

Informe de Gerencia

Junta General GASTRONOMÍA GASTROTULPA CIA. LTDA.

Presente.-

Con este informe comunico la situación general de GASTRONOMIA GASTROTULPA CIA LTDA, para determinar el estado del cierre del año 2015.

A continuación se presentan las metas establecidas en el año 2014 y su ejecución durante el año, así como las propuestas para el 2016.

METAS PLANTEADAS

- Iniciar la operación no más tarde del mes de enero.
- Arrancar la operación del primer piso para realizar un crecimiento en el mes de junio con una propuesta adicional y diferente en el segundo piso.
- Lograr un posicionamiento local e internacional del restaurante en el año 2015.
- Llegar a un 70% o más de clientes extranjeros.
- Mantener el punto de equilibrio mensual y realizar un análisis de control de costos
- Formar un equipo de trabajo estable con un plan de carrera bien establecido.

METAS ALCANZADAS

- El inicio de operaciones del Restaurante fue el 9 de enero de 2015, tras algunos imprevistos en la adecuación y pruebas. El lanzamiento fue efectivo y tuvo una muy buena acogida en el mercado local.
- Tuvimos un retraso de organización y adecuación del segundo piso para el inicio de operación en el mes de junio; además se tuvo que realizar una inversión adicional que incrementó el préstamo inicial de largo plazo. Finalmente, se inició la atención el día 20 de Octubre de 2015. Se ha trabajado en la promoción, comunicación y diseño de la experiencia gastronómica diferenciada que ofrece este espacio. De esta manera se aumentó la ocupación en un 25% mensual.
- Gracias a la propuesta del restaurante, se realizaron diversos reportajes en medios y agentes de turismo local y extranjero que posicionó a la marca consolidándose como uno de los 10 mejores restaurantes de Quito.
- Hubo una relativa estabilidad promedio en ventas, dando como resultado el punto de equilibrio en los meses más bajos y solventar los costos de operación.
- Para los meses de Octubre a Diciembre cerca del 60% de los clientes eran extranjeros recomendados de hoteles, viajeros o agentes de viaje. Permitiendo de esta manera posicionar internacionalmente al restaurante y la experiencia que ofrece.

- En cuanto al personal no se logró consolidar un equipo de cocina y servicio estable y permanente por los lineamientos, manejo y adaptación del personal. Por lo que se tuvo una rotación aproximadamente de una baja mensual.

METAS FUTURAS

- Incrementar el posicionamiento en el mercado local a través de publicidad y cooperación con entidades estratégicas y asignar un presupuesto para este fin.
- Habilitar el espacio de tercer piso para captar un nuevo mercado con otra oferta diferente hasta el mes de Agosto.
- Establecer los procesos y establecimientos bien documentados para su control, registro y monitoreo periódico.
- Estructurar el área de RRHH para generar mejores beneficios y un enfoque en el desarrollo del personal para generar nuevos puestos de trabajo y mayores niveles de satisfacción.
- Estructurar y consolidar el manejo administrativo/backoffice para la optimización de recursos y manejo de documentación y procesos internos.
- Mantener el punto de equilibrio estable y desarrollar e incentivar propuestas de ventas para incrementar los ingresos.
- Estandarizar los procesos operativos y realizar manuales de operación y control para todas las áreas.
- Está planificado, una expansión, crecimiento o ampliación de línea de negocio para el 2016, con el objetivo de desarrollar conceptos complementarios que incrementen las ventas.

El análisis de los ingresos se verá reflejado, mediante el Balance General y el estado de pérdidas y ganancias. Cabe recalcar que las ventas realizadas en el año fueron positivas y se mantuvieron estables en la mayoría de meses.

Con este Informe queda cerrado el año 2015 y a la espera de crecimiento y cumplimiento de metas estratégicas para el 2016.



DANIEL MALDONADO
GERENTE GENERAL
GASTRONOMIA GASTROTULPA CIA LTDA.