



**Trabajo de Prácticas Profesionales como
Opción de Grado**



TUNIDO ENTERTAINMENT

Autor: SOFIA ISABEL TONCEL BARRANCO

Código: 2019127046

Trabajo de grado para optar por el título de profesional que se le otorga

Tutor de Practicas:

EDWIN ELIECER HERNANDEZ ROCHA

Tutor Empresarial:

ELIZABETH SALCEDO RAMIREZ

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONOMICAS
PROGRAMA: TEGNOLOGIA EN GESTION HOTELERA Y TURISTICA
SANTA MARTA - MAGDALENA
2022

CONTENIDO:

1) INTRODUCCION.

El desarrollo del turismo en santa marta reclama una continua creatividad, dinámica y capacidad de adaptación a los cambios que se presentan para un mejor resultado al momento de prestar un servicio.

El desarrollo del turismo se ha constituido como uno de los factores fundamentales para la modernización y mejora de la producción a nivel nacional, la introducción de nuevas tecnologías y la transformación de la cultura empresarial mediante la aplicación de nuevos conceptos sobre la valoración de la calidad y la atención al cliente ha jugado un papel muy importante, con lo anteriormente dicho llegamos a la conclusión de que cada día se debe mejorar e innovar para ofrecer un mejor servicio al cliente y que sea agradable la estadía.

A partir de esta breve reseña acerca del turismo en santa marta elaboro el presente trabajo con el siguiente contenido:

Primeramente, presentare las generalidades de la empresa como sus aspectos legales, económicos y organizacionales, también la filosofía institucional que consta de misión, visión y políticas de la empresa

Luego procederé a hablar de mi área de trabajo y las actividades que realizo, después plantearé mi propuesta, describiré la problemática y al mismo tiempo daré una justificación del porque esta propuesta y finalmente daré mi plan de acción y una descripción de los resultados obtenidos.

2) GENERALIDADES DE LA EMPRESA

2.1) ASPECTOS LEGALES, ECONOMICOS Y ORGANIZACIONALES.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

La estructura organizacional está encabezada por el Gerente, sigue en la cadena de mando la administradora quien es el canal directo entre el área de contaduría y gestión de calidad y SST, dentro de la labor administrativa esta la dirección de los servicios de alojamiento y de alimentos en donde encontramos a los recepcionistas, camareras y cocineras.

NOMBRE.

Hostal Tunido

RAZON SOCIAL.

INVERSIONES DU FOUR S.A.S

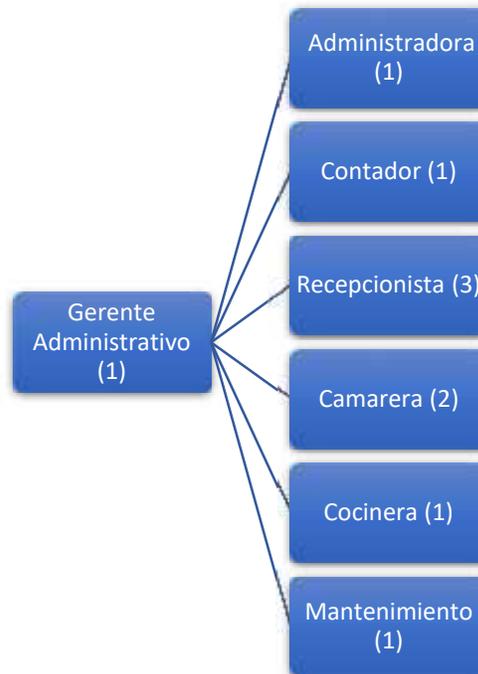
CULTURA:

- ✚ Responsabilidad
- ✚ Honestidad
- ✚ Lealtad
- ✚ Excelencia
- ✚ Empatía

DIRECCIONAMIENTO.

Plantear estrategias que conlleven a la recuperación económica del sector hotelero, posteriormente al virus del COVID-19 durante el año 2020. Según el informe por el ministro de comercio, Industria y turismo **“En 2020, la tasa de ocupación de alojamiento fue de 30%, cayendo 18,8 puntos porcentuales frente 2019.”** con ello se evidencia una perdida en los ingresos económicos, importante seguir promoviendo a la ciudad como destino turístico, en medio del avance de la vacunación para mejor confianza al momento de ofrecer un servicio estándar.

ORGANIGRAMA:



NUMERO DE TRABAJADORES: 10

2.2) FILOSOFIA INSTITUCIONAL.

HISTORIA.

Tunido es un moderno y espacioso hostel que resucitó de una antigua casa de estilo colonial ubicada en el Centro Histórico de la ciudad más antigua de Colombia, Santa Marta.

El hostel está ubicado en el centro histórico detrás de la Iglesia San Francisco, la iglesia más antigua de Santa Marta, a pocas cuadras del Parque de los Novios, la Catedral principal de la ciudad, la playa y el puerto, los museos y los bares y restaurantes más famosos.

Los autobuses públicos a Minca, Tayrona, Palomino y Riohacha están a solo unos minutos a pie. Taganga, Rodadero, Bahía Concha y Playa Blanca también son fácilmente accesibles en autobús público.

Cuenta con una pared antigua tipo colonial de Tunido. Madera carrito / mamey reciclada. Escalera en concreto y acero; e incluso en Tunido se sirve desayuno y café italiano. Sin duda alguna es un gran espacio para compartir con tu familia.

Brinda grandes platillos saludables tales como el ceviche vegano de la casa, también honra a Colombia brindando un delicioso café 100% de la Sierra Nevada; tiene espacios donde puedes admirar y disfrutar del ambiente verde tropical.

MISION.

Hostal Tunido se compromete a ser un hostel 100% sostenible con el medio ambiente, reconocemos la importancia de la preservación de los recursos naturales, la responsabilidad social y la atención al cliente garantizando la alta calidad a través de políticas y planes de mejoramiento continuo.

VISION.

El Hostal Tunido busca para el año 2025 ser un ejemplo que seguir para el sector hotelero respecto a las políticas y estrategias para la preservación del medio ambiente sin descuidar la atención al cliente y la calidad del servicio. así mismo se proyecta para una futura expansión.

POLITICAS DE LA EMPRESA.

- 🚪 Al momento de salir de la habitación debe dejar apagado todos los interruptores eléctricos y equipos en la habitación. En caso de no hacerlo, el hostel podrá acceder y apagar dichos dispositivos.
- 🚪 Por su seguridad y la de nosotros **NO SE ACEPTAN VISITANTES** en las habitaciones y dormitorios, solo se admite personal externo hasta las 10:00pm. En zonas y áreas sociales del establecimiento.
- 🚪 No se admiten menores de edad que no vengán acompañados por un adulto responsable.

- 🚫 Se debe respetar el espacio de los demás huéspedes, así como también el buen trato para los trabajadores del hostel.
- 🚫 El hostel no se hace responsable de lesiones, daños físicos y/o psicológicos de los huéspedes y tampoco se incurrirá en indemnizaciones de pagos o reparaciones.
- 🚫 No esta permitido fumar dentro de las habitaciones, dormitorios y espacios cerrados del establecimiento.
- 🚫 Esta prohibido el ingreso de sustancias psicoactivas, alcohol, cigarrillos, alimentos, bebidas y otros elementos de consumo.
- 🚫 No se acepta la venta, transporte, uso y abuso de armas de fuego y elementos cortopunzantes.
- 🚫 El hostel no se hace responsable de la perdida de elementos y objetos de valor o dinero.
- 🚫 En caso de daños, robos y usufructo, al patrimonio del hostel, será cobrado al huésped la suma de compensación equivalente a la inversión en consideración por la administración.
- 🚫 Todos los miembros, empleados y personal de trabajo del establecimiento, están autorizados para realizar un llamado de atención a los huéspedes y visitantes en caso de observar conductas inadecuadas que atentan con la integridad de los presentes en el establecimiento.

3) INFORMACION DEL TRABAJO REALIZADO

3.1.) DESCRIPCION DEL AREA DE TRABAJO.

Área de Recepción.

3.2) DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES ASIGNADAS.

Atención al cliente, Digitación de información relacionada con datos de documentos de identidad, Carga y consulta de la información en la plataforma SIRE – Migración Colombia, manejo de Excel, manejo de software y plataforma de reservaciones (lobby, cloudbest), Facturación electrónica utilizando el programa nube de SIIGO, deberá desarrollar habilidades de comunicación en otra lengua (Ingles), Manipulación de alimentos, promoción y venta de tours.

4) PROPUESTA.

Mi propuesta es ofrecer tardes de entretenimiento en tunido hostel ya que no tienen algo en específico que genere más socialización entre los huéspedes y una estadía más placentera y así no solo tener a los huéspedes contentos si no también a gente externa que se le puede brindar las actividades, por otro lado, aumentar ventas durante dichas actividades, no solo por parte de los huéspedes si no también externamente. Dicho esto,

se debe elegir 3 días a la semana (lunes, miércoles y viernes) y hacer cada uno de esos días una actividad diferente.

4.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA.

TUNIDO AND ITS HOME THEMES

4.2 DIAGNÓSTICO.

Inicialmente diré que durante el tiempo que llevo trabajando en el hostel me he dado cuenta de que hace falta más interacción entre los huéspedes durante su estadía, hace falta algo para que se unan más, para que compartan durante el tiempo que están en el hostel, por lo tanto, considero que el hecho de crear tardes de entretenimiento con una temática diferente cada día puede llegar a lograr que esa situación mejore y podría aumentar nuestras ventas porque incitaríamos a los huéspedes a consumir durante los momentos de entretenimiento, esto no solo internamente si no también ofrecerlo al público externo.

4.3 PLANTEAMIENTO O IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.

El problema es que hace falta más interacción entre los huéspedes durante su estadía pero sucede porque no ayudamos a que haya interacción incorporando un entretenimiento con el cual todos se sientan cómodos, puedan disfrutar y socializar e interactuar entre ellos; si no hay un entretenimiento en el cual puedan estar todos juntos y aprovechar y compartir más allá de un simple saludo, cada huésped que llegue solo vendrá dormirá, se levantará, desayunará y se irá sin tener ningún tipo de interacción con los demás y esa no es la idea, no es lo que se espera.

5. JUSTIFICACION.

¿Que llevo a mi propuesta? El ver todos los días que los huéspedes ingresaban al hostel, se quedaban por 1 o dos días, quizá más y durante su estadía tenían poca interacción entre ellos.

¿Porque esta propuesta? Porque con esta propuesta tendríamos más interacción entre los mismos huéspedes y también con nosotros, aparte podríamos aumentar las ventas en esos días específicos no solo con los huéspedes si no también con personas externas al hostel.

¿Para qué? Para crear un ambiente más amigable y sociable entre los mismos huéspedes, tener una mejor calificación de parte de ellos por brindar un servicio de entretenimiento agradable y también para aumentar ventas.

¿Cómo? Cada que llegue un huésped al hostel al momento de hacer el check in invitarlos a que asistan a cada actividad que se hará durante la

semana, dándole con exactitud hora, día y la temática de ese día y así durante ese tiempo logren compartir y conocerse mas entre ellos mientras pasan un rato agradable en el hostel.

6. OBJETIVO GENERAL.

El objetivo general de esto consiste en proponer e implementar esta propuesta de entretenimiento para mejora del hostel en cuanto a entretenimiento durante la estadía de los huéspedes.

6.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

-  Generar más interacción entre los huéspedes y una mejor calificación al momento de finalizar su estadía.
-  Mejora en las ventas del hostel.
-  Dar a conocer mas el hostel por medio de las redes sociales (cada que se ofrezcan dichas actividades a gente externa).

7. REFERENTES TEÓRICOS.

Las actividades que se planean crear en la empresa generan un importante compromiso con el medio ambiente que debe ser tenido en cuenta a la hora de tomar las decisiones de su implementación en el contexto tanto social como empresarial, con base en esto; se trae a colación el concepto “turismo de naturaleza”, que entre otras cosas, promueve que las actividades impulsadas por el hotel sean respetuosas del medio ambiente, no sólo el cercano, sino de forma general (Martínez, 2017), con base en este mismo referente teórico se pretende extrapolar el conocimiento para crear actividades que permitan la comunicación real entre huéspedes, asimismo entre huéspedes y el personal empleado en el hostel, a través de estas actividades se generaría lo siguiente:

El turismo de naturaleza supone una enorme oportunidad de contactar con las raíces naturales y saludables que las personas necesitan en los hábitats en los que conviven, y puede actuar de compensación ante la “comodidad” del hábitat urbano polucionado y su ritmo de vida estresante (Martínez, 2017, pág. 2).

Con base en lo anterior, se establece principalmente que el parámetro primordial consiste en el respeto a la biodiversidad y rescatando la sostenibilidad como esencial en este contexto, teniendo en cuenta que dicha sostenibilidad responde al contexto ambiental, el contexto sociocultural y el económico, toda vez que es necesario que estos ámbitos se relacionen en armonía (Cardoso, 2006), lo anterior; entonces, se aplicaría a las actividades y estrategias de comunicación por parte del hostel para con los huéspedes y quienes no sean huéspedes, pero

participan en dichas actividades; ello con el fin de generar ganancias; sin que ello signifique un detrimento ambiental.

Por otro lado, también se manejará la gestión en la calidad del servicio, que se convierte en una herramienta crucial en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles, aseverándose que la calidad del servicio sí puede verse relacionada considerablemente con la sostenibilidad, que no es más que la convivencia pacífica y adecuada de la parte económica con la evolución ambiental, principalmente la cercana (Cardoso, 2006). Ahora bien, retomando la gestión en la calidad del servicio, se traen a colación estos exponentes teóricos puesto que “el servicio ofrecido en los hoteles es fundamental para el desarrollo sostenible de los destinos turísticos” (Monsalve & Hernández, 2015, pág. 1), con soporte en ello, se establece que aun con la gran inversión económica que traen consigo las actividades hoteleras, estas no pueden dejar de lado la convivencia pacífica con el ambiente, estas actividades además de crear relación entre huéspedes también deben promover el cuidado del medio ambiente.

Finalmente, se hace mención de que la calidad hotelera se encuentra armonizada con la sostenibilidad, tanto que puede ser usada como instrumento para la sostenibilidad, así lo han indicado los autores (Gándara, Fraiz, & Alén, 2007), ellos también aseguran que la calidad de un hotel se encuentra relacionada con la sostenibilidad y que las actividades hoteleras también deben responder a ello, que es precisamente lo que se propende en el hostel objeto de estudio, así pues, también se relaciona la sostenibilidad con calidad porque “solamente si la localidad está adecuadamente preparada económica, ambiental y socioculturalmente para el desarrollo turístico, se podrán maximizar los impactos positivos y minimizar los negativos” (Gándara, Fraiz, & Alén, 2007). Así entonces, como se observa, debe existir una relación concordante entre las actividades prestadas por el hostel y la influencia y afectación positiva y negativa de estas actividades, que como se dijo anteriormente, se planea desde lo considerado por los exponentes teóricos y por el hostel que se estudia.

8. PLAN DE ACCIÓN.

Primeramente, para la temática de baile debemos comunicarnos con el estudio de 2f que maneja buenos precios para contratar un bailarín que dicte la clase con duración de 1 hora en dicho día (lunes) y luego procedemos a invitar a los huéspedes a la tarde de baile.

Para la segunda temática de tarde de cine debemos cotizar los precios de los Smart tv para ver cual nos sale más rentable y de buena calidad y proceder a comprarlo, luego organizarnos internamente, buscarle la ubicación a él tv (la sala), luego proceder a ubicar los cojines, hamacas y muebles para que haya más comodidad, después seleccionamos la película para el día en específico (miércoles) y por último avisamos a los huéspedes de dicha integración y ya tendríamos listo la segunda temática.

Para la última temática debemos conseguir una instructora de yoga para que dicte su clase en dicho día con duración de media hora o 1 hora según disponibilidad y proceder a invitar a los huéspedes a que asistan a la última temática de la semana.

También cabe resaltar que para cada temática se necesitara un mesero que no solo ayude a los huéspedes en lo que necesiten, sino que también promueva a que haya mas ventas en cuanto a comida, cocteles, cervezas y demás....

Por otro lado, para conseguir gente externa que asista a las temáticas de la semana, ofertaremos cada temática en nuestra página de Instagram y con ayuda de los trabajadores que conforman tunido, también expandir la información en sus redes sociales para que así mas gente lo vea y vengan a disfrutar de las temáticas, porque sabemos muy bien que hoy en día todo se mueve por las redes sociales y podemos llegar al publico de una manera más fácil.

Con lo anteriormente dicho quiero completar adjuntando cotizaciones que hice acerca de lo que se necesitaba para cada temática;

Empezando por los Smart tv, hice una cotización en:

 **ALKOSTO, TV SAMSUNG 32" Pulgadas 81 cm 32T4300 HD LED Plano Smart TV.** Por un valor de \$999.900 COP.
de las mejores opciones, muy completo en cuanto a sus características como: HDR, alto rango dinámico, tecnología purcolor, etc....

 **ÉXITO, Televisor SIMPLY TURN ON 32 Pulgadas Hd Smart Tv SYLED326iX.** Por un valor de \$739.900 COP.
Muy buena opción, también muy completo y comparte casi las mismas características que el mencionado anteriormente.

 **KALLEY, TV KALLEY 32" Pulgadas 81 cm ATV32HD HD LED Plano Smart TV Android.** Por un valor de \$859.900 COP.
Muy buena opción también, un poco mas completo que los mencionados anteriormente, una interfaz diferente, pero también muy fácil de utilizar y sin duda alguna me quedaría con esta opción.

Por otro lado, pasando a las clases de baile se cotizo 1 hora de clases por valor de 40mil pesos.

También para las clases de yoga se cotizo 1 hora por valor de 20mil pesos.

Y, por último, pero no menos importante para cada temática que se hará se necesitará un mesero que se puede buscar por medio de redes sociales, alguien carismática(o), proactiva(o), que promueva las ventas y se le paga el día por valor de 35mil pesos.

9. RESULTADOS OBTENIDOS.

Inicialmente se hizo una prueba piloto y luego con el pasar de los días se obtuvo una mayor interacción entre los huéspedes y más movimiento en cuanto a ventas, aunque al principio fue complicado, se logró el resultado que esperábamos, que hubiese más interacción y se disfrutara de una tarde compartiendo, a la empresa le gusto pero no se implementara por el momento sin embargo lo tendrán en cuenta para más adelante.

10. AUTOEVALUACION.

Considero que alcancé mis objetivos planteados, que, como todo, aprendí en el proceso muchas cosas que quizá no me parecían relevantes, pero lo terminaron siendo a medida que paso el tiempo.

Que durante el proceso fue más complicado de lo que pensé, porque una cosa es pensarlo e idealizarlo y otra cosa es ponerlo en acción, sin embargo, se logró lo que se esperaba y aprendí muchas cosas.

Y que me falta mucho más por aprender.

11. RECOMENDACIONES GENERALES.

Mi única recomendación es siempre estar atento a cualquier opinión de mejora por parte del huésped o persona externa al hostel, porque teniendo en cuenta las opiniones de ellos podemos mejorar en la calidad del servicio que estaremos brindando.

12. CONCLUSIONES.

Con todo lo anteriormente dicho podemos concluir que esta propuesta es necesaria aplicarla no solo para dar a reconocer mas el hostel o generar más ventas si no también para sentir la satisfacción de que estas brindando un buen servicio que no perjudica a nadie de ninguna forma si no antes ayuda a convivir y compartir con personas nuevas y también nos ayuda de la mejor manera en cuanto a ingresos y calificaciones por parte de las personas que acceden a compartir en estas actividades, eso crea impactos positivos que nos hará diferentes al resto de hostales.

13. BIBLIOGRAFÍA.

Bibliografía

Cardoso, C. (2006). Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada. *El Periplo Sustentable*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1934/193420679001.pdf>

- Gándara, J., Fraiz, J., & Alén, M. (2007). El servicio ofrecido en los hoteles es fundamental para el desarrollo sostenible de los destinos turísticos. Obtenido de file:///C:/Users/Master1102/Documents/Dialnet-HotelesSosteniblesParaDestinosSostenibles-2482212.pdf
- Martínez, V. (2017). EL TURISMO DE NATURALEZA: UN PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*. doi:<http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>
- Monsalve, C., & Hernández, S. (2015). Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga. *Revista EAN*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602015000100011