



Diplomado en Gerencia  
del Servicio Integral

**DISEÑO DE UN PLAN DE  
CAPACITACIÓN INNOVADOR  
BASADO EN MEJORAR LA  
SERVUCCIÓN QUE GENERE  
EXPERIENCIAS EN LOS  
USUARIOS DEL RESTAURANTE  
LOVE MEX**



Universidad del Magdalena

**DISEÑO DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN INNOVADOR BASADO EN MEJORAR  
LA SERVICCIÓN QUE GENERE EXPERIENCIAS EN LOS USUARIOS DEL  
RESTAURANTE LOVE MEX**

**NÁTANY BORREGO TOVAR**

**DANIELA GUERRA POSSO**

**ZADITH GABRIEL PERTUZ TEJEDA**

**RAFAEL FERNANDO TAPIA PEREZ**

**TUTOR**



**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS**

**DIPLOMADO EN GERENCIA DEL SERVICIO INTEGRAL**

**SANTA MARTA D.T.C.H.**

**2022-I**

## CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	6
<b>2. JUSTIFICACIÓN</b> .....	7
<b>3. OBJETIVOS</b> .....	8
<b>3.1. OBJETIVO GENERAL</b> .....	8
<b>3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> .....	8
<b>4. MARCO DE REFERENCIA</b> .....	9
<b>4.1 ANTECEDENTES</b> .....	9
<b>4.2 MARCO TEÓRICO</b> .....	10
<b>5. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA</b> .....	13
<b>6. DIAGNÓSTICO DE LA GERENCIA ACTUAL</b> .....	15
<b>7. PROPUESTA DE MODELO DE GERENCIA DE SERVICIOS</b> .....	16
<b>7.1 DEFINICIÓN DE LA PROPUESTA</b> .....	16
<b>7.2 GESTIÓN DEL RIESGO</b> .....	19
<b>7.3 GESTIÓN FINANCIERA</b> .....	21
<b>7.4 GESTIÓN HUMANA</b> .....	22
<b>7.5 TRANSFORMACIÓN DIGITAL</b> .....	24
<b>7.5.1 Brochure informativo</b> .....	26
<b>CONCLUSIÓN</b> .....	29
<b>REFERENCIAS</b> .....	30

## **TABLA DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1. Organigrama Love Mex.....	14
Ilustración 2. Página web Love Mex .....	24
Ilustración 3. Página web.....	25
Ilustración 4. Página web.....	25
Ilustración 5. Página web.....	26
Ilustración 6. Brochure Love Mex .....	27
Ilustración 7. Brochure.....	28

## **LISTA DE TABLAS**

Tabla 1. Matriz de riesgos.....	20
Tabla 2. Presupuesto .....	21
Tabla 3. Plan de capacitación.....	22

## **INTRODUCCIÓN**

Para lograr una mejora en el área de servicio al cliente, es necesario idear estrategias que pretendan llevar progreso y propender por un servicio, con atributos de calidad, oportunidad, eficiencia, eficacia y efectividad. Por lo cual es necesario la evaluación en términos de entornos externos e internos, para generar impacto, a través de métodos que identifican problemas de calidad en esta área.

En el presente trabajo se propone el diseño de una propuesta de capacitación a los colaboradores del restaurante Love Mex, el cual se encuentra ubicado en Taganga, Magdalena, con el fin de mejorar algunos procesos dentro de la servucción, específicamente en el área del servicio al cliente, donde se han encontrado falencias como lo es la actitud inadecuada de atención, los tiempos prolongados de espera y en algunos casos el desconocimiento de los productos ofrecidos por parte de los colaboradores.

## **2. JUSTIFICACIÓN**

El proyecto que se presenta a continuación tiene como fin detectar los principales problemas dentro de la servucción del restaurante LOVE MEX ubicado en Taganga y así mismo concretar un plan de capacitación específico que ayude a elevar el rendimiento del restaurante y a su vez mejorar la experiencia del usuario al recibir el servicio brindado por el personal de trabajo. La idea conlleva a modificar las actitudes dentro de la organización que puedan contribuir a crear un espacio satisfactorio para el trabajador y los diferentes usuarios que deseen adquirir los servicios que ofrece el restaurante.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un plan de capacitación y así mejorar los procesos de servucción del restaurante LOVE Mex con el fin de que los usuarios obtengan una experiencia satisfactoria al momento de recibir el servicio brindado por la empresa, esta capacitación esta especialmente dirigidas a trabajadores que están siempre en contacto con el cliente, así mismo, también queremos proveer a la empresa un plan de innovación en cada uno de los servicios que este brinda.

#### **3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar las principales falencias del servicio que se presta dentro del restaurante Love Mex para el mejoramiento de la calificación de los comentarios de este.
- Mejorar el servicio al cliente ofrecido por el personal del restaurante Love Mex, para la generación de buenas experiencias y obtención de recomendaciones positivas.
- Incrementar la productividad de los colaboradores para el incremento en las ventas y la competitividad del restaurante Love Mex

## 4. MARCO DE REFERENCIA

Este apartado se encuentra enfocado en los antecedentes internacionales y nacionales, que permiten profundizar las variables en estudio, considerando artículos científicos, tesis, libros, las cuales darán claridad a la problemática en estudio.

### 4.1. ANTECEDENTES

Promover y crear conciencia dentro de las empresas para mejorar gran parte de su servicio puede llegar a ser un reto si no se provee de un análisis que permita a la empresa diagnosticar y corregir los aspectos que actualmente deterioran la atención que se brinda a los clientes, por lo tanto, en este proyecto expondremos algunos de los estudios y/o proyectos similares que pueden aportar mucha información al nuestro.

- Holguín Cedeño, I. V. (2012) en su proyecto titulado *Proyecto para la creación de un centro de capacitación para mandos medios en el área de servicios, en la Ciudad de Guayaqui* presenta la creación de un centro de capacitación para mandos medios en el área de servicios en la ciudad, enfoca las necesidades reales de capacitación de los prestadores de servicios en los establecimientos hoteleros y gastronómicos. El programa de capacitación está formado por cuatro módulos, teniendo una duración de 40 horas c/módulo Los módulos son: coctelería, técnicas de servicios, enología y cocina básica.

- Por otro lado, Navarro Moreira, R. M. (2016) en su investigación *Calidad de los servicios del restaurante en el área recreativa de la isla Santay del cantón Durán provincia del Guayas* que consiste en la evaluación de la calidad de los servicios del restaurante de la Isla Santay y el diseño de un Plan de Capacitación de Servicio y Atención al Cliente dirigido a los administradores del Restaurante y sus empleados, ya que se podía evidenciar la falta de atención que se le brinda a los turistas debido a la afluencia de visitantes que existe en fines de semana o feriados que ingresan a degustar de los platos típicos que ofrecen en el restaurante. Esta propuesta de Plan de Capacitación ayudo a mejorar la atención al cliente y al desarrollo económico del Restaurante de la Isla Santa y que permitió brindar una excelente atención a los turistas.

- Rodríguez Triana, M. L. (2013) nos expone en su investigación *Plan de mejoramiento al proceso de restauración para el Restaurante “Ranchón Playa los Marinos”*

*en el Hotel Meliá Buenavista* nos presenta que la restauración hotelera en el turismo constituye un producto de obligado consumo, que engloba una amplia gama de características, actividades y procedimientos, como resultado de las exigencias de los clientes. Su constante evolución y perfeccionamiento definen la excelencia y la competitividad de las organizaciones, en su afán por garantizar la fidelización de la clientela. Esto se logra en la medida que el uso y operacionabilidad de las instalaciones sea efectivo, siendo los planes de mejora una vía para el logro de este fin, los cuales permiten una mejor y más eficiente puesta en práctica de los procesos de restauración. Por eso el objetivo de la presente investigación es diseñar un plan de mejoramiento al proceso de restauración del Restaurante “Ranchón Playa Los Marinos” en el Hotel Meliá Buenavista, orientado a la gestión de la calidad en los servicios de alimentos y bebidas.

En conclusión, hay muchas alternativas que pueden ayudar al crecimiento personal de una empresa en cuestión, una capacitación y plan de restauración son una de las alternativas más sencillas, pero altamente efectivas si lo que queremos es incrementar la productividad y reconocimiento de cualquier empresa y así hacerla destacar dentro de un gran océano rojo.

## **4.2 MARCO TEÓRICO**

### **4.2.1 Servicio al cliente**

El servicio al cliente consiste en brindar todo el asesoramiento a tu consumidor, antes, durante y después de la compra. Esto significa que toda la relación que se establece desde el primer contacto con la empresa, hasta la posventa, abarca todo el proceso de atención al cliente.

- Según el autor Humberto Serna Gómez (2006), el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos... De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. (pag.19)
- Kotler y Keller han proporcionado la definición más detallada de satisfacción que describe la satisfacción como el «sentimiento de placer o decepción de la

persona que resulta de comparar el rendimiento o el resultado percibido de un producto con sus expectativas» (Kotler y Keller, 2006, p.144)

- Según Kotler un servicio es “cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra, es esencialmente intangible y no se puede poseer” [Collins, 2006:7].

#### **4.2.2 Capacitación**

Es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.

- Según Chiavenato I. (2008) La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos.
- La capacitación, según Martha Alles (2004), es la transmisión de conocimientos y habilidades; es un proceso que debe ser organizado, planificado, y evaluable.
- Según Reyes Ponce, Citado por Rodríguez (2007) comenta que la capacitación consiste en dar al empleado elegido la preparación teórica que requerirá para desempeñar su puesto con toda eficiencia”

#### **4.2.3 Usuario**

Es aquel individuo que utiliza de manera habitual un producto, o servicio.

- El diccionario de la Real Academia Española (RAE) define el concepto de usuario con simpleza y precisión: un usuario es quien usa ordinariamente algo.
- El usuario es la razón de ser de cualquier entidad dedicada a ofrecer servicios de información (Hernández, 2001, p.30).

#### 4.2.4 Servucción

La servucción surge de la interacción entre el personal, el cliente y el soporte material (oficinas, computadoras, etc.) que permite concretar la relación de servicio: el objetivo es optimizar la gestión de los recursos para que las diferentes interacciones posibles sean satisfactorias.

- Servucción es un neologismo propuesto por P. Eiglier y E. Langeard (2005, p. 10) para designar el proceso de “fabricación” de un servicio, de forma equivalente a producción, que es como llamamos al proceso de elaboración de un “producto”.
- Para Hoffman y Bateson (2012), los servicios como los productos brindan beneficios a través de la creación de experiencias; para tal caso se hace referencia a que los clientes no necesariamente interactúan directamente con los colaboradores que se encuentran detrás del servicio (back office), como lo son los gerentes, personal de limpieza, entre otros; es por ello que, un método de servucción se caracteriza por ser un modelo sumamente relevante, basado en las experiencias percibidas por los clientes. (p.8)
- Según Lovelock y Wirtz (2009) determinan que el manejo de un buen servicio se da gracias a la producción de este con anterioridad, es decir que tiene que ser necesariamente planificado y no al momento. (p.52)

## 5. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Nombre de la empresa:** Love Mex restaurante, ubicado en Taganga-Magdalena, un lugar con una increíble vista al mar.

- **Descripción de servicios y/o productos:** Love Mex ofrece comidas y bebidas en su mayoría mexicanas y en una minoría colombianas, como burritos, quesadillas, picadas, tacos fajitas, comida rápida, cocteles como la margarita, micheladas envenenadas, charro negro, tequila, mojitos, entre otros.

- **Tamaño:** el restaurante cuenta con 14 colaboradores, por lo cual se encuentra clasificado dentro de las pequeñas empresas.

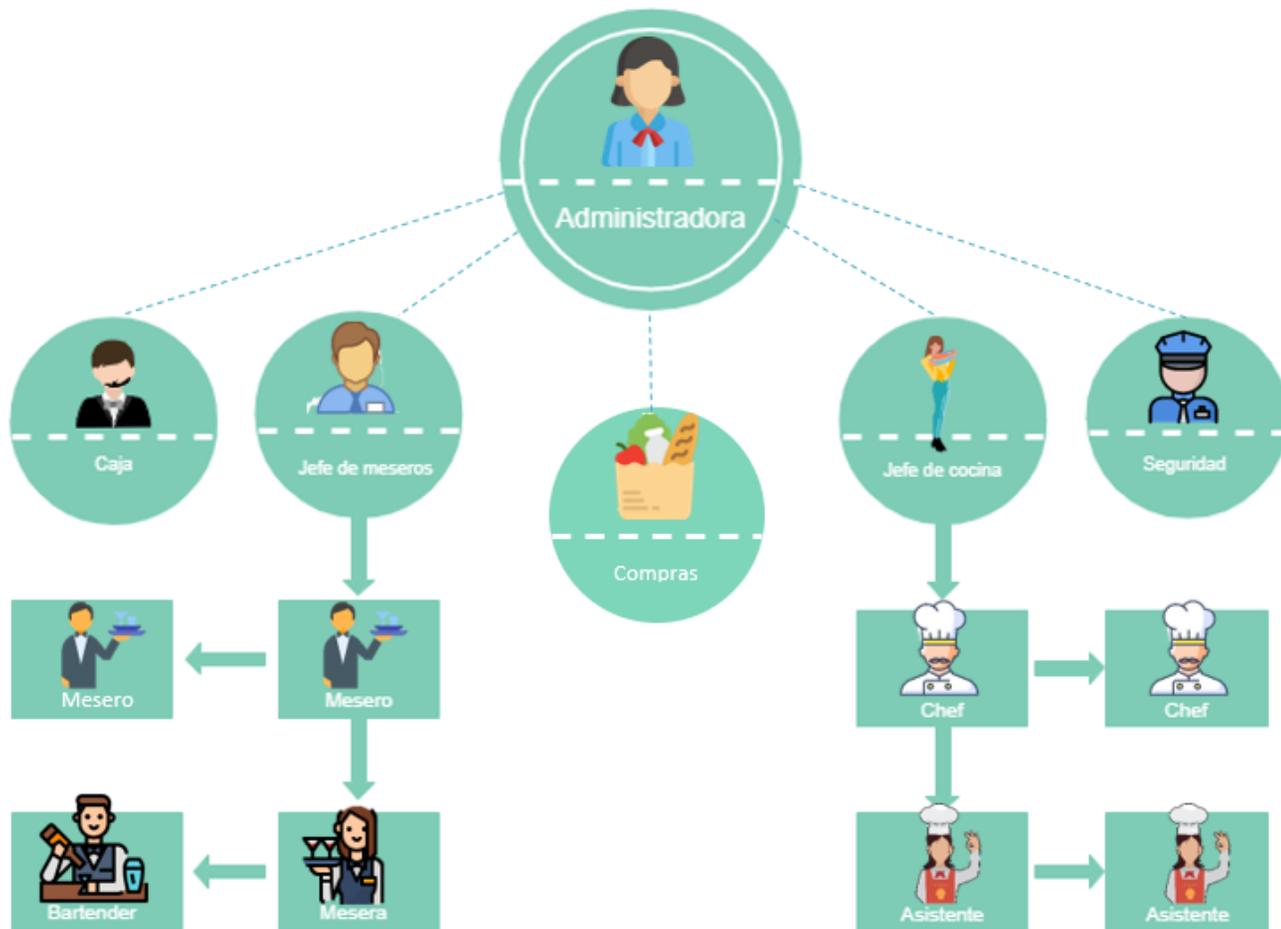
- **Sector empresarial:** el restaurante se encuentra clasificado en el sector terciario, ya que se ofrece servicio al cliente de comidas y bebidas típicas mexicanas y colombianas.

- **Filosofía empresarial:** Love Mex se esmera por posicionarse como uno de los restaurantes más llamativos de la zona, atraer nuevos clientes, ser reconocidos a nivel nacional por su innovación y mezcla de la cultura mexicana y colombiana, generando así valor económico, social y ambiental.

- **Análisis de la estructura organizacional:** la estructura del restaurante es simple, ya que se encuentra dirigido por el dueño de la empresa, quien es el gerente y así mismo cumple otras funciones, pero es quien toma todas las decisiones de la organización, la comunicación es directa y a su vez tiene un número reducido de colaboradores.

- Organigrama

Ilustración 1. Organigrama Love Mex



Fuente: Autores, (2022)

## **6. DIAGNÓSTICO DE LA GERENCIA ACTUAL**

La gerencia del restaurante Love Mex está a cargo de planificar, dirigir, organizar, controlar y evaluar su operatividad. Actualmente el restaurante funciona con un modelo sencillo que inicia con el recibiendo de los usuarios por parte de los camareros (no tienen un uniforme como tal, sino que solo tienen dotaciones de camisas, de colores rojo, azul y negro), se muestra a los clientes una mesa disponible sobre la que se lee un menú y se hace la elección de los alimentos. Luego el camarero se acerca a la mesa y toma las órdenes de los clientes. El pedido se envía a la cocina donde el cocinero prepara la comida a la orden para el cliente. La comida es servida por la camarera y el cliente disfruta de la comida. Luego piden la cuenta, se les otorga y posterior a ello se les despide.

Love Mex es un restaurante alusivo a la cultura mexicana en su mayoría, ofrece comida típica mexicana y un poco de colombiana para cenar, ya que los horarios de funcionamiento son lunes a jueves de 8:00 a 11:00 PM y de viernes a domingos de 8:00 PM a 12:00 AM. A su vez el restaurante cuenta con música típica para ambientar el lugar y una estupenda vista al mar, que ofrece entretenimiento mediante la creación de una atmósfera social, que puede ser desde una pequeña charla entre los clientes a encuentros sociales con familiares y amigos.

## **7. PROPUESTA DE MODELO DE GERENCIA DE SERVICIOS**

### **7.1 DEFINICIÓN DE LA PROPUESTA**

Con el propósito de impulsar el rendimiento, crecimiento y competitividad de la empresa y así tener una eficaz matriz organizacional, planeamos un modelo de capacitación en 3 fases, buscando el rendimiento de trabajadores dentro de la misma. Así mismo la modalidad de capacitación que se usará será la de formación, ya que tiene como propósito impartir conocimiento en relación con el contexto de desenvolvimiento de los colaboradores. A su vez las capacitaciones serán de tipo correctiva, ya que está dirigido a la mejora del desempeño, buscando un rediseño en la servucción para mejorar el servicio del restaurante Love Mex.

Este plan se realizará anualmente y se harán en el tercer trimestre del año, teniendo una duración de 6h cada módulo, es decir, 3 sesiones compuestas por máximo 2h al día, que se repartirán en horarios en los que los colaboradores se pongan de acuerdo para que todos puedan asistir y ninguno se ausente.

Las capacitaciones se dividen de la siguiente forma:

#### **7.1.2 Capacitaciones de habilidades blandas**

Las empresas requieren mucho poder de adaptación, para así poder impulsar el crecimiento desde adentro de la organización, por lo tanto, en esta primera fase de capacitación, se busca renovar y/o buscar esas habilidades fundamentales que deben tener los trabajadores, principalmente los que tienen contacto directo con los clientes. Para este módulo de capacitaciones participarán chefs, asistentes de cocina, meseros y bartender.

En esta etapa la metodología que se implementará es la llamada gamificación, la cual es una técnica apoyada por la digitalización, la realidad aumentada y las tecnologías que hacen que las capacitaciones sean más dinámicas, de más fácil acceso y uso. Un ejemplo de ello es la participación en talleres y quiz interactivos que ponga a prueba los conocimientos, con el uso de un smartphone o desde un computador que se les proporcione y que tendrán un premio como recompensa.

En este primer módulo encontramos charlas y ejercicios fundamentales donde se manejarán los siguientes temas:

- Resolución de problemas.
- Atención al cliente
- Presentación personal

La capacitación será desarrollada por el profesional Carlos Pinzón experto en servicios, el cual desarrollara la capacitación de habilidades blandas realizando tres reuniones que se dividen en tres temas, 2 horas al día. El valor del curso será 2.000.000 pesos aproximadamente para capacitar a los trabajadores de Love Mex. Las capacitaciones se llevarán a cabo de manera virtual para que los trabajadores puedan hacerlo desde la comodidad de su casa y a la hora que deseen, este otorgara un certificado de que se concretó el curso al finalizar y validara el aprendizaje de los participantes. Esta capacitación desarrollará las habilidades de comunicación, comprensión y trabajo en equipo de los trabajadores, mejorando de manera eficaz la resolución de problemas dentro del restaurante y aumentará la calidad de servicio ofrecido porque los empleados adquirirán mayor solvencia.

### **7.1.3 Capacitaciones de habilidades duras**

Esta capacitación está destinada a los trabajadores que ayuden con la productividad y reconocimiento de la empresa, como los propios propietarios, los encargados de marketing, gerentes, etc. Para este módulo capacitaciones participarán el administrador, jefe de meseros, jefe de cocina, administrador del área de compras y el encargado de la caja.

Para esta etapa se implementará la metodología de Lego Serious Play, que consiste en el armado de piezas en equipo, la comunicación y el diseño de diversas estructuras de desarrollo manual. Esto generará ambientes de integración y dinamismo entre los colaboradores, con el fin de que la educación sea más práctica y fácil de captar el conocimiento que les sea impartido.

En este módulo tenemos charlas y ejercicios relacionados con:

- Gestión de proyectos (donde se dan propuestas de valor que se puedan implementar dentro de la empresa)
- Habilidades en uso de las TIC
- Toma de decisiones

La capacitación será desarrollada por el profesional Jorge Camargo administrador de empresas, el cual se divide en 6 horas con una duración de tres días, es decir dos horas al día donde recibirán la ayuda de este mismo para comprender y desarrollar el curso mientras se fortalecen las habilidades. Además de eso fortalecerá las habilidades de nueva generación como el manejo de la TIC. El valor es de 2.000.000 pesos aproximadamente al finalizar se le otorgara un diploma para validar el proceso de aprendizaje. Con este proceso se busca que los trabajadores aprendan a utilizar las redes sociales y aprovechar al máximo los beneficios de esta, por otro lado, los trabajadores podrán expresar mejor sus ideas y concretar planes gestión para la mejora del local o de un objetivo en específico como el servicio etc.

#### **7.1.4 Capacitaciones de salud y seguridad**

En este módulo se ofrece de manera externa y opcional, donde los propietarios y/o gerentes tienen la opción de poder acceder, y a si mismo ofrecer a sus trabajadores, cursos oficiales donde se tocan temas en concreto que puedan ayudar a mejorar y desarrollar nuevos conocimientos que se puedan implementar en su entorno de trabajo. Para este módulo de capacitaciones participarán todos los colaboradores del equipo.

Para esta etapa se implementará la metodología de webinars colaborativos, esto básicamente se dará a través de la realización de foros acompañados de profesionales que pertenecen a otras organizaciones de la misma industria. Sería de mucho aprovechamiento, ya que este tipo de actividades grupales permiten complementar el aprendizaje propio de las experiencias y apreciaciones de los compañeros.

Dentro de este módulo se abordarán los siguientes temas:

- Bioseguridad

- Atender emergencias
- Limpieza y organización

La capacitación será desarrollada por la profesional Roció Almazo, experta en seguridad e higiene, la cual brinda un curso en el ámbito de la seguridad y salud en el trabajo. Este se desarrolla de manera virtual y consta de varios módulos los cuales trabajan diferentes temas y áreas de los SG y SST, contienen material de video clips y conferencias de expertos en el tema para garantizar el aprendizaje de las personas, al completar cada módulo se va llenando el perfil con el cual obtendrás el certificado de que adquiriste o mejoraste tus habilidades con un certificado validado por el ministerio de trabajo de Colombia. Este curso tiene una duración de 3 días y será trabajado dos horas al día hasta su culminación, tiene un valor de 2.000.000 de pesos aproximadamente para el grupo de trabajo de Love Mex, con este proceso se busca que los trabajadores del restaurante puedan afrontar cualquier problema sanitario o de salud, con técnicas de prevención y cuidado en el ámbito laboral, desarrollando de mejor forma posible las habilidades y conocimientos de los prestadores de servicio y gerencia del restaurante.

## **7.2 GESTIÓN DEL RIESGO**

El estudio realizado al restaurante Love Mex, arrojó resultados de gran preocupación, debido a que se identificaron factores principalmente con niveles altos y medio en cuanto al nivel de riesgo, causados por diversos fallos dentro de los procesos de servucción del restaurante como lo muestra la matriz de riesgos. Lo anterior quiere decir, que se debe actuar cuánto antes en un plan de contingencia, capacitación del personal y estrategias de promoción, debido a que desafortunadamente por el descuido y la ausencia en el control de estos es una amenaza para el funcionamiento.

Tabla 1. Matriz de riesgos

MATRIZ DE GESTIÓN DE RIESGOS																
IDENTIFICACION DEL RIESGO					ANALISIS				VALORACION			TRATAMIENTO				
Actividad/Proceso	RIESGO	TIPO / CLASIFICACIÓN	GENERADO POR/ CAUSADO POR / FUENTE	POSIBLE CONSECUENCIA/ EFECTO NO DESEADO	PROBABILIDAD (De 1 a 5)	CONSECUENCIA (De 1 a 5)	Resultado	NIVEL DEL RIESGO	CONVERSIÓN	CONTROLES ACTUALES (Controles de ingeniería, señalización/ advertencias o controles administrativos o EPP)	EFICACIA DEL CONTROL (De 1 a 5)	Resultado	NIVEL DEL RIESGO	PLAN DE ACCIÓN O TRATAMIENTO (Se puede considerar la eliminación o sustitución, mediante un plan de acción concreto/ Indispensable cumplimiento de requisito legal aplicable)		
														ACCION	RESPONSA BLE	FECHA DE EJECUCIO N
Implementar un plan de contingencia	1. No tener un control en los planes implementados. 2. Fallos en las acciones de prevención y control. 3. Establecer los recursos de la empresa destinados para el plan. 4. Mala inversión de los recursos en los periodos de tiempo determinados.	Riesgos estratégicos	No se estudien de manera organizacional, operativo y logístico todos los posibles factores extraordinarios que puedan dañar la integridad de la empresa.	No estudiar y analizar a fondo las amenazas cerca del sector	3	3	9	Medio	3	Controles administrativos	3	9	De Alerta	Aplicar un plan de prevención para mitigar las amenazas en el entorno	administrador de la empresa	Mayo de 2022
Capacitación de Personal	1. No existe un programa de capacitación eficiente 2. Desarrollo de las sesiones de capacitación sin el personal completo. 3. Falta de recursos en las capacitaciones de personal	Riesgos de afectación del producto y/o servicio	1. Fallo en la logística. 2. Creer que no se necesitan capacitaciones. 3. No reservar recursos suficientes para dicha actividad	1. Que algunos días de capacitación sean en horarios laborales y no todos los colaboradores puedan asistir. 2. Se pueden presentar inconvenientes y los colaboradores no sepan cómo resolverlos. 3. Contratar a una persona inexperta para dictar las capacitaciones.	4	3	12	Alto	4	Controles en las personas	4	16	No Aceptable	Contratar un capacitador para que le dicte los respectivos cursos a los colaboradores	Jefe de personal	Mayo de 2022
Estrategias de Promoción	1. Estrategias engañosas. 2. Falta de uso de las TICS. 3. No definir un público objetivo. 4. Impacto negativo en las promociones. 5. Falta de inversión en estrategias de promoción	Riesgos estratégicos	1. No existe una persona que se encargue del manejo de las redes. 2. No se invierte tiempo ni capital en dicha actividad. 3. No se acude a un profesional en la materia.	1. Podría haber errores en el contenido para el público deseado. 2. Falta de reconocimiento del restaurante. 3. No podría resultar llamativo para los clientes.	4	3	12	Alto	4	Controles administrativos	5	20	No Aceptable	Implementar estrategias de marketing digital	encargado de sustentabilidad	Mayo de 2022

Fuente: Autores, (2022)

<sup>1</sup> Matriz completa en carpeta "anexos": [Anexos/MATRIZ DE PREVENCIÓN Y ACCIÓN DE LOS POSIBLES PLEIGROS GRUPO 3 \(1\).xlsx](#)

## 7.3 GESTIÓN FINANCIERA

Para realizar un trabajo eficiente y efectivo en las capacitaciones del restaurante Love Mex, fue necesario hacer un desglose minucioso de cada uno de los elementos a necesitar para el proyecto, con el fin de no mal gastar o despilfarrar el dinero necesario para lograr cada una de las actividades necesarias para el correcto funcionamiento de este.

Tabla 2. Presupuesto

PRESUPUESTO PROYECTO RESTAURANTE LOVE MEX			
Un mes Identificación de Falencias en el servicio		1	
Tres meses de ejecución		3	
Dos mese incremento de la productividad		2	
	<b>Tiempo total</b>	<b>6</b>	
Fase uno (Subtotal 1)			\$5.458.105
Fase dos (Subtotal 2)			\$10.005.313
Fase tres (Subtotal 3)			\$5.981.845
	<b>Valor total del proyecto</b>		<b>\$21.445.263</b>
<b>1. IDENTIFICACION FALENCIAS EN EL SERVICIO</b>			
<b>Concepto del Gasto</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Total</b>
Honorario encuestador	\$ 1.661.605	1	\$1.661.605
Tablets (Responder las encuestas)	\$500.000	2	\$1.000.000
Computador portatil (Guardar las bases de datos de las encuestas)	\$1.700.000	1	\$1.700.000
Licencia de CMR (Organizar el proceso de la empresa)	\$960.000	1	\$960.000
Softward para encuestas	\$136.500	1	\$136.500
<b>Sub total</b>			<b>\$5.458.105</b>
<b>2. Capacitación</b>			
<b>Concepto del Gasto</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Total</b>
Honorarios capacitador de servicios	\$3.185.345	1	\$3.185.345
Honorarios capacitador de proyectos	\$3.185.345	1	\$3.185.345
Honorarios capacitador de higiene	\$3.185.345	1	\$3.185.345
Refrigerios capacitación de proyectos (3 sesiones*5 pax)	\$5.000	15	\$75.000
Material para capacitación de servicios (agendas*8)	\$7.000	8	\$56.000
Material para capacitación de proyectos (guía de actividades*5)	\$50.000	5	\$250.000
Material para capacitación de higiene (agendas*14)	\$7.000	14	\$98.000
Aplicación zoom pro	\$61.189	2	\$122.378
Material para capacitación de proyectos (piezas lego)	\$45.900	1	\$45.900
Impresión de certificados en higiene	\$1.000	14	\$14.000
Impresión de certificado en servicios	\$1.000	8	\$8.000
Impresión de certificados en proyectos	\$1.000	5	\$5.000
<b>Sub total</b>			<b>\$10.005.313</b>
<b>3. INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD</b>			
<b>Concepto del Gasto</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Total</b>
Honorario analista en servicio A&B	\$3.185.345	1	\$3.185.345
Computador (para el estudio del mercado y guardar datos de los analisis)	\$1.700.000	1	\$1.700.000
Licencia de CMR (Dentro del presupuesto de identificación de falencias)	\$960.000	1	\$960.000
Softward para encuestas (Estudio del NPS/ dentro presupuesto de identificación de falencias)	\$136.500	1	\$136.500
<b>Sub total</b>			<b>\$5.981.845</b>

<sup>2</sup>Fuente: Autores, (2022)

<sup>2</sup> Soporte de nómina en carpeta "anexos": [Anexos\Nómina \(1\).xlsx](#)

## 7.4 GESTIÓN HUMANA

Una de las tareas del Departamento de Recursos Humanos es capacitar a su talento humano, los requerimientos de la organización, dependerá de sus necesidades, en la tabla se puede ver el detalladamente como se llevaría a cabo cada uno de los procesos, con el fin de que los beneficios puedan abarcar toda su vida laboral y desarrollo personal para cumplir con sus futuras responsabilidades. Es por ello, que para tener un control de las actividades que incluyen las capacitaciones, se diseñó el siguiente esquema:

*Tabla 3. Plan de capacitación*

	<b>PLAN DE CAPACITACIÓN DEL RESTAURANTE LOVE MEX</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	
El presente plan de capacitación está diseñado con el fin de establecer un mejoramiento continuo en las competencias, habilidades, aptitudes del personal que labora en el restaurante y se encuentra dividido en 3 etapas: capacitación de habilidades blandas (trabajo en equipo, resolución de problemas y ética laboral); capacitación de duras (como habilidades en el uso de las TIC, gestión de proyectos y toma de decisiones) y las legales correspondiente a capacitación en salud y seguridad.	
<b>ALCANCE</b>	
Este plan de capacitación incluye a todos los colaboradores del restaurante Love Mex.	
<b>OBJETIVO</b>	
Mejorar la servucción del restaurante a través de la formación de recursos humanos altamente calificados en términos de conocimiento, habilidades y actitudes para un mejor desempeño de su trabajo.	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	
Dentro de las actividades que se van a desarrollar se encuentran a cargo la gerencia y dirección operativa, los colaboradores y los jefes de área, quienes tienen la obligación de velar por el cumplimiento de cada una de las actividades descritas en el presente plan.	
<b>GERENCIA GENERAL Y DIRECCIÓN OPERATIVA</b>	
Gestionar y proporcionar los recursos necesarios para la realización de cada una de las actividades diseñadas para las capacitaciones.	
<b>COLABORADORES</b>	
Cumplir con la asistencia y realizar las actividades de cada módulo correspondientes a cada una de las capacitaciones.	

LÍDERES O JEFES DE ÁREA				
Motivar a los trabajadores a participar de todas las capacitaciones.				
PROGRAMA				
MÓDULOS	RESPONSABLE	FRECUENCIA	PARTICIPANTES	MODALIDAD
1.Capacitaciones de habilidades blandas	Capacitador/ asesor externo	Anual	Meseros, bar tender seguridad y caja.	Virtual
2.Capacitaciones de habilidades duras	Capacitador/ asesor externo	Anual	Gerente, jefe de cocina, jefe de compras, capitanía de meseros.	Presencial
3.Capacitaciones de seguridad y salud	Capacitador/asesor externo	Anual	Todos los trabajadores	Virtual
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES				
ACTIVIDADES	NO. DE PARTICIPANTES	FECHAS	DURACIÓN EN HORAS	
Trabajo en equipo, atención al cliente resolución de conflictos.	8	Julio 2022	2h por tema	
Gestión de proyectos, uso de las TIC, toma de decisiones.	5	Agosto 2022	2h por tema	
Bioseguridad, emergencias, limpieza y organización.	14	Septiembre 2022	2h por tema	
INDICADORES				
% de cobertura de capacitaciones atendidas	Se espera una cobertura del 95%			
	$\frac{\# \text{ de colaboradores alcanzados}}{\# \text{ total de colaboradores}} \times 100$			
% de participación en las actividades	Se espera que el 100% de los trabajadores participen de las actividades			
	$\frac{\# \text{ actividades culminadas}}{\# \text{ total de actividades planificadas}} \times 100$			

Fuente: Autores, (2022)

## 7.5 TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Parte del diseño de la página web de LOVEMEX está organizada para que se conozca el restaurante, temática que tiene este mismo y también para dar a conocer nuestro plan de capacitación, en las imágenes se puede contemplar la introducción al restaurante, sus contactos y también los menús que estos ofrecen a sus clientes.

*Ilustración 2. Página web Love Mex*



Fuente: Autores, (2022)

*Ilustración 3. Página web*

## CONOCENOS



Love Mex es un restaurante alusivo a la cultura mexicana en su mayoría, ofrece comida típica mexicana y un poco de colombiana para cenar, ya que los horarios de funcionamiento son lunes a jueves de 8:00 a 11:00 PM y de viernes a domingos de 8:00 PM a 12:00 AM. A su vez el restaurante cuenta con música típica para ambientar el lugar y una estupenda vista al mar, que ofrece entretenimiento mediante la creación de una atmósfera social, que puede ser desde una pequeña charla entre los clientes a encuentros sociales con familiares y amigos.



Fuente: Autores, (2022)

*Ilustración 4. Página web*

## Contacto

Via Sta. Marta - Taganga, Santa Marta, Magdalena, Colombia

[info@mysite.com](mailto:info@mysite.com)

123-456-7890



[info@mysite.com](mailto:info@mysite.com)

©2022 por LOVEMEX. Creado con Wix.com

Fuente: Autores, (2022)

## Ilustración 5. Página web

### Menú

Servido diariamente

#### ENTRADAS Y BEBIDAS

Esta es una sección de tu menú, personalízala como tu quieras.



Menu 1



Menu 2



Bebidas

Estas son las propuestas de platos dentro del restaurante

Fuente: Autores, (2022)

### 7.5.1 Brochure informativo

Las estrategias de marketing y la transformación digital son parte importante de las organizaciones, ya que facilitan ventas, experiencias de compras; mejoran la eficiencia en el proceso comercial, entre otras razones. Es por ello, que es necesario que el restaurante Love Mex esté a la par de las tendencias de la transformación digital.

Este brochure simplifica la información de lo que ofrece el restaurante y es una manera llamativa de presentar los diferentes productos de Love Mex, ya que genera la interacción que le hace falta con los consumidores.

Ilustración 6. Brochure Love Mex



## SOBRE NOSOTROS



Love Mex, es un restaurante creado en el año 2020, ofreciendo al público en su mayoría comidas y bebidas mexicanas. A su vez, otros platillos distintos a los mexicanos, con el fin de tener un portafolio variado.

El restaurante ofrece un ambiente cargado de la cultura mexicana y de tranquilidad y amabilidad para compartir con familiares y amigos, esto se lo otorga la gran vista y sonido que ofrece el mar, ya que nos encontramos ubicados en la primera línea de la plaza de Taganga, Magdalena.

## BEBIDAS

### Jugos (Agua y leche)

- Maracuyá
- Fresa
- Mango
- Mora



### Cocteles

- Margarita
- Cuba libre
- Mojito
- Piña colada



### Cervezas

- Sol
- Corona
- Stella artois
- Club colombia



## COMIDAS

### Burritos

Tortilla de harina, proteína a legir, pico de gallo, guacamole, suero crema, frijol, lechuga o arroz mexicano.

### Picada mexicana

4 tacos dorados con ensaladas, 5 tacos suaves pco de gallo, salsas, guacamoles, nachos, frijol, refrito y 3 quesadillas.

### Pizzas

Hawaiana (piña, jamón queso)  
Tres carnes (Jamón, salami, tocineta)  
Bolaños a (Jamón, salsa pomodoro, queso)

### Tacos

Vegetarianos  
Carne asada  
Lomo al pastor

Fuente: Autores, (2022)

Ilustración 7. Brochure

## LO MÁS VENDIDO

- Enchiladas



- Tacos



- Quesadillas



Promoción todos los días

# 2X1

EN COCTELES

Aplican términos y condiciones



Visítanos o Contactanos

 Estamos ubicados en  
Taganda, la primera línea de  
la playa

 4356547-4325678

 Love.mex



Fuente: Autores, (2022)

## **CONCLUSIÓN**

Retomando las ideas expuestas en este proyecto podemos concluir que es importante la implantación de un modelo de capacitación eficaz y seguro en las empresas y que además se estructure con respecto a las necesidades de esta, para así evitar que se prodiguen recursos pocos relevantes que no permitan el mejoramiento y la competitividad de la empresa en cuestión.

El plan de capacitación diseñado para el restaurante LOVE MEX busca exactamente eso, elevar el nivel de satisfacción de los colaboradores y que este mismo se vea reflejado en el todo el sistema organizacional del restaurante, permitiendo el crecimiento en el sector de origen y con el objetivo de mantener un gran nivel de competencia y de esta forma reducir a gran medida malas ejecuciones dentro de la distribución organizacional que se maneja dentro del restaurante.

## REFERENCIAS

- ALLES, M. (2004). *Dirección estratégica de Recursos Humanos*. Ed. Gránica
- Alpizar, A y Hernández, L. (2015). *Estudio de mercado para determinar el nivel de satisfacción del cliente en estelaris mueblerías*. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Chiavenato, Idalberto. (2008). *Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones*. (8va ed.). México Mc- Hill
- Eiglier, P. y Langeard, E. (1989). *Servucción: El marketing de servicios*. McGraw-Hill.
- Gómez, H. S. (2006). *Servcio al cliente*. Ed. Tres editores.
- Hernández Salazar, P. (2001). *La producción del conocimiento científico como base para determinar perfiles de usuarios*. Investigación Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información.
- Hoffman, K y Bateson, J. (2012). *Marketing de servicios. Conceptos estrategias y casos*. Ed. CENGAGE learning.
- Holguín Cedeño, I. V. (2012). *Proyecto para la creación de un centro de capacitación para mandos medios en el área de servicios*. Bachelor's tesis. Universidad de Guayaquil.
- Lovelock, C y Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios. Personal, tecnología y estrategia*. Ed Pearson.
- Navarro Moreira, R. M. (2016). *Calidad de los servicios del restaurante en el área recreativa de la isla Santay del cantón Durán provincia del Guayas*. Doctoral dissertation. Universidad de Guayaquil.
- Real Academia Española. (2006). *Diccionario de la lengua española* (23ª ed.).
- Rodríguez J. (2007). *Administración moderna de personal*. México. Ed Limusa.
- Rodríguez Triana, M. L. (2013). *Plan de mejoramiento al proceso de restauración para el Restaurante "Ranchón Playa los Marinos"*. Doctoral dissertation. Universidad Central  
Marta Abreu