

Quito, 30 de marzo de 2018

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 2017.

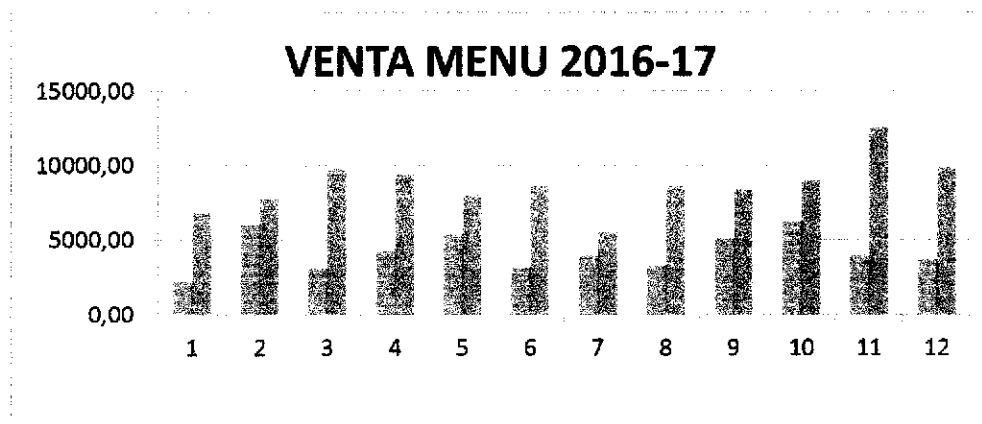
A continuación se presentan las metas establecidas en el año 2017 y su ejecución durante el año, así como las propuestas para el 2018.

METAS PLANTEADAS

- 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.
- Mantener el nivel de costo no más del 30% y realizar compras directas en los mercados para generar ahorro.

METAS ALCANZADAS

- Se trabajó con los hoteles y agencia y se desarrolló un plan de compensación por cada cliente extranjero que sea referido al restaurante. Se hizo convenio con una empresa de transporte privado para que de igual manera lleven los turistas que son recogidos en los hoteles o en el aeropuerto. Y de esta manera también se ofrece un servicio de transporte VIP.
- Se contrató un nuevo servicio de marketing digital y se cambió la línea gráfica y toda la comunicación digital. Lo que posicionó la marca de una mejor manera y así el alcance ha incrementado notablemente. Sin embargo el mercado local no ha respondido de la manera esperada y se mantiene en promedio un 20% de ocupación de ecuatorianos.
- La ocupación del menú degustación aumentó con relación al año 2016 como se muestra en la siguiente gráfica. Lo que indica el potencial que tiene la experiencia para futuras decisiones en cuanto al concepto y el valor que tiene el menú degustación en la gastronomía local.



- Se controla el costo y se realizó una mejora en la gestión de pedidos y proveedores. El trabajo más complicado es el manejo del costo fijo.
- En el ámbito de RRHH, se ha mantenido el personal desde inicio del año, por lo que el índice de rotación es mínimo comparado con los años anteriores.

METAS FUTURAS

- Elaborar un nuevo concepto apalancado con el menú y evaluar la posibilidad de cerrar los medios días que no generan un ingreso considerable vs el costo operativo y la carga horaria.
- Realizar una remodelación y mantenimiento general del establecimiento para recibir un nuevo segmento de mercado con un consumo promedio mas bajo y aumentar el volumen de ventas.
- Consolidar una mejor estructura administrativa y evaluar la posibilidad de contar con un administrador a tiempo completo para mejorar el control interno de todos los procesos internos.

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 excepción de los tres últimos meses del año.

Con este Informe queda cerrado el año 2017 y a la espera de crecimiento y cumplimiento de metas estratégicas para el 2018.

DANIEL MALDONADO
GERENTE GENERAL
GASTRONOMIA GASTROTULPA CIA LTDA.