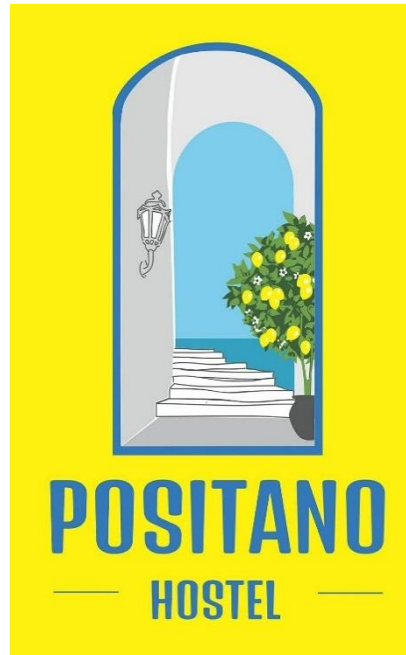


INFORME DE PRACTICAS PROFESIONALES



AYLIN VANESSA ZAMBRANO CHARRIS

2014127120

TUTOR

RUBEN DARIO SOSSA ALVAREZ

POSITANO HOSTEL-LA TERRAZZA

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS

TECNOLOGÍA EN GESTIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA

SANTA MARTA DTCH

2018



## 2. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

❖ Nombre de la empresa

Positano Hostel

❖ Razón social

INVERSIONES GAHE SAS

NIT. 901028980-3

❖ Localización

Calle 24ª #4-119 Barrio el prado

❖ Quienes somos

Somos un hostel en el cual nuestra prioridad consiste en identificar las necesidades de nuestros huéspedes, darle importancia a cada detalle que satisfaga las demandas de quienes nos frecuentan y que nos convierten en el lugar propicio para el descanso y diversión. Consiguiendo así la combinación perfecta en la perla de América.

❖ Misión

Positano Hostel está comprometido con ofrecer a nuestros clientes una experiencia llena de tranquilidad y armonía dentro de nuestras instalaciones, superando las expectativas de nuestros huéspedes destacándonos por nuestro impecable servicio que ante todo es nuestra carta de presentación.

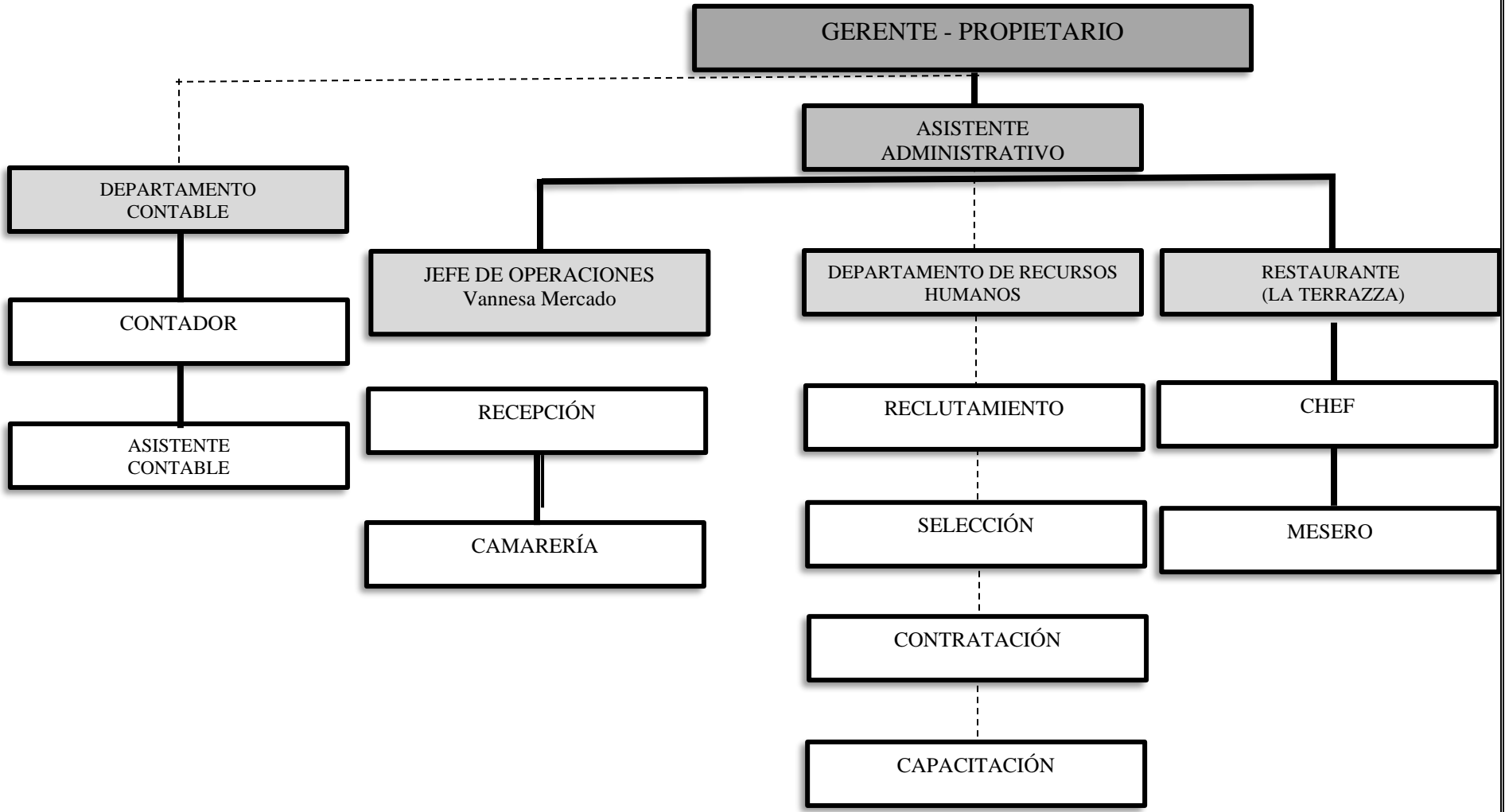
❖ Visión

A corto plazo esperamos ser una sociedad estable y posicionarnos en el mercado local, destacarnos por complacer las necesidades y superar las expectativas de nuestros huéspedes y en consiguiente lograr que partan a sus nuevos destinos con una imagen inolvidable de su estadía en nuestro hostel, logrando principios de rentabilidad y desarrollo sostenible a través de procesos ambientales.

❖ Propósito

Positano Hostel está situado en Santa Marta Colombia, donde su principal objetivo es hacer de la estancia de sus huéspedes una experiencia única, una estancia merecedora de la ciudad que lo tiene todo





### 3. DIAGNÓSTICO

El planteamiento de esta propuesta se enfoca en la falencia que posee el establecimiento La Terraza en el desempeño de los empleados a la hora de realizar sus funciones en su respectivo cargo, en busca de definir las funciones y roles de los colaboradores que hacen parte de este y así generar mayor rentabilidad y satisfacción tanto de los clientes como de los directivos y con el fin de crear nuevos conocimientos en la empresa.

Con el propósito de crear una diferencia con los demás restaurantes, promoviendo la calidad de la prestación de servicios a comensales y la eficiencia de los empleados. Este proyecto también nos permitirá examinar las habilidades de los colaboradores para identificar que función pueden llegar a desarrollar mejor, e identificar que persona tiene cualidades de líder, entre otros. Toda esta información se puede organizar de tal manera que sirva como base o guía para futuros empleados, de igual forma ayuda al proceso de estandarización de tal manera que el cambio de personal no afecte la calidad ni la prestación del servicio en el restaurante.

Debido a esto se hace necesario la realización de una evaluación en el proceso de funcionamiento de cada empleado lo que nos permitiera identificar las falencias y las cualidades de cada persona, y posteriormente iniciar el desarrollo de una propuesta de mejora, reorientación de tareas, puestos y requerimientos.

Por lo cual he decidido enfocarme en el restaurante La Terraza debido a que he observado que no se ha venido desarrollando de la mejor manera en la prestación del servicio y debido a la falta de un seguimiento en las obligaciones laborales de los empleados se genera una ineficiencia en la ejecución de ciertas tareas y del mismo modo el buen funcionamiento de la empresa.

Esta situación se desencadena debido a que desde el inicio del restaurante La Terraza no fueron definidos ciertos parámetros lo que generó inconvenientes internos y en la prestación del servicio tales como:

- ❖ Falta de comunicación: no se tiene una buena comunicación entre los meseros y la cocina por lo que muchas veces no se tiene en cuenta los requerimientos de las personas en cuanto a la preparación de un plato y afecta de tal manera que el comensal se siente insatisfecho con el servicio.
- ❖ Desorden en los pedidos: no llevan un orden en las comandas lo cual genera atrasos en la cocina.
- ❖ Capacitación: el personal fue capacitado de manera general por lo que muchas veces no tiene la información necesaria para actuar en determinadas situaciones.

Por esta razón se hace necesario crear una especificación de funciones por cargo que permitan mejorar el manejo del restaurante. Es importante observar determinadamente las virtudes y falencias y de esta manera mejorar todo el restaurante.



También se evaluaron factores externos que pueden estar influyendo de alguna manera en la prestación del servicio los cuales son:

❖ Ubicación

La ubicación del lugar es poco estratégica debido a que se encuentra en una calle poco concurrida por lo que visualmente no se ha dado a conocer mucho También influye que es un sector muy residencial y poco comercial, por lo que se hace evidente que se debe realizar un esfuerzo extra para su promoción.

❖ Público al que se dirige.

Está dirigido a un segmento de público cuyas edades oscilan entre los 25 a 50 años y para personas que más allá de buscar lo común quieren aventurarse a cosas nuevas, que disfruten de lugares tranquilos en compañía de la familia, los amigos o su pareja. Esto no es un factor negativo simplemente debe ser manejado mejor de tal manera que ayude a potenciar el restaurante.

❖ Menú que ofrece.

El menú que ofrece es algo no del común como lo son:

❖ Tablas de queso.

❖ Dip (espinaca, atún, vegetales)

❖ Pastas (carbonara, pesto, pomodoro, bolognesa)

❖ Sándwich (pollo, jamon y queso, mozzarella, pavo, napolitano, atún etc.)

❖ Jugos naturales.

❖ Cocteles.

❖ Bebidas.

❖ Vinos



#### 4. OBJETIVO GENERAL

- ❖ Instaurar una estructura organizacional de cargos y funciones bien definidas en el Restaurante La terraza, que permita operar el restaurante en condiciones óptimas y eficientes.

#### OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ❖ Lograr el incremento en el nivel de satisfacción de los clientes del restaurante a partir de la adecuada distribución de funciones entre el personal de cocina y servicio.
- ❖ Diseñar programas de promoción y ofertas dirigido a un público en general
- ❖ Proponer estrategias de marketing para la promoción del restaurante.

## 5. REFERENTES TEÓRICOS

### Referencias

#### La importancia de la estrategia de marketing

De acuerdo a los aspectos desarrollados en el apartado anterior, podemos concluir que el sector gastronómico se ha constituido en un área de creciente competitividad y de un vertiginoso desarrollo de nuevos negocios y en donde los competidores actuales, incrementan su oferta de bienes y servicios. Lo que consecuentemente torna vital tomar medidas para generar propuestas innovadoras y competitivas, para lograr la estabilidad de las empresas en el mercado.

Dentro de este contexto, es fundamental desarrollar estrategias de marketing para, por una parte, aprovechar este despertar a los placeres culinarios, así como para asegurar la continuidad del negocio, y la sostenibilidad de la rentabilidad.

Hace no tantos años que el marketing ha adquirido un papel privilegiado dentro del área de la restauración. En Europa, se inició el desarrollo del marketing en este sector, desde que el restaurador comprendió la necesidad de fijarse objetivos en términos de beneficio, y de asociarlos a la satisfacción al cliente que se ha logrado.

Por otra parte, Cooper, B., Floody, B. & Mc Neill, G., nos dicen “el marketing requiere de una comprensión adecuada, de quienes son sus clientes, de donde vienen, por qué están allí y qué es lo que esperan de su restaurante” (Cooper, Floody, & Mc Neill, 2003, p.178).

El marketing es el arte de hacer converger las acciones de la empresa de cara a satisfacer mejor las necesidades de su clientela, en el marco de políticas coherentes que buscan optimizar la eficacia global de la empresa de cara a su mercado. (Rochat, 2000, p. 92)

La teoría de la mente como sistema de conocimientos e inferencias que atribuyen creencias, deseos y sentimientos como causa de los comportamientos humanos, no sólo es capaz de comprender el engaño, la mentira o la creencia equivocada, sino que también sirve para engañar y manipular o para comunicarse y cooperar con otros. La capacidad de engañar en cuanto capacidad para inducir creencias falsas en la mente de otros para aprovecharse en beneficio propio de sus actos es un buen indicador de la existencia de una teoría de la mente, incluso un indicador más adecuado que el darse cuenta del engaño (García, 2002).



## 6. PROPUESTA

Este proyecto se plantea con la finalidad de que La Terraza tenga una nueva estructura de trabajo, creando diferentes estrategias tanto de marketing como de manejo del personal, en el cual se definan y se establezcan las funciones y cargos que se le asignaran a cada empleado con el fin de obtener un óptimo desarrollo de las actividades del restaurante, de igual forma desarrollar capacitaciones para el personal y se preste el apoyo necesario con el fin de lograr mejorar el desempeño dentro del área de trabajo y así se puedan ejercer con mayor eficiencia las tareas designadas, para poder obtener los resultados deseados para el restaurante.

Después de analizar todos los factores tanto negativos como positivos, se iniciará con el desarrollo de un proyecto que tiene como objetivo asignar y crear un Manual de Funciones para el personal de servicio y producción de cocina y caja, establecer protocolos del servicio a la mesa y reorganizar el departamento de alimentos y bebidas, pero no solo se tendrán en cuenta los factores internos si no también los externos que juegan un papel fundamental ya que por medio de estos se busca que La Terraza entre en competencia con los demás restaurantes

Este manual tendrá la función en conjunto con el departamento de recursos humanos de fomentar el descubrimiento de actitudes por parte de los empleados que se puedan utilizar en beneficio del restaurante, que, si dado el caso una persona no posee las habilidades necesarias para el cargo que esta desempeñando, pero se observan otras habilidades, es necesario evaluar en que área puede generar un beneficio para el restaurante.

Es importante implementar el manual de funciones ya que ayudará a definir muchos aspectos y la función principal de cada persona la cual nos ayudará a establecer la autoridad, jerarquía, cadena de mando así cada persona sabrá a quien reportar para tener un mejor manejo en la cocina.

Otro aspecto fundamental es la creación de estrategias comerciales y de marketing por medio de los cuales se pretende que el restaurante tenga un mejor desempeño, por lo que se analizan diferentes factores como lo son los internos y externos que nos permitirán evaluar las necesidades desde los dos puntos de vista y así poder determinar un enfoque para nuestra publicidad.

Posterior al análisis se dará inicio a un plan en el cual los diferentes medios de comunicación y publicitarios serán nuestros aliados, debido a que por medio de estos estaremos promocionando el restaurante de manera visual con videos y fotos de los diferentes platos que ofrecemos, la publicidad debe ser estratégica y pagada para que tenga mayores beneficios.





## 7. PLAN DE ACCIÓN

Con el fin de que la cocina del restaurante la terraza tenga un mejor desempeño y una voz líder que encabece todo el proceso en la cocina y que así mismo permita que se cumplan en un orden todos los procesos en la cocina

Una persona será seleccionada para ser líder, guiar y ejercer los protocolos tanto del área de alimentos y bebidas como de las estrategias de marketing para La Terraza.

El jefe de servicios será el encargado de dirigir, distribuir, organizar y controlar el funcionamiento del restaurante, esta persona supervisará y atenderá los reclamos, sugerencias por parte de los comensales, no obstante, no solo es responsabilidad del jefe de servicios también se necesita que el personal a contratar sea eficiente.

# Manual de funciones

## **MESERO:**

Debe ser una persona con una experiencia laboral en el área, dispuesto a trabajar en equipo, con buenos modales y una excelente presentación personal

Requerimientos básicos:

- ❖ Manejo de restaurantes y bares
- ❖ Diferentes técnicas y procedimientos de servicio al cliente.
- ❖ Tipos de servicio
- ❖ Apertura y servicio de licores y vinos
- ❖ Como se compone la vajilla, cristalería y cubertería

Funciones:

- ❖ Atención a comensal.
- ❖ Ofrecerle el menú y dejar que el cliente tome su tiempo para ordenar.
- ❖ Organizar comandas.
- ❖ Limpieza en la zona de servicio.
- ❖ Realizar la respectiva factura.
- ❖ Entregar cuenta al comensal.
- ❖ Realizar el cobro por el servicio.
- ❖ Tomar nota de cualquier solicitud en especial por parte de las personas.



Cualidades:

- ❖ Ser cortes, amable y no hacer esperar a las personas.
- ❖ Capacidad para el trabajo en equipo
- ❖ Memoria
- ❖ Voluntad y constancia
- ❖ Flexibilidad
- ❖ Estar atento a las necesidades de las personas, tanto al momento de la elección como durante su estadía en el restaurante.

## **COCINERO**

Funciones:

- ❖ Procesar materia prima.
- ❖ Procesar productos con buena calidad de acuerdo a los estándares establecidos y el cuidadoso manejo higiénico de alimentos.
- ❖ Crear platos con excelente presentación.

Cualidades:

- ❖ Ser líder.
- ❖ Trabajar en equipo.
- ❖ Tener autoridad
- ❖ Ser perfeccionista
- ❖ Tener iniciativa.
- ❖ Tener buenas habilidades y destrezas.

## **Estrategias de marketing**

Designar a una persona para que lleve a cabo las siguientes funciones:

- ❖ Diseñar y buscar nuevas estrategias innovadoras para atraer clientes.
- ❖ Manejo de publicidad por redes sociales.
- ❖ Generar iniciativas que permitan promocionar el restaurante en fechas especiales o fechas en las que se vaya a desarrollar algún evento.

## **Publicidad pagada en Facebook e Instagram**

Para promocionar el restaurante La Terraza se debe realizar primero una segmentación de mercado la cual será una pieza fundamental para crear nuestra publicidad pagada debido a que el sistema solicita esos datos para crear el público específico, al que más se le mostrará nuestras imágenes y videos (ver anexos1, anexo2, anexo3, anexo4).



## Publico

### - Personas que eliges por medio de la segmentación.

Sexo: Todos.

Edad: 17-28---

Lugares: Santa Marta y Colombia

### Segmentación detallada

## Datos Demográfico

Relación:

- ❖ Casado, solteros, en una relación, sin especificar

Trabajo:

- ❖ Cuando se realice publicidad para eventos de cumpleaños, reuniones de amigos etc.

Intereses

- ❖ Compartir en familia y amigos, quieran probar cosas nuevas.
- ❖ Ambiente acogedor.
- ❖ Gusto por la comida mediterránea.

Comportamiento

- ❖ Acceso a Facebook, dispositivos y SO antiguo
- ❖ Dominio de correo electrónico personal.

## PRESUPUESTO Y DURACIÓN

Presupuesto total

- ❖ Desde 1500 cop hasta ...
- ❖ Duración: 7 días
- ❖ Fecha de publicación del anuncio

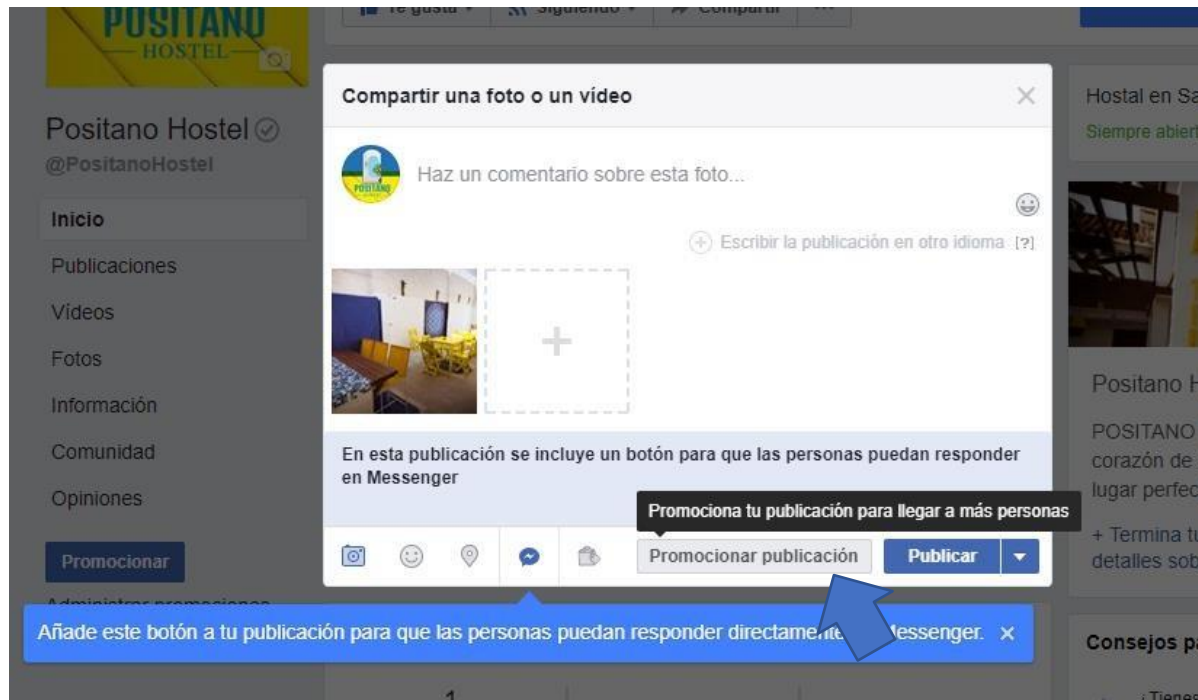
Resume el importe diario por día de la publicación.

Método de pago:

- ❖ Efecty
- ❖ Tarjeta

Subir el contenido que será promocionado





## Promocionar publicación

Es posible que las herramientas publicitarias de Facebook no funcionen del modo previsto si hay activado un bloqueador de anuncios en un navegador web. Desactiva el bloqueador o añade la URL de esta página web como una excepción para poder crear anuncios sin problemas. Después de desactivarlo, debes actualizar la pantalla.

### PRESUPUESTO Y DURACIÓN

Tu límite de gasto es inferior a tu presupuesto para esta promoción. Aumenta el límite en 50000 \$.

Presupuesto total

50000 COP

Alcance estimado personas

El alcance estimado no está disponible.

Acota el público o amplía el presupuesto para llegar a más personas relevantes.

Duración

1 día

7 días

14 días

Publicar este anuncio hasta el 21/2/2018

Gastarás un promedio de 7142 \$ al día. Este anuncio estará en circulación durante 7 días, hasta el 21 de febrero de 2018.

Verás una vista previa de tu anuncio aquí después de publicarlo.

Al hacer clic en "Fijar presupuesto", aceptas los Términos y condiciones de Facebook | Servicio de ayuda

Cancelar

Fijar presupuesto

Procedemos a fijar el presupuesto

### Añade dinero y promociona la publicación

Si no añades dinero ahora, es posible que tu anuncio llegue a menos personas.

Presupuesto 50 000 \$

Saldo disponible 0 \$

**Total** 50 000 \$

Método de pago Efecty [Cambiar](#)

Omitir

Añadir dinero

Elegimos el monto y la forma de pago

Subir el contenido que será promocionado



Anexo 1.



Anexo 2.



Anexo 3.



## 8. ACTIVIDADES REALIZADAS

Durante el desarrollo de mis practicas desempeñe diferentes funciones que me permitieron ampliar mis conocimientos.

Inicie en el área de atención al cliente en el cargo de recepcionista, lo que me ayudo a crecer en el área laboral, me enseñó como actuar en diferentes situaciones y como dar el manejo adecuado para que los huéspedes siempre estén felices con nuestros servicios; también me enseñó como ser un líder ante cualquier situación, como darle el manejo adecuado al personal, me ayudo a explorar habilidades que no pensé tener pero que por medio del hostel pude descubrir y ser mejor aún.

Uno de los aprendizajes mas importantes que tuve en esta área fue el manejo de plataformas como Arawak, Hostelworld, Booking, Myallocator entre otros, los cuales aprendí el dominio total y me deja una gran experiencia para el mundo laboral.

Estuve en al área del restaurante La Terraza donde inicialmente solo observaba como era el manejo, posteriormente empecé a aprender la preparación de algunos platos, como mantener un orden secuencial en la cocina y como aprender a trabajar en equipo.

Otra área donde estuve fue en la parte administrativa donde asumí el cargo de asistente administrativa. Mi función era organización y dirección del personal, brindar capacitación a nuevas practicantes, organizar facturas en sus respectivas carpetas, ahí aprendí cosas interesantes y pude poner en practica mis conocimientos adquiridos en la universidad como lo fueron la realización de nóminas, liquidación de empleados, inventariar y sacar lista de compra, contacto y pago a proveedores.





## 9. PRESENTACION Y ANALISIS CRITICO DE RESULTADOS

Durante mi proceso de practicas logre adquirir buenas destrezas en el área de la recepción la cual fue mi área principal, logre cumplir mis metas de aprendizaje en cuanto sistemas se trata ya que, aprendí todo sobre los sistemas operativos de las diferentes plataformas web, como se maneja todo lo relacionados con las reservas por medio de estas, como hacer pagos y como atraer a nuevos clientes por medio de estas.

Siento que me falto desarrollar más en el área de la contabilidad debido a que fue una de las áreas en las que estuve, pero no profundice lo suficiente, sin embargo, aprendí muchas cosas que sin lugar a duda me traerán grandes beneficios en el futuro.

La experiencia vivida en esta empresa sin lugar a duda fue un gran paso para iniciar en el mundo laboral, ya que pude tener un contacto directo con las personas con los huéspedes conocer más de su cultura, bríndales un excelente servicio y sobre todo hacerlos sentir de la mejor manera.

No manejo a la perfección la segunda lengua (ingles), pero sin lugar a dudas fue una gran oportunidad para practicar y perder el temor de hablar con las personas.



## 10. BIBLIOGRAFIA

- ❖ <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/5439/1/ECUACE-2015-HT-CD00017.pdf>
- ❖ <http://190.95.226.74/bitstream/45000/145/1/plan%20de%20titulacion%20Francisco%20Toral%2018-nov-2015.pdf>
- ❖ <http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n45/n45a15.pdf>
- ❖ <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=TesWkJFaOfsC&oi=fnd&pg=PP1&dq=funciones+del+personal+de+servicios+en+un+restaurante&ots=q3cmKi4kh4&sig=YdeWsu3teFkmoPcSg5tGHFL905o#v=onepage&q&f=false>