

## INFORME DE GERENCIA

A través del presente Informe pongo a consideración de los Señores Miembros del Directorio, las actividades realizadas y acciones tomadas bajo mi gestión.

A pesar de los múltiples inconvenientes suscitados por la falta de asesoramiento de la empresa ZEUS ECUADOR S.A., debo informar que se concluyó con la rectificación de la parametrización en los diferentes módulos. Lo que nos ha permitido reflejar la realidad financiera de AGHARTSA S.A. a la fecha.

A pesar de que se sugirió contactar a esta empresa por un medio legal con el fin de presionar el cumplimiento de lo contratado, no se llegó a concretar esta acción, ya que al encontrarnos en una etapa de avance significativo, este hecho hubiese provocado mayor retraso en nuestra gestión.

Por lo antes expuesto, para el presente año se ha incluido en el presupuesto anual la contratación de un experto en el área informática, que nos permita trabajar en base a un plan de tareas, las cuales se han venido ejecutando periódicamente. Si bien los resultados aun no han sido completamente satisfactorios, puedo decir que por lo menos hemos tenido una respuesta a nuestros requerimientos. Además se están elaborando manuales de procedimientos, respaldando y recopilando la información técnica que en un futuro nos permita prescindir significativamente del soporte de Zeus.

Actualmente, estamos gestionando la instalación de Zeus online y la capacitación directa desde Colombia.

La Sra. Diana Limaico, Contadora del Hotel, junto con la compañía de auditoría externa UHY Management Advisory Cía. Ltda., continúa con el proceso de implementación de NIFFS.

En lo que respecta a los requerimientos del Ministerio de Relaciones Laborales se concluyó con la elaboración del Reglamento de Salud y Seguridad, estamos a la espera de la aprobación del mismo.

Se realizó el trámite y la posterior capacitación por parte del SRI para la devolución del IVA a los turistas extranjeros, lo que ha sido acogido favorablemente por nuestros huéspedes.

### CASA ALONSO

En el Área de Restaurante, en el mes de Septiembre se contrata los servicios profesionales del Señor Branden Lenz como Chef Consultor y su asistente Mónica García. Se realiza el cambio de la carta de Desayunos y la introducción de nuevos platos a la carta de Almuerzos y Cenas, así como también se elaboraron menús para fechas especiales. Este contrato concluyó en el mes de Febrero 2012.

Debo mencionar que se realizó la capacitación del personal de restaurante, en el manejo de la maquinaria adquirida con el fin de mejorar el control y la calidad de los productos.

El costo de Alimentos en el 2011 es del 35%. La Srta. Glenda García está realizando una selección de proveedores con el fin de bajar nuestros costos.

Para su información a continuación detallo el costo de alimentos, del segundo semestre del 2011.

JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
26 %	31 %	41 %	31 %	34 %	40 %

## **LE BAR**

La gestión de control del área de bebidas comienza en el mes de Septiembre. Fue necesario realizar una revisión de precios de venta, pues se mantuvieron sin cambios a pesar del incremento del costo de los licores.

De igual manera se hizo una revisión a las recetas estándar de Cocteles, debido a que en algunos de ellos nuestro precio de venta era menor que el costo.

Se realizó la parametrización en el sistema, tanto del costo como del Precio de Venta.

Al 2011, el costo de bebidas es del 74%. Y el siguiente cuadro nos muestra que el costo ha ido disminuyendo en medida de los controles adoptados.

<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>
<b>103 %</b>	<b>90 %</b>	<b>45 %</b>	<b>65 %</b>	<b>58 %</b>	<b>53 %</b>

En el mes de Octubre, se elabora la primera propuesta de la nueva carta de Vinos, bajo el asesoramiento del Sr. Jorge Espinosa y Sr. Patricio Idrovo, de La Mirage.

Se registra un inventario de vinos que no constan en la carta, de los cuales algunos fueron dados de baja y utilizados en cocina. Y otros se vendieron como "Selección Especial de Cava".

En general, se están implementando nuevos procedimientos de acuerdo a cada uno de los departamentos del hotel, para una organización eficiente.

## **AMPLIACION DEL HOTEL**

A partir del mes de Agosto dimos inicio a la construcción de 5 habitaciones Suite y un SPA, en el terreno de propiedad de la empresa ALCAZAR MANAGEMENT, una vez firmado el comodato por un periodo de 20 años.

Para el efecto, la Sra. Rocio Vazquez ha otorgado un crédito, que al momento asciende a USD \$ 56.000.00. A diciembre de 2011, se registro un gasto de USD \$ 103.000.

Se está implementando también el sistema de Gas y Agua Centralizados para los 2 edificios.

Adicionalmente es necesario el cambio de la Centralilla telefónica, ya que la actual no cubre nuestras necesidades.

Esperamos concluir con este proyecto para el mes de Julio de 2012.

## PROMOCION Y PUBLICIDAD

Al cierre del periodo 2011, el valor empleado en publicidad es de un 3.19% en relación a las ventas, el mismo que se mantendrá en para el 2012.

Dentro de las acciones realizadas puedo mencionar:

Promoción masiva en Redes Sociales, principalmente con Facebook, la cual cuenta con una pestana que permite reservas online, link a Trip Advisor y comentarios. Al momento se ha convertido en un medio de difusión de promociones de restaurante, y paquetes como: PLAN NOVIOS y ESCAPADA ROMANTICA. Con el fin de impulsar la ocupación de fines de semana. Esta página se dirige principalmente a turistas nacionales.

Contratamos Adds para Facebook y Google.

Se realizo un canje con Telemazonas en el programa especial realizado a Jefferson Perez.

Se realizo un canje con la Revista Clave, por un Publireportaje y entrevista a la Sra. Rocio Vazquez.

Sacamos un anuncio en el Comercio, para lo cual se utilizo el fondo de promoción que mantenemos con Visa Banco del Austro.

Se están realizando promociones con Diners Club.

Tuvimos la visita de uno de los contacto de Travel Mart, procedente de la ciudad de Nueva York, quien está organizando visitas a Ecuador para grupos durante el 2012.

Se realizo un acercamiento con clientes corporativos que por diversos motivos, dejaron de utilizar nuestros servicios. Puedo informar que el segmento de Laboratorios han vuelto a trabajar con Mansion Alcazar.

Las tarjetas de Navidad y las invitaciones para eventos especiales, contribuyen a mantener la fidelidad de nuestros clientes, por lo que sugiero se continúe utilizando este medio personalizado de promoción.

Creemos importante retomar la creación de una pequeña asociación de Boutique Hotel de Lujo, con el objetivo de estandarizar la publicidad e imagen de los hoteles, que nos permita posicionarnos sólidamente en el mercado. Para lo cual tenemos una propuesta de manejo de imagen y creación de una página web.

Propongo la modificación de nuestro logo agregando el termino de SPA.

**MANSION ALCAZAR BOUTIQUE HOTEL & SPA.**

### Propuestas 2012

Para el año 2012 hemos elaborado un presupuesto que aspira un incremento total del 8.5% en ventas, considerando un 7% en el primer semestre y un 10% a partir de que entren en funcionamiento las nuevas instalaciones.

Estamos trabajando en base a un presupuesto y un plan de Medios y una vez que se concluya con el proyecto de Ampliación del Hotel, lanzaremos una campaña de promoción.

Debo mencionar que el mantener nuestras tarifas en el 2012, nos ha hecho más competitivos dentro del mercado local, como se puede observar en el siguiente cuadro.

<b>HOTELES CUENCA - VALORES CON IMPUESTOS</b>					
	<b>SENCILLA</b>	<b>DOBLE</b>	<b>SUITE</b>	<b>MASTER SUITE</b>	<b>VALOR DESAYUNO</b>
<b>MANSION ALCAZAR</b>	<b>122.00</b>	<b>201.30</b>	<b>268.40</b>	<b>317.20</b>	<b>12.50</b>
<b>CARVALLO</b>	<b>134.20</b>	<b>134.20</b>	<b>223.26</b>	<b>297.68</b>	<b>10.50</b>
<b>ORO VERDE</b>	<b>120.78</b>	<b>147.62</b>	<b>183.00</b>		<b>8.00</b>
<b>SANTA LUCIA</b>	<b>119.56</b>	<b>150.05</b>	<b>189.10</b>		<b>10.99</b>
<b>EL DORADO</b>	<b>85.40</b>	<b>91.50</b>	<b>183.00</b>		<b>12.90</b>

Se ha iniciado la difusión de las tarifas para el 2013, especialmente a Agentes de Viajes del País. El Promedio de alza es de un 5% en tarifas RACK y 4% en tarifas netas, lo que permite a los Agentes de Viaje a tener mejores comisiones y nos prefieran al momento de vender un hotel en Cuenca.

<b>RACK</b>	<b>TARIFAS 2011-2012</b>	<b>ALZA</b>
Sencilla	100	5%
Doble	165	6%
Suite	220	5%
Luxury Suite	260	6%
<b>PLAN NOVIOS</b>	205	5%
<b>CORPORATIVAS</b>		
Sencilla	87	3%
Doble	143	4%
Suite	191	4%
<b>AGENCIAS</b>		
Sencilla	87	3%
Doble	143	4%
Suite	191	4%
<b>METRO</b>		
Sencilla	80	4%
Doble	132	5%
Suite	176	5%

## ANALISIS DE OCUPACION DIARIA, TARIFA PROMEDIO, REVPAR.

### OCUPACIÓN PROMEDIO

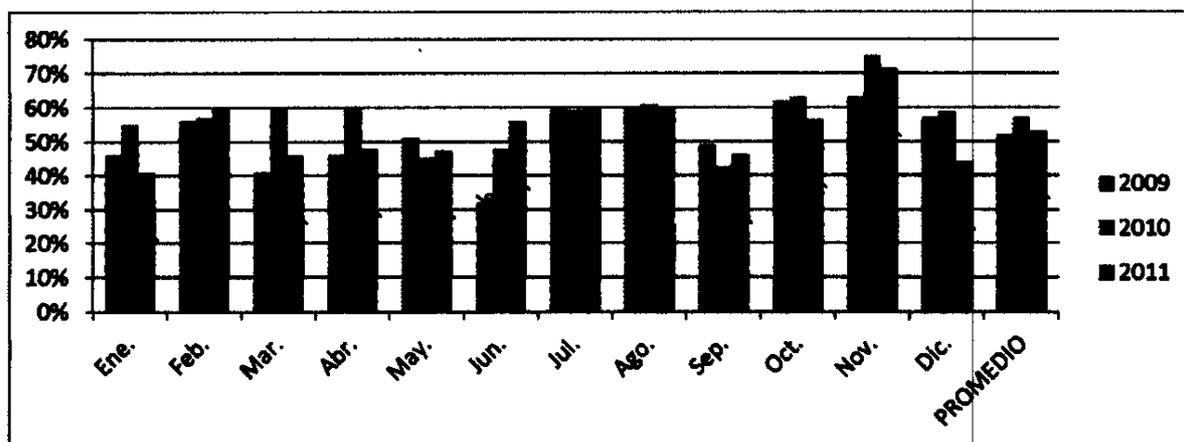
La ocupación promedio durante 2011, fue del 53%, en comparación con el 57% en el 2010. Debo mencionar que la ocupación en la ciudad de Cuenca esta alrededor del 50%.

En el 2011 el mes de mayor ocupación fue Febrero con un 60%, y el de menor ocupación fue Enero, con un 41%.

Los datos de Ocupación del 2011 se toman del sistema ZEUS, mientras que los del 2010 fueron tomados de los cuadros de Excel que se manejaban anteriormente.

### COMPARADO DE OCUPACION 2009 - 2011

2009	46%	56%	41%	46%	51%	32%	59%	60%	49%	62%	63%	57%
2010	55%	57%	60%	60%	45%	48%	59%	61%	43%	63%	75%	59%
2011	41%	60%	46%	48%	47%	56%	60%	60%	46%	56%	71%	44%
	46%	65%	51%	53%	52%	61%	65%	65%	51%	61%	76%	49%



## OCUPACION POR SEGMENTOS 2009 -2010

Según los cuadros adjuntos podemos observar que en el 2011 se han producido las siguientes variaciones en comparación con promedios históricos anuales de 2009 y 2010.

TARIFA RACK se incrementa a un 38%, si comparamos con datos históricos de 19% en el 2009 y 18% 2010. Dentro de RACK están consideradas las ventas por internet a través de buscadores como VENERE, TEMPTING PLACES, BOOKING, quienes comisionan entre el 12% y 20%

TARIFA CORPORATIVA se mantiene en el 33%, lo que es favorable para el hotel en vista del alza de tarifas del 5% que se realizó en el 2011.

TARIFA AGENCIAS baja a un 19% en comparación a 24% del 2010, debido al alza de tarifas que se produjo.

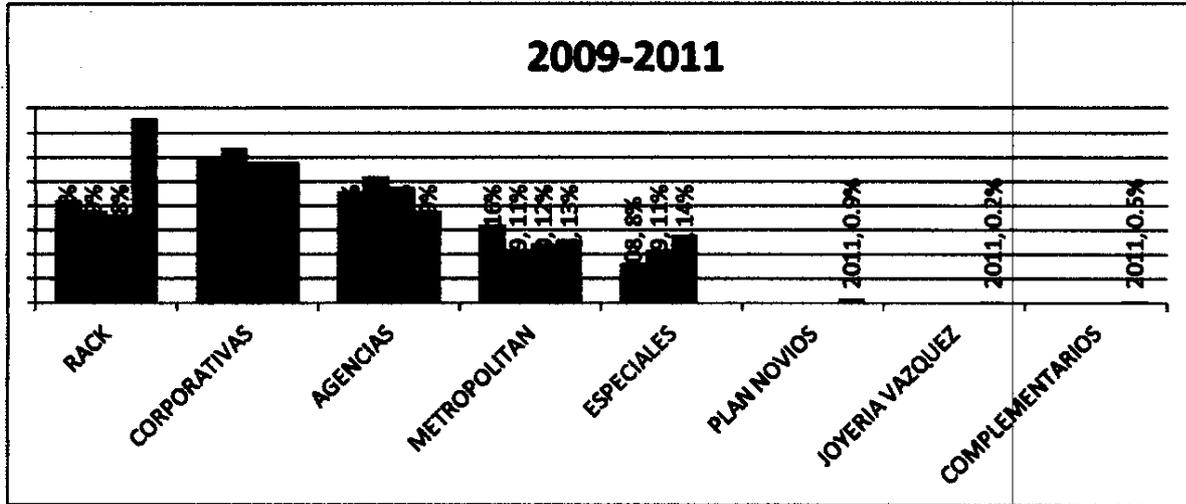
METROPOLITAN TOURING se incrementa a un 1%, a pesar de que se modificó el paquete Cuenca, que anteriormente tenía 2 noches en nuestra ciudad, el cual fue reducido a 1.

TARIFAS ESPECIALES anteriormente se manejaban dentro de este segmento los Planes Novios y tarifas especiales como Joyería Vazquez. Actualmente tenemos estos segmentos separados en Plan Novios, Joyería Vazquez y Habitaciones Complementarias.

Los datos del 2011 se obtuvieron del sistema Zeus, el cual no nos permite tener tarifas Especiales.

## OCUPACION POR SEGMENTOS

	2009	2010	2011	2009	2010
<b>RACK</b>	21%	19%	18%	38%	20%
<b>CORPORATIVAS</b>	30%	32%	29%	29%	0%
<b>AGENCIAS</b>	23%	26%	24%	19%	-5%
<b>METROPOLITAN</b>	16%	11%	12%	13%	1%
<b>ESPECIALES</b>	8%	11%	14%		-14%
<b>PLAN NOVIOS</b>	TODAS ESTAS TARIFAS SE INGRESABAN EN ESPECIALES			0.9%	0.9%
<b>JOYERIA VAZQUEZ</b>				0.2%	0.2%
<b>COMPLEMENTARIOS</b>				0.5%	0.5%

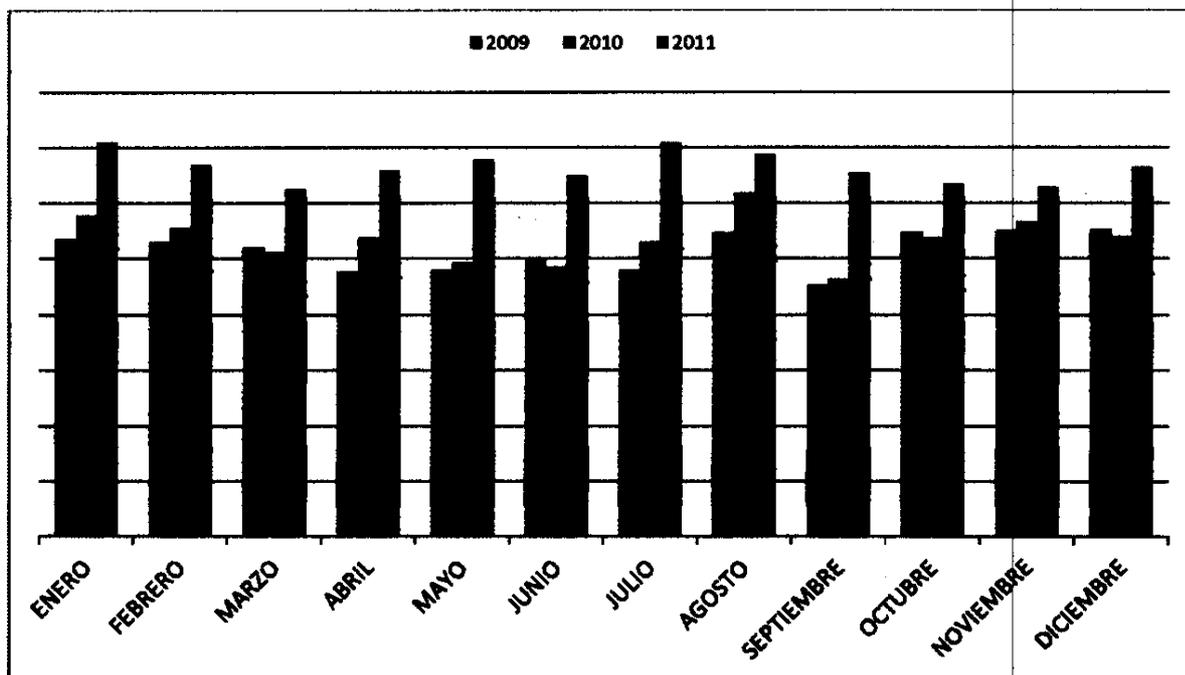


### TARIFA PROMEDIO

La tarifa promedio 2011 es de \$ 132.91 lo que equivale a un 24% mas, en relación con el 2010, el cual fue de USD \$ 106.95.

El incremento en la tarifa promedio se debió al alza del 5% en las tarifas 2011 y a un mayor porcentaje de ventas con tarifa rack.

<b>TARIFA PROMEDIO</b>				
	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>VARIACION 2010-2011</b>
<b>ENERO</b>	107.06	115.48	142.14	<b>23%</b>
<b>FEBRERO</b>	106.16	111.3	134.00	<b>20%</b>
<b>MARZO</b>	104.08	102.53	125.00	<b>22%</b>
<b>ABRIL</b>	95.33	107.5	131.70	<b>23%</b>
<b>MAYO</b>	96.1	98.65	135.70	<b>38%</b>
<b>JUNIO</b>	99.14	97.12	130.00	<b>34%</b>
<b>JULIO</b>	96.03	106.01	141.89	<b>34%</b>
<b>AGOSTO</b>	109.24	123.57	137.6	<b>11%</b>
<b>SEPTIEMBRE</b>	90.54	92.63	131.00	<b>41%</b>
<b>OCTUBRE</b>	109.57	107.58	127.00	<b>18%</b>
<b>NOVIEMBRE</b>	110.17	113.09	126.00	<b>11%</b>
<b>DICIEMBRE</b>	110.49	107.93	132.9	<b>23%</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>102.83</b>	<b>106.95</b>	<b>132.91</b>	<b>24%</b>



#### REVPAR

El ingreso promedio por habitación disponible en el 2011 fue de USD 68.70, con un incremento del 10% en comparación a USD 62.33 durante el 2010.

REVPAR				
	2009	2010	2011	VARIACION 2011-2010
<b>ENERO</b>	46.13	63.06	59.97	-5%
<b>FEBRERO</b>	59.85	63.89	82.67	29%
<b>MARZO</b>	40.69	61.89	57.75	-7%
<b>ABRIL</b>	45.51	66.55	62.10	-7%
<b>MAYO</b>	50.71	48.19	64.21	33%
<b>JUNIO</b>	27.17	46.71	63.22	35%
<b>JULIO</b>	56.20	64.49	79.93	24%
<b>AGOSTO</b>	65.95	74.03	83.53	13%
<b>SEPTIEMBRE</b>	44.41	43.67	60.28	38%
<b>OCTUBRE</b>	67.41	68.41	68.06	-1%
<b>NOVIEMBRE</b>	68.99	82.39	83.79	2%
<b>DICIEMBRE</b>	62.63	64.66	58.93	-9%
<b>PROMEDIO</b>	<b>52.97</b>	<b>62.33</b>	<b>68.70</b>	<b>10%</b>

