



TURITOTAL
Agencia de Viajes Internacional

Quito, Marzo 31 de 2017

Señores Socios

Presente.-

INFORME GERENCIAL

Durante el año 2016, tuvimos un periodo de transición económica en el país. Evidenciada en la disminución del circulante y las pocas oportunidades de inversión, a las cuales añadimos también varias acciones y decisiones gubernamentales que ocasionaron inestabilidad económica a todo nivel. Es así que en este año, varias empresas de diferente actividad económica iniciaron en disminuir costos (personal) y en otros escenarios dieron paso al cierre de sus Empresas o a su vez trasladaron sus negocios a otros países, esto ocasionado por la representativa baja en ventas, es decir disminución de sus ingresos.

En este año, la Compañía continuó con su objetivo de posicionar el producto a través de la relación estratégica comercial con Galextur, Empresa que se encarga principalmente de mercadear y comercializar el hotel.

Las ventas totales del año 2016 frente al año 2015 bajaron en un 17,28% aproximadamente, cuyo valor asciende a USD 16620.82. A pesar de existir una mínima variación en los porcentajes de ocupación de un año a otro, la disminución en ventas totales tiene incidencia en la estrategia de bajar las tarifas de alojamiento, para volver al producto más competitivo.

Es importante recalcar la gestión realizada en este año, para ampliar la venta de otros servicios complementarios y lograr el presupuesto mínimo establecido.

	2015	2016
ENERO	33,33	18,39
FEBRERO	20,00	14,83
MARZO	22,90	22,90
ABRIL	33,00	23,55
MAYO	39,00	28,06
JUNIO	27,33	28,06
JULIO	36,45	32,58
AGOSTO	41,94	31,29
SEPTIEMBRE	40,00	25,16
OCTUBRE	48,06	60,00
NOVIEMBRE	41,67	53,55
DICIEMBRE	12,58	25,16
	33,02%	30,29%

● Wilson E5-29 y Juan León Mera
● Telf: 6032213 / 2543898 Quito-Ecuador

● cityarthotelsilberstein@gmail.com
● www.cityartsilberstein.com



TURITOTAL

Agencia de Viajes Internacional

En el 2016 se presentó la cancelación de algunos grupos relacionados con cuentas importantes para la Compañía como GEBECO y Ecuador Journeys, quienes decidieron trabajar con otros hoteles, las razones principales del cambio: el mejoramiento de tarifa y servicios.

Por esta razón, fue necesario asignar un mayor presupuesto para trabajos de mantenimiento del hotel y así solventar algunas de las principales observaciones emitidas por los clientes, siendo una de las razones para cambiar sus reservaciones.

El costo de ventas se mantuvo, pero los gastos de ventas tuvieron un incremento del 42.46% aproximadamente, las principales afectaciones tienen relación con el pago de honorarios de servicios, incremento en los activos de operación y pagos de impuestos.

En relación a los gastos administrativos existió un incremento del 11.41%, esto debido al pago de liquidaciones, ya que la compañía tuvo que solicitar la salida del personal de confianza del hotel por haber infringido en forma grave al reglamento interno, siendo un impacto fuerte para la Empresa a nivel económico. Además, por otro lado, se realizaron varios trabajos de mantenimiento y reparaciones para mejorar el estado del producto que evidentemente por una mala gestión del Administrador Hotelero se veía deteriorado. Se espera con estos trabajos, mejor a futuro la calidad del City Art Hotel Silberstein.

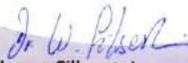
Con estos resultados la pérdida del ejercicio del año 2016 asciende a USD 19509.64. Dichos resultados al ser similares a los años anteriores, están siendo revisados y discutidos por los accionistas de la Compañía para tomar una decisión al respecto. Entre las posibilidades que se analizaría está proceder con un incremento de Capital o la Disolución de la Empresa.

En el caso de optar por la continuidad se ha establecido como planes de acción para el 2017 los siguientes puntos:

- a) Implementar un control presupuestario.
- b) Analizar los costos del producto para generar ahorros.
- c) Continuar con el mejoramiento del hotel a través de una planificación programada de mantenimiento, evitando gastos innecesarios.
- d) Ofrecer propuestas tarifarias reales y atractivas para mercado actual.
- e) Establecer alianzas estratégicas comerciales y corporativas.
- f) Incrementar las ventas del cliente directo.
- g) Reestructurar personal.
- h) Cumplir los presupuestos de ventas establecidos.
- i) Reforzar las acciones de comercialización y marketing.

Es imprescindible mejorar los resultados de las ventas para generar ingresos que justifiquen y cubran los costos y gastos propios de la Compañía.

Atentamente,


Werner Silberstein

Gerente General

Turitotal Cía. Ltda.

TURITOTAL CIA. LTDA
1791279999001

● Wilson E5-29 y Juan León Mera
● Telf: 6032213 / 2543898 Quito-Ecuador

● cityarthotelsilberstein@gmail.com
● www.cityartsilberstein.com