

INFORME DE GERENCIA

AGHARTSA S.A.

EJERCICIO ECONÓMICO 2015

Señores Accionistas,

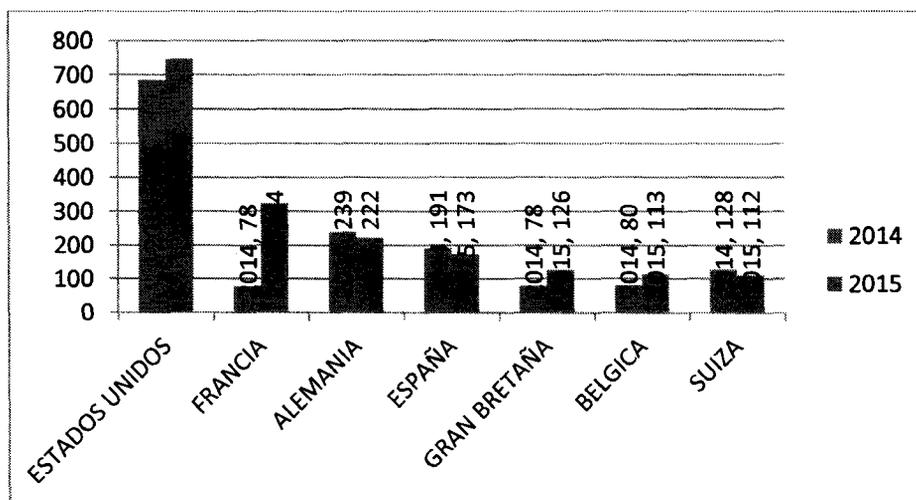
Ponemos en su conocimiento el Informe de Labores y los Estados Financieros de la compañía AGHARTSA S.A., cortados al 31 de Diciembre 2015.

1. ANALISIS DE ENTORNO

A pesar de la implementación de un sistema de estadísticas por parte del Ministerio de Turismo, aun no se ha obtenido los resultados esperados en cuanto a información.

A la fecha contamos únicamente con datos supuestos, en los que se menciona que la llegada de extranjeros al país en el 2015 fue de alrededor de 1'560.429 turistas, reflejando un incremento mínimo en comparación con el año 2014. Los turistas extranjeros que más visitan el país provienen de Colombia 23,64%, Estados Unidos 16,66% y Perú 11,27%, entre otros. En el 2014 ingresaron 1'557.006,00 personas, el 24% de Colombia, el 16% proviene de Estados Unidos, 11% de Perú, 7% de Venezuela, 16% corresponde al Mercado Europeo.

En el caso de Mansion Alcazar, nuestro principal mercado es Estados Unidos, seguido de Francia y Alemania.



La Coordinación General de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo lleva un registro mensual en cuanto a indicadores de Ocupación, Tarifa Promedio y REVPAR de la industria hotelera en el País.

En el caso de la ciudad de Cuenca, existen dos establecimientos de Lujo, con una ocupación del 60%, una Tarifa Promedio de \$ 91,00 y un REVPAR de \$ 55,00. En establecimientos de Primera dentro de los cuales se ubica Mansion Alcazar, se da una ocupación del 45% con una tarifa promedio de \$ 51,00 y un REVPAR de \$ 24,00. Mansion Alcazar en el 2015 tuvo con una ocupación del 52% con una tarifa promedio de \$ 138,09 y un REVPAR de \$71,00.

2. BALANCE GENERAL

A Diciembre del 2015, los activos totales alcanzan a \$ 744.859.69, con una disminución del 7.21%, en relación al año anterior.

En los Pasivo Totales, se refleja una disminución en relación al año 2014 del 9.97 %, equivalente a \$ 19.021,54.

El Resultado del Ejercicio antes de impuestos, en el 2015 alcanza a \$ 40.824.23 en tanto que en el 2014 se obtuvo un valor de \$ 109.540,53.

LIQUIDEZ: Frente a un activo corriente de \$ 151.288,42 el pasivo corriente asciende a \$ 129.303,44 y la relación es de 1,17 a Uno.

SOLVENCIA: Frente a nuestros activos totales de \$ 744.859,69 nuestro pasivo total alcanza a \$ 171.706,57 y la relación es de 4,34 a Uno.

RENTABILIDAD: La utilidad antes de impuestos y deducciones legales, del período analizado, representa \$ 40.824,23 sobre el capital social que es de \$ 225.120,00, con un rendimiento de 18.13% en 2015. Y sobre el Patrimonio Neto que es de \$ 550.277,19 con un rendimiento del 7.42%.

3. ESTADO DE RESULTADOS

A continuación se detalla algunas cifras del estado de Pérdidas y Ganancias del período Económico de 2015.

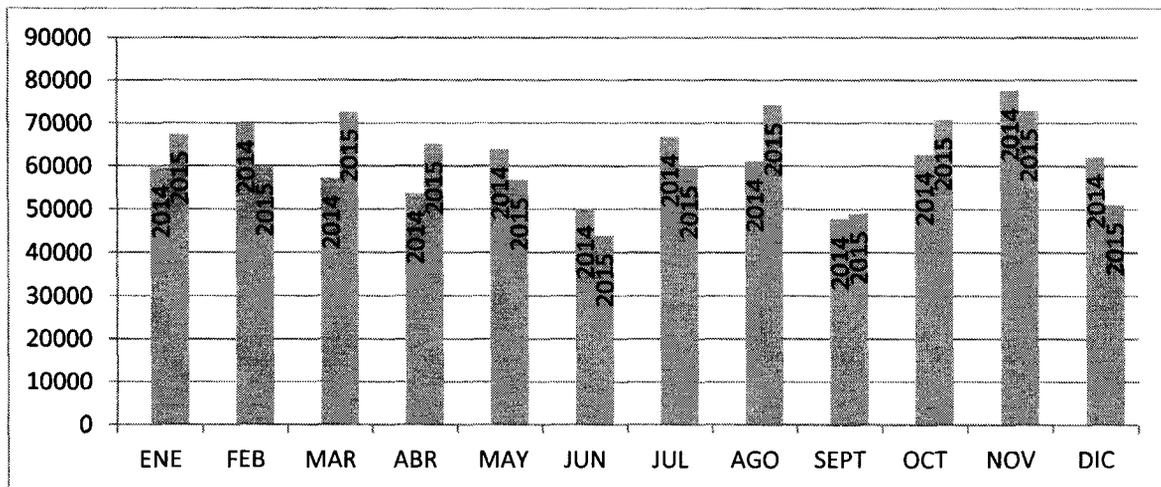
VENTAS

Las Ventas acumuladas al 31 de Diciembre del 2015 fueron de \$ 743.215,33, con un incremento del 1.5% en relación al mismo periodo del año anterior.

INGRESOS ENERO - DICIEMBRE				
	2015	2014	VARIACION	% VARIACION
INGRESOS OPERACIONALES				
VENTA HABITACIONES	498.217,23	491.465,17	6.752,06	1%
VENTA RESTAURANTE	148.765,78	150.717,70	-1.951,92	-1%
VENTA BAR	73.363,12	68.246,53	5.116,59	7%
VENTAS SPA	9.455,37	6.992,06	2.463,31	35%
VENTAS OTRAS	13.413,83	15.138,15	-1.724,32	-11%
	743.215,33	732.559,61	10.655,72	1.5%

Gráfico de Ventas por mes

Periodo 2014 - 2015



COSTOS

El total de Costos al 31 de Diciembre de 2015, es de \$ 101.726,67 equivalente al 13.75% en relación a las Ventas y con un incremento del 6% en relación al 2014. El año anterior el costo a diciembre fue de \$96.354,11 equivalente al 13.22% en relación a la Venta.

El costo de Venta de Alimentos alcanzó un 30.75%, en comparación con el mismo período del 2014 que fue de 29,78%. A pesar del incremento de los productos, hemos tratando de ser competitivos, nuestra alza en el precio de venta no fue en la misma proporción.

El costo de Ventas de Bebidas alcanzó un 32.09%, en comparación con el mismo período del 2014 que fue del 32.11%.

Dentro del costo de habitaciones, existe un incremento del 30% en reposición de lencería, debido a la baja de inventario según declaración Juramentada.

En el costo de otros departamentos, el principal incremento se debe al mayor movimiento del SPA y cuyos productos también se han visto afectados por el tema de importaciones.

GASTOS DE VENTA

El total de Gastos de Venta a Diciembre de 2015 es de \$ 358.189,62, equivalente al 48.40% en relación a ventas, con un incremento del 15% en relación al mismo período del 2014. En el 2014, el gasto de Ventas fue de \$ 312.091.06 equivalente al 42.83% en relación a ventas.

En Sueldos y Salarios se da un incremento del 18%, por incrementos de ley y el ingreso al Rol de Pagos de 2 personas.

En Mantenimiento y Reparaciones, el total a Diciembre de 2015 es de \$ 90.337,81, con un incremento del 30% en relación al mismo período del 2014, que fue de \$ 69.354,98. El incremento se debe a la remodelación realizada en diferentes áreas, descrita en el Anexo 1.

Queda pendiente la renovación de 2 baños, la pintura de la fachada, el arreglo del techo, cambio de alfombras.

En comisiones hay un incremento del 76%, principalmente por pagos hechos a Expedia y Booking.com.

El área de Publicidad se observa un incremento del 12%, en este año se participó en el Travel Mart, con un stand compartido. El porcentaje de este rubro frente a Ventas es de 2.82%, mientras que en el 2014 fue de 2.56%. Se adjunta como Anexo 2 las actividades desarrolladas en esta área.

En gastos de Agua, Energía y Telecomunicaciones, se presenta una disminución, dada principalmente por menor consumo de Gas.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

En el período Enero - Diciembre 2015 tenemos un total de \$ 158.266,49, equivalente al 21.38% en relación a las ventas, con una disminución del 2%, frente al mismo periodo del 2014. El año anterior los gastos administrativos fueron de \$ 161.225,21 equivalente al 22.13% en relación a Ventas.

En Gastos de Gestión, se registra un incremento del 91%, debido al viaje que realizamos a Colombia para tratar la problemática del Sistema Hotelero ZEUS.

UTILIDAD BRUTA EN OPERACIONES

A Diciembre de 2015 se ha obtenido una ganancia operativa de \$ 121.827,78 equivalente al 16,46% en relación a ventas.

En el 2014 la utilidad operativa fue de \$ 158.985,03 equivalente al 21.82% en relación a ventas.

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS

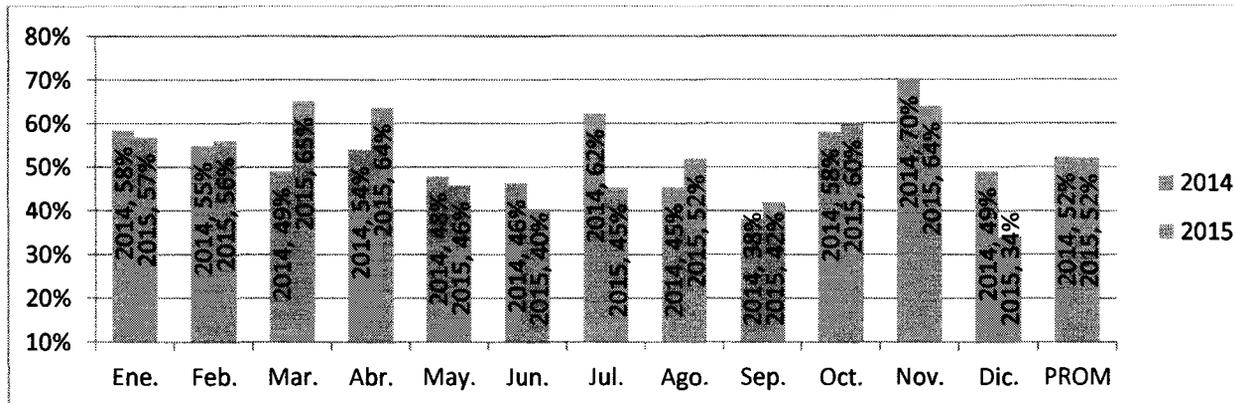
La Utilidad antes de impuestos a Diciembre 2015, es de \$ 40.824,23 equivalente al 5.52% en relación a Ventas.

En el mismo período del 2014, dicha utilidad fue de \$109.540,53 equivalente al 15.03% en relación a ventas, en ese año se dió la venta del vehículo Fortuner, realizada en Febrero del 2014.

ANALISIS DE LOS CUADROS DE OCUPACIÓN, TARIFA PROMEDIO, REVPAR

OCUPACIÓN PROMEDIO

La ocupación del 2015 fue del 52%, similar al mismo período del 2014.



OCUPACIÓN POR SEGMENTOS 2014-2015

TARIFA RACK: El 12.21% de las reservas, corresponde a tarifa RACK, hay una disminución del 6.34%. Estas se ofertan principalmente por la página web, en la que se ofrece también tarifas con promociones.

BOOKING, EXPEDIA: Observamos que este segmento representa el 9.4% de las reservas, con un incremento del 3.31%, comprado al año anterior.

TARIFA CORPORATIVA: El 37.63%, corresponden al segmento Corporativo. Con una disminución 3.75% en relación al 2014.

TARIFA AGENCIAS DE VIAJES: Tenemos un porcentaje del 24.20%, es decir 4.93% más que el mismo período del año 2014.

METROPOLITAN TOURING: Tenemos un porcentaje del 13.34%, similar al año anterior.

En tarifas complementarias se observa un incremento considerable, debido a que hemos auspiciado para eventos, así como se da en canje por servicios de Diseño.

OCUPACION POR SEGMENTOS COMPARADO

	2014	2015	% VARIACION 2014 - 2015
RACK	18.55%	12.21%	-6.34%
BOOKING / EXPEDIA	6.09%	9.40%	3.31%
CORPORATIVAS	41.37%	37.63%	-3.75%
AGENCIAS	19.26%	24.20%	4.93%
METROPOLITAN	12.58%	13.34%	0.76%
PLAN NOVIOS	0.42%	0.55%	0.12%
COMPLEMENTARIA	1.67%	2.68%	1.01%

INGRESOS POR SEGMENTOS

Los ingresos por el segmento de turismo, representan el 42% de nuestras ventas anuales, mientras que segmento corporativo, con el mismo porcentaje de reservas, representa el 29% en ventas.

		HABITACIONES	CONSUMOS	TOTAL VENTAS	% VENTA
RACK	12.21%	\$ 81,104.00	\$ 17,102.00	\$ 98,206.00	16%
BOOKING	9.40%	\$ 60,897.00	\$ 12,504.00	\$ 73,401.00	12%
CORPORATIVAS	37.63%	\$ 152,182.00	\$ 25,279.00	\$ 177,461.00	29%
AV & METRO	37.54%	\$ 199,114.00	\$ 53,281.00	\$ 252,395.00	42%
PLAN NOVIOS	0.55%	\$ 4,959.00	\$ 1,317.00	\$ 6,276.00	1%

TARIFA PROMEDIO

La tarifa promedio del 2015 es de \$ 138.09, con un incremento del 2.4% en relación al 2014 que fue \$ 135.02.

TARIFA PROMEDIO			
	2014	2015	VARIACION
ENERO	130.86	140.62	7%
FEBRERO	147.44	142.64	-4%
MARZO	134.04	127.74	-5%
ABRIL	126.86	132.69	5%
MAYO	131.92	130.00	-2%
JUNIO	132.74	120.69	-10%
JULIO	133.73	142.8	7%
AGOSTO	140.78	163.82	17%
SEPTIEMBRE	133.75	131.00	-2%
OCTUBRE	127.31	139.81	10%
NOVIEMBRE	132.06	134.84	2%
DICIEMBRE	148.78	150.39	1%
PROMEDIO	135.02	138.09	2.4%

REVPAR

El ingreso promedio por habitación disponible del período Enero – Diciembre 2015 es de \$ 71.88, con un incremento del 1% en comparación al mismo período del 2014.

REVPAR			
	2014	2015	VARIACION 2013-2014
ENERO	74.23	80.66	8%
FEBRERO	85.10	81.10	-5%
MARZO	66.00	83.28	21%
ABRIL	68.88	83.61	20%
MAYO	58.69	60.68	3%
JUNIO	62.87	49.34	-19%
JULIO	83.81	67.71	-19%
AGOSTO	63.74	83.44	22%
SEPTIEMBRE	51.71	55.64	6%
OCTUBRE	75.56	84.15	11%
NOVIEMBRE	92.24	85.97	-7%
DICIEMBRE	68.71	46.99	-34%
PROMEDIO	71.37	71.88	1%

4. PROPUESTAS 2016

A pesar de la difícil situación que está atravesando el País, sumado a la apertura de nuevos hoteles, se ha conseguido mantener la ocupación promedio.

En este año aspiramos a obtener la categoría de Hotel 5 estrellas, cuyo trámite dio inicio en el mes de Noviembre de 2015 que junto con la ejecución del Plan estratégico presentado en el mes de Septiembre de 2015, aspiramos posicionar a Mansion Alcazar como un hotel de Lujo destinado para Turistas.

Proponemos por un lado, incrementar las tarifas para los próximos dos años 2017 y 2018, según el cuadro adjunto. Y, mejorar el porcentaje de comisión de Agencias de Viajes ya que a la fecha se maneja el mismo porcentaje de descuento del segmento Corporativo.

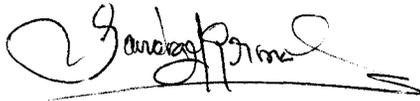
TARIFAS 2017 – 2018

RACK	2015-2016	2017-2018	TARIFA CON IMPUESTOS
Sencilla	116.00	119.00	\$ 145.18
Doble	193.00	206.00	\$ 251.32
Habitacion del Jardin	253.00	260.00	\$ 317.20
Suites	294.00	320.00	\$ 390.40
PLAN NOVIOS	237.71	250.00	\$ 305.00
CORPORATIVAS		16%	
Sencilla	94.50	99.96	\$ 121.95
Doble	156.45	173.04	\$ 211.11
Habitacion del Jardin	208.95	218.40	\$ 266.45
Suites	262.50	268.80	\$ 327.94
AGENCIAS		20%	
Sencilla	94.50	95.20	\$ 116.14
Doble	156.45	164.80	\$ 201.06
Habitacion del Jardin	208.95	208.00	\$ 253.76
Suites	262.50	256.00	\$ 312.32
METRO/ A&K		25%	
Sencilla	87.15	89.25	\$ 108.89
Doble	145.95	154.50	\$ 188.49
Habitacion del Jardin	194.25	195.00	\$ 237.90
Suites	241.50	240.00	\$ 292.80

5. PROPIEDAD INTELECTUAL

Finalmente informo que AGHARTSA S.A ha cumplido con las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sandra Guzman C.', with a horizontal line drawn underneath it.

Sandra Guzman C.

Gerente General AGHARTSA S.A.