



ORO VERDE
Guayaquil

Informe de Gerencia- Año 2014
Hotel Oro Verde S.A. HOTVER
31 de marzo del 2015

Señor Presidente, Señores Directores:

En cumplimiento con las disposiciones legales y estatutarias, presento a ustedes el informe de los resultados financieros de Hotel Oro Verde S.A. HOTVER, acumulado hasta el 31 de diciembre del 2014.

Información Macroeconómica

Análisis de Principales Indicadores Macros					
	2012	2013	2014	Proy. 2015	Referencias
PIB	4.30%	3.95%	3.85%	3.50%	Reuters - América Economía
Inflación	4.16%	2.70%	3.67%	3.90%	Andes Info y Diario Hoy /
Salario Mínimo	292	318	340	354	M.R.L.
Canasta Básica	595,7	620,86	628,07	646,3	Ecuadorencifras.com
Arribos Aeropuerto GYE	3,8 MM	3,7MM	3,9 MM	4,1 MM	InfoTagsa.
Llegadas Internacional	1,272 K	1,366 K	1,557 K	1,630 K	Ministerio de Turismo
Entradas Extranjeros al PNG	125 K	132 K	142 K	145 K	Parque Nacional Galápagos

La economía del Ecuador habría crecido alrededor de 3.85% en 2014, menos que la meta del gobierno, que además podría revisar a la baja su pronóstico para este año 2015 debido a la caída del precio del crudo.

El WTI se desplomo en el último trimestre del 2014. El gobierno había pronosticado un precio del barril de US\$ 79,7 para 2015, que se compara con un valor actual (cierre del 2014) del crudo estadounidense de US\$ 43,88 por barril.

Las proyecciones de crecimiento de la economía ecuatoriana en el 2015 registran variaciones negativas motivadas, sobre todo, por la baja de precio del petróleo. Los pronósticos van desde el 4.1% del Banco Central del Ecuador (BCE) hasta el 1.7%, según organismos nacionales e internacionales. La coyuntura de salvaguardias y falta de liquidez empeoran las provisiones de un año 2015 muy complejo para la hotelería, la venta de Alimentos y Bebidas y la economía en general.

La necesidad de equiparar la balanza comercial, obligó al Ecuador a aplicar salvaguardias generales de balanza de pagos expresadas en "sobretasas arancelarias" de entre 5 y 45 por ciento, que fueron anunciadas como "una medida necesaria para fortalecer la dolarización.

Fuentes no oficiales especulan, que aún se está estudiando acciones más severas en el 2015 para aumentar la recaudación fiscal a empresas, sobretodo en consumos especiales. Para lograr sostener la estrategia del gobierno, que se basa en impulsar el crecimiento económico con el constante incremento de la inversión pública.

La revalorización del Dólar también afecta a la economía ecuatoriana; principalmente cuatro factores presentan la mayor amenaza:

- 1) Para los tenedores de dólares en Ecuador, es más económico comprar productos importados (Aplicación de Salvaguardias).
- 2) Para los exportadores ecuatorianos sus productos son más costosos en otros mercados (Draw Back de Impuestos).

- 3) Para los turistas americanos y/o reuniones de incentivos (grupos y convenciones) destinos como Europa, Rusia, Argentina y otros se vuelven más asequibles y económicos.
- 4) Para el ecuatoriano, que tiene dólares en mano, se vuelve más económico vacacionar en Perú o Colombia.

El importante crecimiento de ingresos de extranjeros está ligado a las actividades realizadas por el Gobierno Nacional para reforzar el posicionamiento del Ecuador como destino turístico de clase mundial.

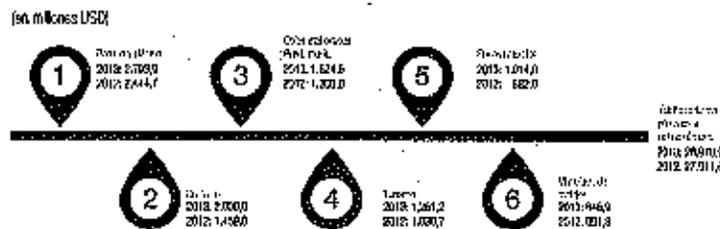
Ingreso de Extranjeros (en miles)				
	2013	2014	Dif.	Var
Pichincha	632,9	705,3	72	11%
Guayas	319,8	345,0	25	8%
Carchi	210,6	239,5	29	14%
El Oro	156,7	183,4	27	17%
Loja	11,6	15,7	4	36%
Otras	32,4	68,1	36	110%
Total	1,364	1,557	193	14%

El Ministerio de Turismo ha intensificado sus estrategias de promoción en estos últimos meses, con la participación en importantes ferias turísticas y eventos de promoción en países de Europa, América del Norte y América del Sur. Quito sigue siendo la principal puerta de acceso al Ecuador

A las estrategias de promoción internacional impulsadas por el MINTUR se añade la campaña "All You Need is Ecuador", que se lanzó el 1 de abril del 2014 a nivel global. Según cifras oficiales se estima que al momento la campaña ha impactado a más de 450 millones de personas en el mundo, pues se difunde en español, inglés, portugués, alemán y francés.

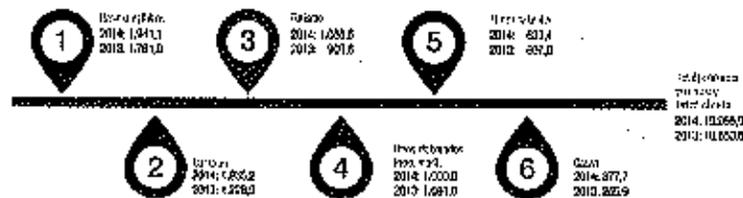


**ALL YOU
NEED IS
ECUADOR
.TRAVEL**



En el 2013 el Turismo se encontraba en el 4to lugar de los sectores generadores de ingresos no petroleros. Las estimaciones del Ministerio en ese año, eran que para el 2015, ocupe el 3er puesto por encima de Otros Elaborados de Productos Marítimos.

En septiembre del 2014, el gobierno ya sitúa al Turismo como la tercera fuente de ingreso no petrolero para el estado ecuatoriano. Y aunque se encuentra aún lejos del Banano y Camarón que son los principales productores de divisas no petroleras, el gobierno continúa con su estrategia de fomentar este sector en el futuro cercano.



Finalmente a mediados del 2014 Quito fue anfitrión de los World Travel Awards. Algunos de los reconocimientos obtenidos fueron Ecuador como el Destino Verde de América del Sur, el Tren Crucero y el Aeropuerto de Quito también fueron galardonados.

Resultados Generales

Resultados en Relación a Presupuesto y Año Anterior YTD en US\$ K										
Rubro	Real 2014	% Venta	Presup. 2014	% Venta	VAR.	%	Real 2013	% Venta	VAR.	%
Total Ventas	12,384	100%	12,568	100%	-184	-1%	11,903	100%	480	4%
GOP	2,418	20%	2,510	20%	-93	-4%	2,122	18%	296	14%
Utilidad antes Impuestos	939	8%	728	6%	211	29%	753	6%	186	25%
Utilidad Neta	640	5%	482	4%	158	33%	425	4%	215	51%

De los resultados totales queremos recalcar no solo que logramos superar las metas planteadas para Utilidades antes y después de impuestos; sino que conseguimos un importante crecimiento en el GOP del 14%.

Hemos logrado superar las ventas del 2013 en un 4% cuando el RevPAR de la ciudad se redujo en 2%. En el 2014 fuimos el hotel más resistente a los abates del mercado. A octubre del 2014 los Ingresos se encontraban US\$ 460K por debajo del presupuesto y US\$ 185K por debajo en comparación con el año anterior. La agresiva gestión en los últimos meses del año, el cierre de arduas negociaciones para fiestas de navidad corporativas y muchos otros esfuerzos de ahorros generados por todo el equipo, fueron claves para recuperar el terreno perdido en los primeros 9 meses del 2014.

Una agresiva política de ahorros permitió reducir en US\$ 215K los gastos en relación al 2013 lo que equivale a 3.1% y US\$ 316K en relación al presupuesto, equivalente a 4.5%.

Análisis de Costos y Gastos Departamentales

A inicios del 2014, identificamos las complicaciones del mercado de Guayaquil por lo que implementamos una política de ahorro a todo nivel. Los resultados obtenidos gracias a la gestión de todos los Departamentos Operativos y Administrativos fueron los pilares fundamentales de los saldos positivos que hemos logrado a nivel de GOP versus 2013.

Análisis de Costos y Gastos YTD en US\$ K										
Segmento	Real 2014	% Venta	Presup. 2014	% Venta	VAR.	%	Real 2013	% Venta	VAR.	%
Costo de Venta	6,946	56%	7,163	57%	-217	-3%	6,756	57%	189	3%
Administrativo	1,323	11%	1,400	11%	-77	-5%	1,455	12%	-132	-9%
Ventas y RRPP	437	4%	365	3%	72	20%	426	4%	11	2%
Mantenimiento	477	4%	436	3%	41	9%	491	4%	-13	-3%
Energía y Combustibles	783	6%	694	6%	89	13%	654	5%	129	20%
Total	9,966	80%	10,058	80%	-92	-1%	9,782	82%	184	2%

Aún con un incremento salarial en el 2014 del 6.9% y una inflación proyectada para el 2014 del 4%, el Gasto Total del 2014 se incrementó en un 2% más que el 2013 y 1% menos que lo presupuestado.

Es importante recalcar que la Empresa Eléctrica del Ecuador aumentó las tarifas por kilovatio para todas las industrias en el mes de junio. En nuestro caso el incremento fue de un 38.5%, pasando de pagar un promedio mensual de US\$ 32K a un promedio de US\$ 44k en diciembre. El impacto de este cambio fue de US\$ 85K.

Análisis Costo de Venta YTD en US\$ K										
Segmento	Real 2014	Mlx.	Presup. 2014	Mlx.	VAR.	%	Real 2013	Mlx.	VAR.	%
Costo Materiales	2,108	30%	2,104	29%	4	0%	1,973	29%	134	7%
Costo Desayunos	189	3%	160	2%	30	19%	138	2%	51	37%
Costo Personal	2,639	38%	2,907	41%	-268	-9%	2,728	40%	-89	-3%
Otros Costos	2,010	29%	1,992	28%	18	1%	1,917	28%	93	5%
Total	6,946	100%	7,163	100%	-217	-3%	6,756	100%	189	3%

Cerramos el mes de diciembre del 2014 con 365 colaboradores fijos, mientras que en diciembre del 2013 contábamos con 391, una reducción de 26 colaboradores. La reducción es aún más significativa cuando la comparamos con diciembre el 2012 cuando teníamos 419 colaboradores. Lo más importante de esta estadística es que lo hemos logrado con ninguna afectación a nuestra operación y calidad. Nuestras calificaciones en línea siguen siendo positivas y los comentarios de los eventos y banquetes también.

Análisis Costos de Alimentos & Bebidas YTD en US\$ K							
Segmento	Real 2014	Presup. 2014	VAR.	%	Real 2013	VAR.	%
Ingreso Alimentos	5,978	5,828	150	3%	5,635	343	6%
Ingreso Bebidas	859	933	-75	-8%	824	35	4%
Costo Comestibles	1,929	1,894	34	2%	1,799	130	7%
Costo Bebidas	179	210	-31	-15%	174	5	3%
% Alimentos	32.3%	32.5%	-0.2%	-0.7%	31.9%	0.3%	1.1%
% Bebidas	20.9%	22.5%	-1.6%	-7.3%	21.2%	-0.3%	-1.5%
Total	30.8%	31.1%	-0.3%		30.6%	0.3%	

Hemos logrado resultados positivos en los indicadores de los costos de A&B. Las negociaciones con proveedores y el trabajo conjunto de los departamentos de A&B y Contraloría, nos permiten presentar un resultado mejor que el presupuestado.



Análisis Gastos Administrativos YTD en US\$ K										
Segmento	Real 2014	Mix.	Presup. 2014	Mix.	VAR.	%	Real 2013	Mix.	VAR.	%
Gasto Personal	638	48%	732	52%	-94	-13%	759	52%	-121	-16%
Otros Gastos	685	52%	668	48%	17	3%	696	48%	-10	-2%
Total	1,323	100%	1,400	100%	-77	-5%	1,455	100%	-132	-9%

Los Otros Gastos están levemente por encima del presupuesto debido a la contratación de Direct TV para el Mundial de Futbol e implementación de Facturación Electrónica que no se habían considerado para el presupuesto.

Análisis Gasto Venta y RRPP YTD en US\$ K										
Segmento	Real 2014	Mix.	Presup. 2014	Mix.	VAR.	%	Real 2013	Mix.	VAR.	%
Gasto Personal	176	40%	187	51%	-11	-6%	193	45%	-17	-9%
Gasto Ventas	133	31%	89	25%	44	49%	127	30%	7	5%
Gasto Mercadeo	128	29%	89	24%	39	44%	107	25%	21	20%
Total	437	100%	365	100%	72	20%	426	100%	11	2%

Los cambios realizados en el 2014 en el esquema de comisiones, nos permitieron un programa más justo y equitativo. Mantuvimos motivado al equipo, y redujimos el pago total del 2013. Esta fue la principal razón para la reducción en Gasto de Personal.

Los gastos de Ventas y RRPP son los viajes, ferias, Road Shows entre otros que son claves para la estrategia de mantener y crecer en el segmento de Tour & Travel.

Los incrementos en Gastos de Mercadeo están ligadas al importante incremento en apariciones en Revistas y Radios, aun cuando hemos logrado importantes ahorros gracias a las negociaciones corporativas. Es importante recalcar que en el 2014 aparecimos en revistas como Cosas, Caras, Samborondón, Novias de Cosas, y entre otras con la actividad "Los Organizadores". Así mismo firmamos un convenio con EKOS y ABORDO para la promoción de las habitaciones remodeladas y los Hoteles de la Cadena.

Análisis Cargos Fijos YTD en US\$ K										
Segmento	Real 2014	% Venta	Presup. 2014	% Venta	VAR.	%	Real 2013	% Venta	VAR.	%
Depreciación	1,092	9%	1,305	10%	-213	-16%	1,059	9%	33	3%
Impuestos del Estado	153	1%	165	1%	-12	-8%	175	1%	-22	-13%
Seguros	81	1%	90	1%	-9	-10%	80	1%	1	1%
FEE de la Franquicia	203	2%	193	2%	10	5%	185	2%	17	9%
Total	1,528	12%	1,753	14%	-225	-13%	1,499	13%	29	2%

La reprogramación de las obras de remodelación causó diferencias en relación a las activaciones presupuestadas y así generó la diferencia en la cuenta de Depreciaciones.

Cuentas por Cobrar

Plazo	Dic. 2014	Mix	Dic. 2013	Mix
Corriente	755	65%	581	67%
30 días	119	10%	91	10%
60 días	153	13%	82	9%
90 días	69	6%	17	2%
120 días	10	1%	1	0%
180 días	30	3%	66	8%
Legal	34	3%	35	4%
Total Cartera	1,169	100%	873	100%

No tenemos valores que llamen negativamente la atención en nuestra cartera por cobrar. El valor total comparado contra diciembre del 2013 es mayor, pero porcentualmente el valor en corriente es similar a diciembre del 2013.

Patrimonio

Cuentas	2014	2013
Capital Social	10,000	4,000
Capital Adicional	2,023	6,023
Reservas	2,393	2,207
Resultados acumulados por adopción NIIF	6,700	6,700
Utilidades Retenidas	0	425
Utilidad del Ejercicio	640	0
Total	21,756	19,355

En base a lo acordado en la Junta de Accionistas celebrada el 1 de abril 2014, se repartió utilidades generadas en el 2013 de US\$ 425,294 de la siguiente forma:

- Reserva Legal US\$ 42,530
- Reserva Facultativa US\$ 142,764
- Dividendos por pagar US\$ 240,000

Se registró en la cuenta de Patrimonio: Aportes para Futuro Aumento de Capital por US\$ 2MM, que fueron recaudados en abril y junio 2014.

Conclusiones

Terminamos un año complejo, en el cual la industria hotelera de Guayaquil, particularmente la de nuestro Comp Set vivió un incremento de la oferta del 18,5% en relación al año anterior, mientras que las ventas de habitaciones totales del mercado solo crecieron un 9,7%.

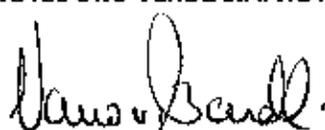
Ante esta realidad ajena a nuestra influencia, la remodelación que se realizó al producto de habitaciones fue clave para poder competir en el mercado. La adecuada estrategia identificada en el año 2012 y su acertada aplicación y ejecución por parte del equipo nos ha permitido presentar resultados positivos versus el año anterior.

Esto se evidencia en que las ventas totales del 2014 superarían en más de US\$ 480K las del 2013. También superamos los montos de GOP en US\$ 290K en relación al 2013. Finalmente la utilidad neta supera en más de US\$ 215K al 2013 y US\$ 158K más que lo presupuestado para el 2014.

Agradezco a ustedes, Señor Presidente, Señor Director Delegado, Señor Vicepresidente y demás Señores miembros del Directorio, por el apoyo brindado a la gestión de esta Administración reiterándole mi compromiso al logro de las metas establecidas.

Atentamente,

HOTEL ORO VERDE S.A. HOTVER



Vasco v. Baselli
Gerente General

Guayaquil, Marzo 31 del 2015