



# APARTAMENTOS LOS QUIPUS

Lérida E-1455 y Lugo La Floresta - Telf.: (593-2) 2224037 / 2557787 - Fax: (593-2) 2561140 - E-mail: [a.quipus@accessinter.net](mailto:a.quipus@accessinter.net)  
Cañilla: 17-12-075 - QUITO - ECUADOR - Web: <http://www.aquipus.com>

## INFORME DE GERENCIA AÑO 2014

**DE: GERENCIA GENERAL**  
**PARA: JUNTA DE SOCIOS ADAPQUI CIA. LTDA.**  
**ASUNTO: SITUACIÓN AÑO 2014**  
**FECHA: 16 de Marzo 2015**

### 1. ADMINISTRACIÓN:

- Se ha cumplido con todas las obligaciones que permitieron obtener los permisos de funcionamiento en todas las instancias: Municipio, Ministerio de Turismo, Ministerio de Salud, Cámaras de Turismo y Asociaciones hoteleras.
- Se cumplió también con las obligaciones fiscales y laborales, en el Servicio de rentas Internas, Superintendencia de Compañías, IESS, Ministerio de trabajo.

### 2. FINANZAS:

- De los resultados del Balance de Situación y Estado de Pérdidas y Ganancias se puede ver lo siguiente, en relación al año anterior:
- El nivel de ingresos de este año fue 25% menos que el del año pasado y los gastos 21% menos que los del año pasado.
- Los gastos de este año fueron casi el 4% más que los ingresos. Es decir que en lugar de existir aunque sea una mínima utilidad, como el año pasado, hay más bien un déficit de USD 4.660.92 con lo cual estamos dentro de los límites exigidos por la Superintendencia para que continúe funcionando la empresa.
- Esto nos obliga a revisar los motivos que pudieron ocasionar tal resultado y las medidas que se deberán aplicar para por lo menos obtener el equilibrio alcanzado en años anteriores

Entre otras, son posibles razones para este resultado:

- A pesar de que hemos mantenido las mismas tarifas desde el año 2012, disminuyeron totalmente las ventas y en algunos meses como Agosto, Septiembre, Octubre y sobre todo Diciembre no se llegó ni siquiera a cubrir la liquidez para cumplir con las obligaciones, debiendo acudir a préstamos para llenar esos vacíos.
- La mayor parte de nuestro segmento de mercado han sido ONG's nacionales e internacionales, algunas de las cuales ya se han retirado del país o han visto limitado su presupuesto para organización de eventos o encuentros

- Otro segmento importante de mercado para nosotros (dado que ofrecemos apartamentos para familias) han sido familias que vienen a realizar adopciones y que mientras se realizan sus trámites, la etapa de emparentamiento se han quedado de dos a tres meses. Este año solo llegó una familia a fines del año y también pocas familias de las embajadas.
- Se ha incrementado la competencia, con la presencia cada vez mayor de apart-hoteles.
- En el sector donde está ubicado el hotel también ha crecido el número de residenciales y pequeños hoteles que ofrecen hospedaje a más bajo precio.
- Más aún, existe y crece cada vez más una competencia desleal, de casas particulares que ofrecen hospedaje para estudiantes o extranjeros a un precio fuera de competencia, pues al no figurar como hoteles no tienen las obligaciones de pago de impuestos y permisos que nosotros sí tenemos.
- Nuestra publicidad y mercadeo han sido casi nulos pues hasta ahora nos hemos manejado con clientes fieles quienes nos han recomendado a otros pero no logran cubrir nuestras necesidades de ocupación.
- A pesar de tener el RUP, no hemos respondido a las invitaciones que envía el SERCOP, por lo engorroso de los trámites y la falta de capacitación para hacerlo.

### **3. RELACIONES CON INSTITUCIONES DEL SECTOR TURÍSTICO Y HOTELERO:**

El Hotel mantiene un buen posicionamiento dentro de los Organismos del sector turístico (AHOTEC, HQM, CAPTUR, etc)

### **4. MERCADEO.**

- a. El mercadeo continúa enfocado en la fidelización de los clientes que ya nos conocen y a través de una buena relación con ellos y sus recomendaciones incrementar la cartera de clientes.
- b. Se empezó a probar ya un sistema de reservaciones directas y de mejoramiento de la página web, pero todavía debe perfeccionarse.
- c. Dada la estructura física del hotel y la demanda en su mayor parte de habitaciones individuales, se continúa con la subocupación para no desechar clientes y perder oportunidades.

### **5. PERSONAL**

- Este año se produjo una renuncia voluntaria y por motivos estrictamente personales, de una persona más, con 6 años de servicio.

- El equipo de trabajo ahora está consolidado y motivado para realizar sus tareas de la mejor manera.

## 6.MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES (Calidad en el Servicio)

- Como siempre, continuamente estamos preocupados por mantener las instalaciones en buen estado, reparando inmediatamente lo que es necesario.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

1. Mantener como prioridad, el cumplimiento de las leyes, normas y obligaciones con todos las Instituciones y Organismos de Control y Gremiales: SRI, IESS, Ministerios de Turismo, de Salud, de Trabajo, AHOTEC, HQM, CAPTUR etc.
2. El mercadeo sigue siendo el área que requiere más atención y en la que más se debe trabajar, enfocando las ventas hacia familias y grupos para optimizar el uso del espacio, que en muchos de los casos ha sido sub-ocupado, manteniendo desde luego los clientes fieles y haciéndonos conocer a través de páginas web o espacios a dónde acuden los turistas nacionales e internacionales en búsqueda de alojamiento en Quito.
3. Abrir la posibilidad de trabajar con contratos con el Estado y capacitarnos para ello
4. Revisar las tarifas de alojamiento y servicios, pues no se han cambiado desde el año 2012 y como se dijo antes ya no producen rentabilidad, sino más bien pérdidas.
5. Motivar al personal a través de un trato humano y mantener un clima laboral agradable y de trabajo en equipo.
6. Mantener un acompañamiento y seguimiento o evaluación del desempeño, así como procurar la capacitación necesaria del nuevo personal.
7. Procurar como hasta ahora que se mantenga una comunicación permanente entre todas las instancias que forman parte de la estructura de la empresa: Equipo de trabajadores, Directorio, Junta de Socios y propietarios.
8. Mantener y apoyar la labor que el Sr. Alfredo Camacho quien ha desempeñado por varios años ya, como nuestro Representante, en cuanto al posicionamiento de la Empresa dentro del Sector Hotelero.
9. Mejorar las ventas y por tanto la rentabilidad.



Lcda Guadalupe Valencia M.  
GERENTE GENERAL