



INFORME DE GERENCIA AÑO 2015

DE: GERENCIA GENERAL
PARA: JUNTA DE SOCIOS ADAPQUI CIA. LTDA.
ASUNTO: INFORME DE GERENCIA AÑO 2015
FECHA: 4 de Marzo 2016

1. ORGANIZACIÓN y EQUIPO DE TRABAJO

A partir del 17 de Agosto 2015 debido a la jubilación de la Gerente, hubo cambio Gerencia y una re-organización del equipo de trabajo.

Al cierre de 2015 se cuenta con un equipo de 8.5 personas:

- Gerente a tiempo lleno dedicada sobre todo a la gestión de ventas y alianzas. (1)
- Una administradora a tiempo parcial (0.5)
- Un responsable de comunicaciones a tiempo parcial (0.5)
- Dos Recepcionistas a tiempo lleno y uno a tiempo parcial.(2.5)
- Tres camareras a tiempo lleno (3)
- Un Conserje(1)

Se espera contar con los recursos para reforzar en 2016 el área de sistemas y mercadeo electrónico.

2. ADMINISTRACIÓN

En la primera mitad del año se ha logrado cumplir con las obligaciones y permisos:

- 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.

3. RESULTADOS FINANCIEROS

- 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 de USD 122.768.66, monto que es apenas 1.7% más que el del año 2014.
- Los gastos de 2015 fueron de USD 122.234.57 habiéndose reducido en 2.5% respecto a los gastos de 2014, principalmente porque no se tuvo gasto de arrendamiento. Cabe anotar que los gastos de mantenimiento fueron muy altos debido a las instalaciones requeridas por las diversas entidades de control.
- El resultado del año es de apenas USD 534.09 de utilidad.

4. 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) y se encuentra participando activamente.

5. MERCADEO.

Las tarifas se actualizaron en el mes de Julio 2015, las cuales estaban vigentes desde 2012. La acción de mercadeo ha sido débil debido a que todas las tareas recaían en la Gerencia y recién desde el último trimestre del año se ha podido retomar algo la estrategia de comunicación y ventas. Sin embargo no se ha logrado incrementar respecto a 2014.

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, esto ha incidido en la baja de ventas.

El barrio La Floresta cuenta cada vez con más presencia de hostales y hospedajes, no siempre formales y que significan una competencia desleal que opera con costos menores.

Desde mediados de año se inició las ventas a través de Booking.com, como un nuevo canal, pero el total no ha sido significativo y se piensa abrir muchos mas canales de este tipo.

Via SERCOP, se logró el contrato con el Teatro Sucre, lo que ha significado un nuevo cliente.

Las ventas por página web son mínimas y sigue en proceso de mejora la página.

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.

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 PARA 2016

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. Mejorar las ventas mediante un mercadeo activo sigue siendo el área que requiere más inversión de esfuerzos y en la que más se debe trabajar, enfocando las ventas hacia familias y grupos para optimizar el uso del espacio, manteniendo seguimiento a los clientes fieles y haciéndonos conocer a través de la nueva página web o espacios a dónde acuden los turistas nacionales e internacionales en búsqueda de alojamiento en Quito y abriendo nuevos canales (OTA's)
3. Motivar al personal a través de un trato cálido y mantener un clima laboral agradable y de trabajo en equipo.
4. Mantener un acompañamiento y seguimiento o evaluación del desempeño, así como procurar la capacitación necesaria.



Econ. Patricia Camacho M.
GERENTE GENERAL