

Quito, 14 de Abril de 2017

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 2016.

A continuación se presentan las metas establecidas en el año 2016 y su ejecución durante el año, así como las propuestas para el 2017.

METAS PLANTEADAS

- 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.

METAS ALCANZADAS

- Se mantuvo un posicionamiento estable de la marca y sobre todo el porcentaje de extranjeros establecido en la apertura del 70% fue en promedio del 65%. Este tipo de cliente es el que mantiene un flujo constante durante el año.
- Con referente a la experiencia gastronómica y el acercamiento con agencias, hoteles fue importante, ya que se realizó convenios de participación e incentivos por el envío de pasajeros a URKO. Se imprimió material promocional y se repartió a lo largo de la ciudad.

- La experiencia de Menú degustación que representa actualmente el 25% de las ventas mensuales versus un 13% del año anterior, tuvo una transformación en concepto y presentación con el objetivo de incrementar y lograr una mayor ocupación diaria en los días de apertura.
- Se realizó un proceso de control y organización administrativa, de tal manera que quedo organizada la documentación, procesos, perfiles. De esta manera se sigue un procedimiento administrativo con cada uno de los procesos.
- En el ámbito de RRHH, se creó una nueva posición de Jefe de cocina para el manejo de la producción y control de la operación de cocina. Así como el control y regularización de los pedidos. Se realizó algunos incrementos de sueldos para las posiciones de mayor tiempo y responsabilidad.
- La rotación del personal se mantuvo estable durante el año, nada fuera de lo normal de la industria, a diferencia del 2015 que representó un alto margen el gasto por indemnizaciones.

METAS FUTURAS

- Elaborar un plan estratégico comercial de ventas para trabajar directamente con más hoteles y agencias de turismo para incrementar las ventas y la ocupación diaria en un 40%
- Cambiar la estrategia de marketing digital y darle más fuerza a la marca con el mercado local, de tal manera que se comunique de manera más eficiente nuestro trabajo y concepto.
- Aumentar la ocupación del menú degustación de un 70% actual al 90% hasta los próximos 6 meses. Así como aplicar una estrategia de venta con variación de precios diferente para incrementar los ingresos.

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 2016 y a la espera de crecimiento y cumplimiento de metas estratégicas para el 2017.



DANIEL MALDONADO

GERENTE GENERAL

GASTRONOMIA GASTROTULPA CIA LTDA.