina	-683,41	
Muebles y Enseres	-757,54	
Edificios	-28.627,40	
Equipo de Computación	-1.121,40	
Equipo de Operación	-29.324,43	
Instalaciones y Adecuaciones	-14.842,06	
NO DEPRECIABLES	302,71	
Terrenos	302,71	
OTROS ACTIVOS		10.190,88
IMPUESTOS DIFERIDOS	10.190,88	
Impuesto Retenido por Terceros	7.678,30	
Iva Retenido por terceros	1.794,43	
12% Iva Compras	718,15	

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
31 MAYO 2012
OPERADOR 5
QUITO

PASIVO		**43.849,55**
PASIVO EXIGIBLE CORTO PLAZO		
IMPUESTOS	4.495,04	
Retención Impuesto a la Renta	555,76	
Iva Ventas por Pagar	3.204,69	
Retenciòn Iva por Pagar	734,59	
PRESTAMOS POR PAGAR	5.205,01	
Enrique Duque	5.205,01	
OBLIGACIONES LABORALES	3.280,08	
Iess por pagar	952,94	
Ptmos. Iess por Pagar	107,09	
Décimo Tercer Sueldo	300,79	
Dècimo Cuarto Sueldo	1.216,60	
Fondos de Reserva	141,80	
Bonificaciòn Gerencia	560,86	
OTROS POR PAGAR	12.559,65	
Fernando Duque Calisto	7.900,01	
Anticipo Clientes	2.659,64	
Varios por Pagar	2.000,00	
DIVIDENDOS POR PAGAR	13.257,71	
Dividendos Familia Duque	12.843,01	
Dividendos Recalde	414,70	
APORTES FUTURA CAPITALIZACION	5.052,06	
Aportes Futura Capitalizaciòn	5.052,06	
PATRIMONIO		**51.388,35**
CAPITAL SOCIAL	16.789,24	
Accionistas	16.789,24	
Resultados	14.578,85	
Resultado presente ejercicio	14.578,85	
RESERVA DE CAPITAL	20.020,26	
Reserva Legal	2.824,55	
Reserva Facultativa	5.036,12	
Reserva de Capital	12.159,59	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		**95.237,90**

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
31 MAYO 2012
OPERADOR 5
QUITO

(f) Responsabilidad
Hotel Real Audiencia

(f) Contadora
RUC 1708613383001