

**Informe final de opción de grado práctica empresarial Selina Operation Cartagena S.A.S.**

**Karol Daniela Arenas Bermúdez**

**Trabajo de grado para optar el título de profesional en Negocios Internacionales**

**Director**

**Diego Ramírez Castellanos**

**Mag. Dirección estratégica especialidad Tecnologías de la Información**

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

**División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables**

**Negocios Internacionales**

**2022**

### **Dedicatoria**

A mis padres Milton Arenas y Lucila Bermúdez, por brindarme la oportunidad de estudiar para ser una gran profesional, por el apoyo incondicional que me brindaron durante este proceso pese a la distancia impulsándome día a día para lograr un mejor futuro. A mis hermanos por motivarme en momentos de dificultades llegando a ser un gran soporte. A mis docentes y compañeros que hicieron parte de este proceso de formación.

### **Agradecimientos**

Principalmente gracias a Dios por la vida, por mis padres y mi familia. Por darme la fuerza y las bendiciones necesarias para culminar este camino.

Gracias a mi familia por motivarme a ser una mejor persona, pero en especial a mis padres por ser mi ejemplo de perseverancia, sin ellos este logro no sería posible.

Gracias a la Universidad Santo Tomas y al Fr. Orlando Rueda O.P. por el apoyo y creer en mí.

Finalmente, a la empresa Selina Operation Cartagena S.A.S por permitirme ser parte de un gran equipo, por enseñarme y darme la oportunidad de aportar mis conocimientos a lo largo de los seis meses.

## Contenido

Introducción .....	13
1. Contexto de la práctica empresarial.....	14
1.1. Justificación.....	14
1.2. Objetivos .....	15
1.2.1. Objetivo general.....	15
1.2.2. Objetivos específicos .....	15
2. Perfil de la empresa .....	16
2.1. Razón social de la empresa .....	16
2.2. Objeto social de la empresa.....	16
2.3. Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa. ....	16
2.4. Estructura organizacional.....	18
2.4.1. Misión de la empresa .....	18
2.4.2. Visión de la empresa.....	18
2.4.3. Organigrama de la empresa .....	19
2.5. Aspectos económicos .....	20
2.5.1. Entorno macroeconómico .....	20
2.5.2. Entorno microeconómico.....	22
2.6. Portafolio de productos y/o servicios de la empresa.....	23
2.7. Aspectos del mercado que atiende la empresa .....	23
3. Cargo y funciones desempeñadas.....	25
3.1. Cargo desempeñado .....	25
3.2. Funciones asignadas.....	25

3.3. Procesos, procedimientos y herramientas .....	26
4. Marco conceptual y normativo .....	28
4.1. Marco conceptual .....	29
4.1.1. La contabilidad en la administración de los recursos organizacionales .....	29
4.1.2. Proceso administrativo y su enfoque en el mejoramiento continuo. ....	30
4.1.2. Servicio al cliente .....	32
5. Aportes .....	37
5.1. Propuesta de valor agregado a la empresa .....	37
5.1.1. Identificación de la situación problemática .....	37
5.1.2. Contribución de conocimiento a la empresa .....	38
5.1.3. Impacto desde los resultados y/o logros. ....	40
5.2. Aportes de la empresa al proceso formativo .....	41
6. Conclusiones y recomendaciones .....	41
Referencias.....	43
Apéndices.....	47

**Lista de tablas**

**Tabla 1.** *Listado de funciones y horas asignadas para el cargo de Pasante en hotel administración.*  
..... 26

**Tabla 2.** *Procesos, procedimientos y herramientas* ..... 26

**Tabla 3.** *Descripción de la capacitación.* ..... 39

**Lista de figuras**

<b>Figura 1.</b> <i>Ubicación de Selina Operation Cartagena S.A.S.</i> .....	17
<b>Figura 2.</b> <i>Edificio A y B, Selina Cartagena.</i> .....	18
<b>Figura 3.</b> <i>Estructura organizacional.</i> .....	19
<b>Figura 4.</b> <i>Ingresos del turismo internacional y PIB mundial (Porcentaje de variación), en estados unidos.</i> .....	21
<b>Figura 5.</b> <i>Matriz Anfoff.</i> .....	25
<b>Figura 6.</b> <i>El triángulo del servicio.</i> .....	34
<b>Figura 7.</b> <i>Capacitaciones realizadas al personal de Selina Operation</i> .....	40

**Lista de apéndices**

**Apéndices A.** *Certificado de Cámara de Comercio de la empresa.* ..... 47

**Apéndices B.** *Diapositivas presentadas en capacitación.* ..... 48

### **Resumen**

Desde la importancia que tiene la práctica en la formación del profesional, se realiza el siguiente informe en donde se presentan los resultados alcanzados en la práctica realizada en la organización Selina Operation Cartagena S.A.S. El principal objetivo de esta, fue contextualizar los conocimientos teóricos adquiridos, en un entorno real dentro del sector turístico y además proporcionar un valor agregado a la empresa en donde se desarrolló esta actividad formativa para mejorar sus procesos por medio de la identificación de oportunidades de mejora y la generación de estrategias. Frente a esto, los resultados obtenidos fueron con respecto al mejoramiento de la atención al cliente y concientización de los colaboradores frente a la importancia de desarrollar un enfoque de atención hacia la satisfacción de los huéspedes. Se realizaron capacitaciones y una propuesta de mejoramiento para mejorar la comunicación entre los colaboradores para ofrecer optimización de procesos.

*Palabras clave:* turismo, servicio al cliente, administración, registros contables, optimización de procesos

### **Abstract**

From the importance of the practice in the training of the professional, the following report presents the results achieved in the practice carried out in the organization Selina Operation Cartagena S.A.S. The main objective of this, was to contextualize the theoretical knowledge acquired in a real environment within the tourism sector and also provide added value to the company where this training activity was developed to improve their processes through the identification of opportunities for improvement and the generation of strategies. In this regard, the results obtained were with respect to the improvement of customer service and awareness of employees regarding the importance of developing a customer service approach to guest satisfaction. Training and an improvement proposal were carried out to improve communication among employees in order to optimize processes.

*Keywords:* tourism, customer service, administration, accounting records, process optimization

## Glosario

*Administración:* es considerada una actividad que prevé, organiza, dirige, coordina y controla los recursos de una empresa, familia, comunidad, individuo, o sociedad en general. La administración permite controlar los recursos para que se puedan alcanzar objetivos propuestos o trazados desde un proceso de planificación.

*Alojamiento:* se refiere al servicio de hospedaje, estadía temporal o permanencia de una persona temporal en un lugar determinado.

*Capacitación:* son actividades que realizan las empresas, las organizaciones, los establecimientos educativos, y otros, para garantizar que sus colaboradores tengan los conocimientos necesarios y las habilidades que se requieren para el desarrollo de las actividades.

*Costos fijos:* los costos fijos son aquellos en los que incurre una empresa, independientemente el nivel de operación que tenga durante un periodo determinado.

*Costos variables:* los costos variables son aquellos que depende del nivel de operación de la empresa.

*Cultura organizacional:* es un sistema de significado compartido por los miembros de la organización. Existen algunos factores que determinan la cultura organizacional: innovación y toma de riesgos, atención a los detalles, orientación a los resultados, orientación a la gente, orientación a los equipos, dinamismo y estabilidad.

*Cowork:* es un servicio que brindan algunas empresas, en donde se le ofrece un espacio de trabajo al cliente u oficina temporal.

*Hotelería:* es el nombre que reciben aquellas actividades económicas que permiten ofrecer servicios de Alojamiento.

*Turismo:* el turismo, es considerado un conjunto de actividades en donde el “turista” quien es quien las lleva a cabo, puede conocer otros lugares, viajar a ellos y permanecer en ellos, fuera de su lugar de origen.

*Organización:* es un conjunto de personas que trabaja en común acuerdo y adecuado a unos límites y roles definidos, para alcanzar un objetivo o meta.

### **Introducción**

Reconociendo la importancia de la reactivación económica y crecimiento económico sostenido del sector turístico en Colombia después de la crisis ocasionada por el confinamiento del mundo entero dentro de la pandemia por Covid-19, se realiza la siguiente práctica profesional, contemplando como importante el aporte desde el rol de futuro profesional, en la aplicación de conceptos y bases teóricas que permitan generar estrategias de crecimiento y competitivas para la empresa Selina Operation Cartagena S.A.S ubicada en la ciudad de Cartagena, empresa en donde se desarrolló a práctica profesional con el objetivo final de identificar oportunidades de mejora durante la ejecución de las actividades encomendadas.

La empresa Selina Operation Cartagena S.A.S, se encuentra ubicada en el sector turístico de Getsemaní en la ciudad de Cartagena, ofreciendo servicios de Alojamiento, Cowork, Food y Beverage, Grab y Go, Tours y Transporte, Wellness y Retail que se mencionaran dentro del informe. Igualmente, se presenta dentro del trabajo, el contexto general de la empresa, la cual, ofreció la oportunidad de desarrollar actividades administrativas en el área de recursos humanos, contabilidad y Co-Working. Asimismo, se presentan los objetivos específicos de la práctica y la intensión o resultados esperados en el desarrollo de esta.

## **1. Contexto de la práctica empresarial**

### **1.1. Justificación**

El sector turístico, sufrió un fuerte impacto laboral y económico por la pandemia Covid-19. Especialmente en la ciudad de Cartagena se vio fuertemente golpeado por la ausencia de turistas teniendo muchos de ellos que cerrar y despedir a sus colaboradores que representan el 30% del sector laboral en Cartagena, afrontando los costos fijos sin ingresos por ventas (González, 2021). Por esto, es importante para las empresas turísticas y hoteles en esta ciudad, reactivar sus servicios por medio de estrategias que generen competitividad en el sector, para lo que es importante contar con el apoyo de profesionales en áreas como negocios internacionales.

Se realiza esta práctica, no solo para apoyar el sector en su reactivación económica, sino para reconocer los procesos reales que se desarrollan en el sector turístico en Colombia para realizar un análisis de su desempeño y ofrecer frente a las teorías de la gerencia estratégica oportunidades de mejoramiento y competitividad. Además, permite crear habilidades y destrezas como nuevos profesionales, ofreciendo oportunidades dentro del gremio. La práctica, no solo beneficia el desarrollo de habilidades prácticas, sino que permite aplicar el conocimiento adquirido en la academia para ofrecer las ventajas o beneficios de la teoría al sector turístico que es importante en Colombia para pasar de una reactivación económica, a un crecimiento económico sostenido del sector (Ministerio de Comercio, 2022).

## **1.2. Objetivos**

Teniendo en cuenta las oportunidades identificadas y necesidades del entorno en el cual se realiza la práctica, a continuación, se presentan los objetivos de la práctica, detallando cada una de las actividades que se quieren conseguir desde el desarrollo de las actividades encomendadas por la empresa.

### **1.2.1. *Objetivo general***

Contextualizar los saberes adquiridos desde la formación como futuro profesional en Negocios Internacionales para la ejecución de labores y actividades prácticas inherentes al área de estudio en la empresa Selina Operation Cartagena S.A.S, de cara a la materialización de sus procesos.

### **1.2.2. *Objetivos específicos***

Ayudar los procesos administrativos, como coordinación y presentación de reportes de fin de mes dentro de la oficina corporativa.

Brindar asistencia para la contabilización de los costos fijos y costos variables por medio del registro y conciliación de forma continua en el informe y sistema contable.

Ayudar al manejo de ventas, reservas del lugar y soporte de ventas desde el área de marketing.

Apoya a la planificación de eventos, comunicaciones internas y participación comunitaria de Cowork.

Brindar atención al cliente garantizando la resolución de sus dudas e inquietudes sobre los servicios adquiridos en la empresa Selina Operation Cartagena S.A.S.

## **2. Perfil de la empresa**

A continuación, se hace una descripción de la empresa en donde se realizó la práctica empresarial, mencionando sus principales características estructurales y lineamientos estratégicos.

### **2.1. Razón social de la empresa**

La razón social de la empresa es “Selina Operation Cartagena S.A.S”.

### **2.2. Objeto social de la empresa**

Constituye el objeto social de la compañía de acuerdo al Certificado de la Cámara de Comercio de Selina Operation Cartagena S.A.S (2022):

De acuerdo al certificado de la cámara de comercio de la empresa, el objeto social de esta es la adquisición, explotación y administración de empresas turísticas y hoteleras, y la prestación de toda clase de servicios destinados a la explotación turística y hotelera, tales como: organización de eventos, exploración de restaurantes, bares, discotecas, venta alimentos y toda clase de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, servicios de tours, arrendamiento del lugar para reuniones de trabajo, eventos, actividades recreativas, familiares, educativas, entre otras (Selina, 2022. Pag. 2-3).

### **2.3. Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa.**

La empresa se encuentra ubicada en la ciudad de Cartagena de indias en el sector turístico de Getsemaní. A continuación, se presenta la dirección, teléfono, correo electrónico, el nombre del jefe inmediato en la empresa, la ubicación geográfica del lugar de práctica que como se menciona inicialmente, se encuentra ubicado en una de las zonas más turísticas de la ciudad de Cartagena en el departamento de Bolívar.



**Figura 2.** Edificio A y B, Selina Cartagena.



Tomada de hosteles central (2021).

## **2.4. Estructura organizacional**

La cultura organizacional se considera el conjunto de valores, tradiciones, creencias, propósitos, objetivos, comportamientos y demás aspectos que diferencian o caracterizan a una empresa de otra (Yopán, et ál., 2020. p. 25). A continuación, se mencionan además de lineamientos estratégicos de la empresa como misión, visión y estructura jerárquica que habla sobre las condiciones de comunicación dentro de ella; los servicios hoteleros y turísticos que allí se pueden encontrar.

### **2.4.1. Misión de la empresa**

Inspira conexiones auténticas y significativas con gente, lugares y comunidades por todo el mundo (2022).

### **2.4.2. Visión de la empresa**

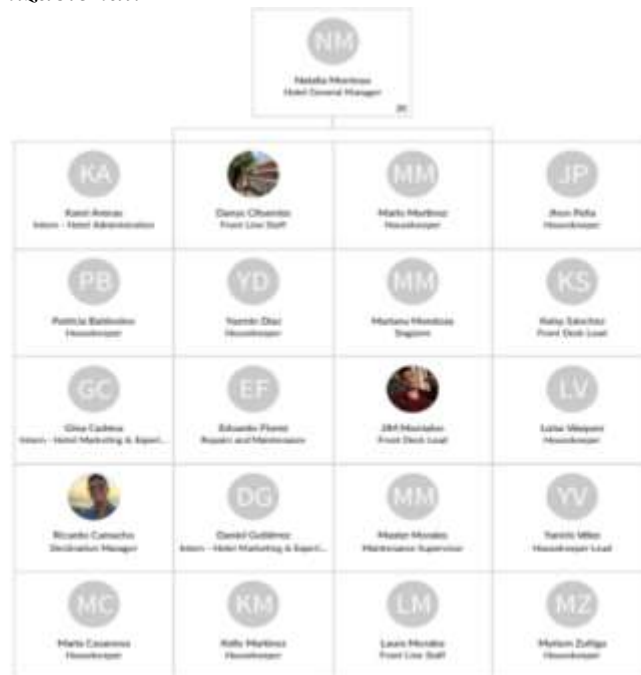
A través de la conservación de lugares físicos inspiradores, el desarrollo de una plataforma

dinámica y la creación de productos holísticos, de trabajo y de vida ofrecemos a nuestros huéspedes un acceso global sin comparación y permitimos completar sus estilos de vida nomadicos (2022).

**2.4.3. Organigrama de la empresa**

La empresa tiene una estructura matricial en la que existe una cadena de mando múltiple que ofrece flexibilidad en la toma de decisiones y eficiencia en el cumplimiento de los objetivos (Brume, 2019). Desde la planeación estratégica se encuentra la gerente general de negocios y bajo ella, personal de primera y segunda línea que tienen funciones desde la reserva, hasta la atención en el hotel y sus diferentes servicios. A continuación, se presenta el organigrama de la compañía en donde se evidencia el puesto jerárquico que se tiene como prácticamente.

**Figura 3. Estructura organizacional.**



Se evidencia la estructura de comunicación en el sitio de prácticas. Recuperado de Selina Operation Cartagena SAS (2022).

## **2.5. Aspectos económicos**

Para entender el alcance de la práctica dentro de la organización, es importante reconocer algunos aspectos tanto del contexto interno, como del contexto externos específicamente, aspectos económicos en los que se debe evidenciar un cambio o intervención significativa desde la práctica hacia la empresa. Para esto, a continuación, se evidencia el análisis del entorno macroeconómico de la compañía, logrando identificar la importancia del sector al cual pertenece en el desarrollo económico a nivel mundial y local.

### **2.5.1. Entorno macroeconómico**

El sector turístico a nivel mundial es un sector económico dinámico y lleno de oportunidades debido a la naturaleza de sus servicios. Según lo mencionado por González, Sánchez, Muñoz y Paulova (2016), el turismo es considerado uno de los sectores con más crecimiento a nivel mundial, pero también, uno de los más afectados dentro del ciclo de desarrollo económico, puesto que depende del auge económico en el que se encuentren los países de origen destino, y en la situación política, social, cultural, y ambiental que se viva.

Pese a esto, el entorno macroeconómico del sector turístico en el cual se desarrolla la empresa en la que se desarrolla la pasantía, ha crecido con el paso del tiempo. Para el año 1995, en países como España, el turismo tenía un promedio anual de 380 millones de turistas con ingresos por encima de 300 mil millones de euros; mientras que para el 2013, estas cifras ascienden a 1.100.000 millones de personas y un ingreso de 900 mil millones de euros (González, et ál., 2016).

Antes de la crisis vivida por la pandemia, el sector turístico en países como los estados unidos, aportaba un crecimiento de llegadas de turistas internacionales de un 5% para el 2018, es decir, una cifra de 1.400.000 millones de turistas internacionales llegando a Estados Unidos, y un

ingreso de exportaciones generadas por este sector económico de más de 1,7 billones de dólares haciendo que igualmente lo ingresos derivados por el gasto de los visitantes en el país sean del 4%, y estos, crezcan más rápido que la economía mundial como se evidencia en la siguiente gráfica (Organización mundial del turismo, 2019).

**Figura 4.** Ingresos del turismo internacional y PIB mundial (Porcentaje de variación), en estados unidos.



La figura 4 representa el porcentaje de variación del ingreso económico por turismo en Estados Unidos, comparado con el porcentaje de variación del crecimiento del PIB mundial o crecimiento de la economía mundial. Recuperado de: (Organización mundial del turismo, 2019, pág. 2).

En el mundo, el destino preferido por turistas internacionales es Europa seguido por Asia y el pacífico, luego los Estados Unidos de América, Oriente medio con un bajo porcentaje de 60 millones de visitantes extranjeros por debajo de los 710 millones de personas que visitan Europa

en el 2018, tal vez, por el conflicto civil y armado que vive este continente, pero junto con África tienen un porcentaje importante en aporte económico (Organización mundial del turismo, 2019).

### **2.5.2. Entorno microeconómico**

Colombia, ha sido catalogado como uno de los destinos turísticos más apetecidos a nivel internacional teniendo en cuenta la biodiversidad y su multiculturalidad comparándose con otros destinos internacionales como Cancún o Punta Cana (Corpoturismo, 2015). Además, el turismo es un sector importante y de gran contribución al crecimiento económico del país, especialmente ciudades como Cartagena en donde el desarrollo e inversión hotelera tiene una proyección importante después de la crisis sufrida por la pandemia por Covid-19. Esta inversión, viene a ser producto de diversos beneficios que se encuentran en la ciudad como espesor histórico, fiestas culturales, gastronomía, geografía, cultura, resiliencia de la ciudad, arquitectura del centro histórico, importancia de este lugar en la independencia de Colombia, entre otros aspectos (Ayuntamiento Cartagena, 2020).

De acuerdo al plan estratégico de turismo sostenible de Cartagena, este sector, es el que impulsa la ciudad, especialmente otros sectores de los que depende el 80% de los habitantes de la ciudad. Trabajadores ambulantes, hotelería, entretenimiento, gastronomía, entre otros, dependen del turista o del visitante (2020, p.6). Para esto, el sector se ve retado a diferentes acciones de mejoramiento no solo en la prestación del servicio, sino en el impulso de una renovación de un modelo turístico sostenible tanto para la ciudad, como para el empresario. Dentro de estos retos se encuentra la participación del ciudadano, el poder cohesionar diferentes nodos turísticos o atractivos de la ciudad para poder darle valor agregado a los servicios ofrecidos, el poder

rehabilitar, conservar y promover el reconocimiento de la importancia de la arquitectura de las calles del centro histórico, y que, en estas, actualmente se encuentran el hotel Selina Operation.

En este sentido, el sector económico turístico de la ciudad de Cartagena tiene enormes oportunidades de crecimiento porque es un destino turístico con grandes atractivos, pero esto, depende de la creatividad, innovación y estrategias de marketing que puedan desarrollar los empresarios para atraer personas a esta ciudad y generar el potencial económico que se espera en la ciudad y desde esta, el desarrollo del país.

## **2.6. Portafolio de productos y/o servicios de la empresa**

Su actividad principal se clasifica de acuerdo al código CIIU: 5519 (otros tipos de alojamientos para visitantes). Como actividad secundaria, el código es el CIIU 5511 (Alojamiento en Hoteles); entre otras actividades cuya clasificación es la 6820 (Actividades inmobiliarias realizadas a cambio de una retribución o por contrata) y 5630 (Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento) (DIAN, 2022). La empresa tiene varios servicios como el de alojamiento, surf, entre otras actividades de entretenimiento.

## **2.7. Aspectos del mercado que atiende la empresa**

A continuación, se hace mención a las variables que son importantes dentro del mercado y su desempeño dentro de la empresa. Esto, se realiza por medio de la matriz Ansoff en donde se identifican los productos que son importantes dentro del sector turístico y la importancia de estos dentro del mercado, logrando evidenciar la posición estratégica actual de la empresa y la estrategia que debería desarrollar frente a los productos que ofrece actualmente y las demandas del mercado.

La empresa Selina Operation Cartagena S.A.S ofrece además de alojamiento para el sector turístico, otros productos novedosos que los turistas pueden disfrutar durante su estadía en la ciudad de Cartagena. El alojamiento, aunque es el principal producto de esta empresa, no es el único, y le permite tener a la empresa una ventaja competitiva frente a otros hoteles de la ciudad.

Entre los productos novedosos que la empresa ofrece se encuentra el cowork, Food y Beverage representado por dos restaurantes denominados Corriente Latina y tacos la neta donde se ofrece comida colombiana y mexicana. Grab y Go, que son bocadillos rápidos, Tours y Transporte; Wellness y Retail. Todos estos servicios, pensando en las necesidades del turista.

Para esto el desarrollo de la matriz Ansoff se ubica cada uno de estos productos dentro de un cuadrante que significan lo siguiente según lo mencionado por (Armijos, et ál., 2020):

- Productos actuales y mercados actuales: Penetración de mercado.
- Productos actuales y mercados nuevos: Desarrollo de mercados.
- Productos nuevos y mercados actuales: Desarrollo de productos.
- Productos nuevos y mercados nuevos: Diversificación.

Debe tenerse en cuenta que los productos son nuevos e innovadores dentro del mercado del turismo, por lo tanto, se está ante productos nuevos y mercados actuales porque el turismo es un sector ya establecido. Por esto, en la figura 5 se observa que los productos se ubican dentro del cuadro de la estrategia Desarrollo de nuevos productos, que requiere de acciones para el mejoramiento de los productos.

**Figura 5.** *Matriz Anffoff.*

### 3. Cargo y funciones desempeñadas

A continuación, se presentan las funciones que fueron encomendadas a través del cargo de pasante en hotel administrativo. Con esto, se pretende identificar los puntos a evaluar al terminar la práctica con los respectivos resultados obtenidos en cada una de estas funciones encomendadas.

#### 3.1. Cargo desempeñado

Según la solicitud de prácticamente, el cargo a desempeñar dentro de la empresa Selina Operation Cartagena S.A.S fue de: Pasante en Hotel administration.

#### 3.2. Funciones asignadas

A continuación, se enuncian las funciones asignadas en el cargo por parte de la empresa Selina Operation Cartagena S.A.S. Se asigna una intensidad horaria de 48 horas semanales. 8 horas diarias de lunes a sábado. El inicio de las actividades se llevó a cabo el 01 de marzo del 2022.

**Tabla 1.** Listado de funciones y horas asignadas para el cargo de pasante en hotel administración.

Nombre de la Función	Horas por semana
Apoyo al gerente de localización en tareas administrativas.	2
Asistencia en la coordinación y presentación de reportes de fin de mes para la oficina corporativa.	12
Asistencia para la contabilización de los costos fijos.	8
Registro de las facturas en el informe diario y conciliación de las mismas en el sistema diariamente.	8
Manejo de ventas y reservas en el lugar.	6
Brindar apoyo en soporte de ventas.	1
Brindar apoyo en el área de marketing y operaciones al gerente de oficina.	2
Atención al cliente.	2
Apoyo en la planificación de eventos, comunicaciones internas y participación comunitaria de Cowork.	1
<b>Total</b>	<b>48</b>

### 3.3. Procesos, procedimientos y herramientas

Los procesos en donde se tiene un alcance dentro de la práctica empresarial son los procesos operativos y administrativos. En estos, se desarrollan diversas actividades o procedimientos para el cumplimiento de las funciones asignadas y así mismo, se utilizan herramientas como se evidencia en la siguiente tabla.

**Tabla 2.** Procesos, procedimientos y herramientas

Proceso Cargo	Proceso Operativo Personal de primera	Proceso administrativo Apoyo área administrativa
Rol a desempeñar	Persona encargada de varias actividades que le sean encomendadas dentro de la compañía. Con capacidad ingeniosa, creativa, curiosidad y	Persona encargada de apoyar las actividades administrativas, contables y logísticas; asegurando que se mantengan los controles necesarios

<b>Proceso Cargo</b>	<b>Proceso Operativo Personal de primera</b>	<b>Proceso administrativo Apoyo área administrativa</b>
	<p>ganas de aprender cosas nuevas en el día a día. Valora el cambio constante como uno de sus principales aliados y la creatividad como amiga le permite asumir distintos retos para aprender en cada una de las actividades realizadas.</p>	<p>para la satisfacción de las partes interesadas.</p>
Responsabilidades y procedimientos	<p>a) Brindar un servicio amable, acogedor y eficiente a todos los huéspedes con valores y en línea a garantizar la satisfacción del cliente como principal visión de la empresa.</p> <p>b) Asegurar una excelente experiencia de servicio al cliente realizando tareas de recepción, reuniones, atendiendo las necesidades de los huéspedes, siempre saludando con gentileza.</p> <p>c) Tratar las quejas de los clientes de manera eficaz, cortés y proporcionando soluciones tan pronto como sea posible.</p> <p>d) Mantener el área de recepción limpia y ordenada.</p> <p>e) Realizar tareas generales de oficina, incluida la revisión de correspondencia, correo electrónico, archivo, y asegurar el buen funcionamiento del área de recepción.,</p> <p>f) Realizar capacitaciones que se requieran como primeros auxilios, salud y seguridad y atención al cliente.</p> <p>g) Realizar cualquier otra tarea de Ad-hoc (trabajo de bar y restaurante), relevando estos puestos cuando sea necesario.</p> <p>h) Administrar el sistema general de caja menor de manera precisa.</p>	<p>m) Realizar cierre de caja del día anterior al iniciar la jornada laboral.</p> <p>n) Realizar inventario de las ventas de cowork.</p> <p>o) Elaboración y sistematización de facturas.</p> <p>p) Elaboración de pedidos de productos e insumos para cada uno de los servicios que presta la empresa.</p> <p>q) Realización de cotizaciones.</p> <p>r) Preparación de material para capacitaciones en aspectos como atención al cliente, enfoque al cliente, procesos y procedimientos en la prestación de servicios, entre otros.</p>

<b>Proceso Cargo</b>	<b>Proceso Operativo Personal de primera</b>	<b>Proceso administrativo Apoyo área administrativa</b>
	i) Interactuar con los clientes, tomar pedidos, servir bocadillos y bebidas. j) Cumplir con todas las normas sobre alimentos y bebidas. k) Ofrecer todos los servicios de Selina como recorridos, autobuses de enlace y alquileres a los clientes. l) Asegurar la mejor experiencia a todos los clientes.	
Requerimientos	s) Habilidades de servicio al cliente t) Aprendizaje rápido u) Experiencia previa en el trato con clientes. v) Capacidad para trabajar bajo presión w) Habilidades para resolver problemas x) Se requiere hablar idioma inglés.	y) Conocimientos administrativos y contables. z) Capacidad de resolución de problemas. aa) Persona organizada y responsable. bb) Se requiere hablar el idioma inglés.
Herramientas	cc) Computador dd) Internet	ee) Computador ff) Internet gg) Sistema Netsuite

#### 4. Marco conceptual y normativo

Teniendo en cuenta las funciones que fueron desarrolladas dentro del transcurso de la práctica, fue necesario tener en cuenta algunos conceptos teóricos que facilitaron el proceso de desarrollo y análisis de los resultados obtenidos. Entre algunos conceptos de estos, se encuentra la importancia de la contabilidad en la administración de los recursos organizacionales, el proceso administrativo, enfoque del servicio al cliente y además de esto, el marco normativo que se debe tener en cuenta en el cumplimiento de las funciones.

#### **4.1. Marco conceptual**

Atendiendo a cada uno de los objetivos específicos que se tendrán en cuenta dentro del desarrollo de la práctica y de acuerdo con las funciones encomendadas dentro del cargo desarrollado, se establecen algunos conceptos y fundamentos teóricos que son necesarios tener en cuenta para una correcta gestión. Entre ellos se encuentra lo que es y los conceptos manejados desde proceso administrativo, contabilidad, atención o servicio al cliente y ventas o marketing.

##### ***4.1.1. La contabilidad en la administración de los recursos organizacionales***

La contabilidad empresarial ha sido uno de los principales pilares en la administración de los recursos y la búsqueda de un crecimiento económico. La contabilidad y las finanzas son herramientas que les permiten a las empresas controlar sus ingresos y egresos cumplimiento con objetivos de utilidad financiera después de sus ejercicios (Soriano, 2010). Estas, con el paso del tiempo han estado soportadas por diferentes métodos matemáticos que han sido desarrollados por el ser humano con el objetivo de interpretar de manera numérica algunos conceptos como la rentabilidad (Quinche, 2006). La contabilidad dentro de las diferentes épocas del ser humano, ha sido fundamental en el control de los estados, las empresas y familias adineradas. Esta, ha estado relacionada con el capitalismo en donde se busca de manera clara y estratégica conocer la información financiera o los reportes del rendimiento del dinero en cada época. Las técnicas con las que estos reportes han sido o son generados van cambiando con el paso del tiempo según las necesidades del contexto (2006) . Un ejemplo de esto es la nueva aplicación de las NIIF en la contabilidad colombiana debido a la globalización y a la necesidades de una estandarización en los registros contables de las empresas que participan en la economía mundial como en el caso de las empresas de turismo que también deben registrar todos sus movimientos contables de acuerdo

a los principios y categorías establecidas en las NIIF, como normas de estandarización contable que tienen el fin único de hablar un mismo idioma alrededor del mundo en todas las empresas (Cardona, 2019).

Los ratios financieros o indicadores contables, surgen a través del tiempo por la necesidad que tenían los gerentes y administradores de entender en un solo indicador cuantitativo el estado de la organización (Mares, 2006). De esta manera, Mares (2006) considera que “considerado como una herramienta para el análisis histórico y actual de la empresa. Sin embargo, desde hace casi cinco décadas también se ha orientado como una herramienta proyectiva” (p.237). Es decir, el análisis financiero a través de los datos contables que hoy en día se presentan a través de las normas NIIF, pueden darle información clara al analista en riesgo financiero de la situación en la que actualmente se encuentra la empresa, pero también, una idea de lo que puede llegar a generarse dentro de ella al seguir con el comportamiento que se lleva (2006). Esto, además de permitir un análisis de los riesgos que se asumen, le permite de manera estratégica actuar para no asumir estos riesgos y poder lograr buenos resultados en las organizaciones.

#### ***4.1.2. Proceso administrativo y su enfoque en el mejoramiento continuo.***

El proceso administrativo tiene relación importante con las actividades propias de la administración de empresas o negocios internacionales. Este proceso, permite que las organizaciones además de prepararse para satisfacer las necesidades de sus clientes puedan atender a las demandas, amenazas y oportunidades que tienen dentro del sector externo en el que se encuentran (Cano, 2017). El proceso administrativo tiene un propósito estratégico dentro de las empresas porque no solo les permite cumplir con los deberes y obligaciones legales o normativas estipuladas por el gobierno o las entidades reguladoras, sino que permite crear fortalezas y

disminuir claramente las debilidades que surgen desde su experiencia para responder de forma efectiva a los retos del sector.

El proceso administrativo como su nombre lo indica, es la integración de diferentes fases que según teóricos como Fayol o Hampon mencionados por Cano (2017) podrían ser el control, la dirección, la organización, la planeación y esto, con respecto a las áreas funcionales básicas de una empresa. Para esto, es importante identificar la estructura organizacional de una empresa y la identificación de su contexto interno para una correcta gestión.

Adicional a esto, debe mencionarse que el proceso administrativo por medio de estas etapas de dirección, planeación y control tiene diferentes fines en las empresas. Uno de ellos es la promoción del cambio o la adaptación de la empresa a los cambios de contexto que se le presentan. Esto, debe ser una actividad importante, pues el sector turístico en Colombia y en el mundo, durante los últimos 3 años ha tenido retos importantes que del proceso administrativo que se lleve a cabo, depende la supervivencia o la sostenibilidad de las empresas de turismo. Es decir, que un buen proceso administrativo requiere de identificar continuamente las posibles amenazas o riesgos al que se enfrentan las empresas para generar estrategias de crecimiento y respuesta (Magallón, 2014).

Dentro de cada una de las etapas del proceso administrativo se cumplen actividades específicas, que deben tenerse en cuenta. Dentro del proceso de planeación, es importante el análisis situacional interno y externo, esto, para el diseño estratégico de acciones a corto y largo plazo para garantizar el cumplimiento de los objetivos y funcionamiento de todos los procesos. La planeación debe ser permanente, debe ser participativa, debe desarrollarse junto con todos los niveles directivos y operativos para encontrar oportunidades de mejora, debe siempre manejar un

enfoque estratégico con fines de mejoramiento continuo, debe ser flexible y debe garantizar un plan de seguimiento (Cano, 2017).

Seguido a la planeación estratégica, la dirección es una de las fases importantes para el desempeño de todos los procesos, esta actividad permite poner en marcha todos los procesos y actividades de la empresa, garantizando que se dispongan de los recursos para cumplir con todas las tareas planeadas. Entre los retos de la dirección, se encuentra la resolución de conflictos de tipo intrapersonal, interpersonal, persona-organización, interorganizacional e intergrupales. Su fin radica en la de solucionar los problemas que surjan en el proceso administrativo y garantizar que las actividades se lleven a cabo (2017).

Finalmente, el control y última actividad del proceso administrativo, permite que todo lo establecido por la planeación y la dirección se cumpla a cabalidad. Es decir, esta actividad es la que se ejecutara en la práctica con más rigurosidad teniendo en cuenta el alcance que esta tiene frente a las decisiones administrativas dentro de la empresa. El control entre otros objetivos, permite que por medio de herramientas de control como indicadores de medición, que genere una retroalimentación continua del desempeño de los procesos o actividades. Igualmente, permite que los procesamientos, estándares, procesos, actividades y servicios cumplan con lo establecido dentro de la planeación estratégica para garantizar la satisfacción del cliente y para garantizar el cumplimiento de los requisitos legales (2017).

#### ***4.1.2. Servicio al cliente***

El “servicio al cliente” ha sido uno de los aspectos más importantes y estratégicos para las organizaciones, pues es el cliente a quien va dirigido el servicio y producto y el quien decide a que empresa acudir o en donde comprar el producto. La importancia de la calidad del servicio al cliente

ha sido un tema de importancia desde el control interno de la organización pues de su satisfacción depende el cumplimiento de la proyección del flujo de caja y el cumplimiento de los objetivos financieros que sostienen las empresas (López, 2017).

Para lograr la satisfacción del cliente, se debe enfocar los procesos de las empresas hacia el cliente, es decir, dirigir todos los procesos bajo un enfoque al cliente que permita el cumplimiento de cada uno de los requerimientos de este (Dalongaro, 2014). Bajo este concepto es necesario hacer énfasis en los protagonistas de la calidad en la atención al cliente que estarían conformados por las estrategias organizacionales, la organización de los sistemas y la gente como se refleja en la figura No.6.

A continuación, se explica cada uno de los enfoques que se deben tener en cuenta dentro del triángulo del servicio al cliente.

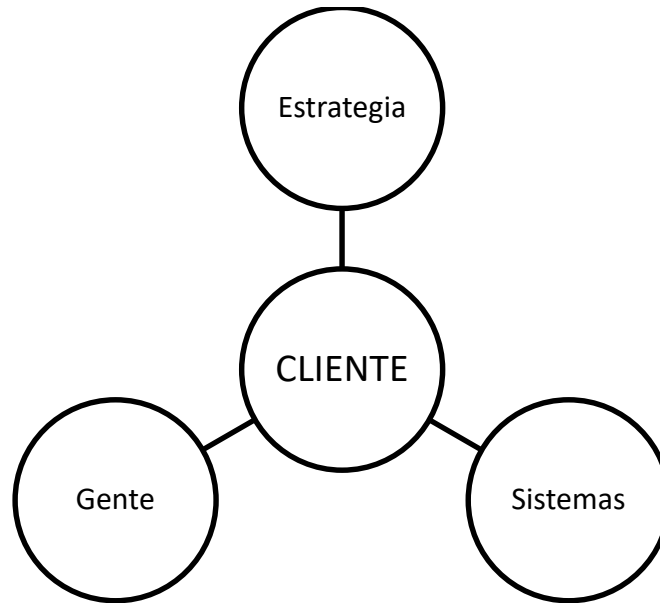
*Estrategia.* Está conformada por todas aquellas políticas y lineamientos que dirigen la empresa hacia la atención al cliente. Las estrategias que dirigen normalmente a las empresas hacia la atención al cliente están dirigidas por departamentos como el marketing que ajustan los productos, los costos, los precios y el servicio para lograr una mayor fidelización y atracción del cliente. Es decir, aunque este dirigida por los departamentos de marketing, son estrategias que se convierten en una cultura organizacional generalmente que perciben al cliente como el objetivo principal y estratégico dentro de la organización (Dalongaro, 2014).

*Los sistemas.* Hace referencia a los sistemas operacionales, tecnología y demás herramientas que se utilizan para atender al cliente (2014, p. 38).

*Gente.* Hace referencia a los factores organizacionales que hacen que los trabajadores sean efectivos ante la atención al cliente, como la buena autoestima, el clima organizacional, la educación y especialmente la satisfacción laboral que es fundamental en la motivación del

colaborador para atender de forma adecuada y optima las necesidades de los clientes (2014, p-38)

**Figura 6.** *El triángulo del servicio.*



Adaptado de (Dalongaro, 2014, pág. 9).

#### **4.2. Marco normativo**

El marco normativo del sector turístico y hotelero en Colombia parte desde la constitución política de Colombia en su artículo 52. En este, se menciona que el turismo y todos los servicios que dentro de él se encuentran son un derechos social y económico de los ciudadanos que permiten el desarrollo integral de las personas permitiendo el aprovechamiento del tiempo libre y especialmente un espacio de revalorización de la identidad cultural en donde es importante que cada servicio tenga la calidad necesaria para que encuentro este valor (Constitución Política de Colombia, 1991).

El turismo en Colombia es regulado por el ministerio de comercio, industria y turismo quien por medio del plan sectorial de turismo 2018 – 2022 establece las acciones que dentro de

este sector contribuyen al Plan nacional de desarrollo (PND) 2018-2022 de acuerdo a la ley 300 de 1996 que corresponde a la ley general de turismo donde se establecen algunos principios como: la concertación; la coordinación; la descentralización; la planeación; la protección al ambiente; el desarrollo social; la libertad de empresa; el desarrollo social económica y cultural, la calidad en el servicio y las garantías de un desarrollo sostenible. Esta misma ley, menciona todos los actores que conforman el sector turismo y que deben tenerse en cuenta para la formulación y evaluación de este proyecto, tales como el ministerio de desarrollo económico, entidades territoriales, consejo superior de turismo, consejo de facilitación turística, el comité de capacitación turística, entre otros; tanto de carácter público, como de carácter privado (Ley 300, 1996).

Además de esto, se expide la ley general de turismo permitiendo regular todas las conductas, obligaciones y derechos de las empresas prestadoras de los servicios turísticos y de recreación en el país, entre ellas, los hoteles o empresas de hospedaje. En su artículo 62, se mencionan aquellas personas jurídicas y naturales que hacen parte del servicio turístico en Colombia entre ellos, los hoteles, los establecimientos que ofrecen gastronomía, bares turísticos, empresas que ofrezcan transporte turístico, entre otros. Por esto, es una ley que debe ser revisada en el transcurso de la práctica, por su pertinencia en cuando brinda lineamientos legales que deben cumplirse por parte de la empresa en donde se realiza la práctica (Ley 300, 1996).

Esta ley, a su vez, es modificada por la ley 1101 de 2006 y la ley 1558 de 2012 en aspectos de incentivos para el fomento de esta actividad en el país; reconocimientos de calidad, organización del sector turístico, también, se consideran los hoteles y centros vacacionales como nuevos aportantes a la contribución parafiscal para promover este sector de la economía cuando sus ventas sean superiores a 50 smlmv con algunas excepciones (Ley 1101, 2006).

Además de estos, es muy importante el decreto 1074 de 2015 que es el decreto único reglamentario para el sector de comercio, industria y turismo en donde se mencionan los organismos de asesoría de la administración del sector, los organismos de control, las demás entidades vinculadas y todos los actores junto con sus obligaciones, responsabilidades, derechos y deberes (Decreto 1074, 2015).

Atendiendo a algunas problemáticas que se presentan en el sector turístico, se establecen leyes de protección a los derechos de las personas como la ley 679 de 2001 por la cual se expiden algunas normas o reglamentos para prevenir problemáticas como la explotación sexual, el turismo sexual de menores, entre otros. En el artículo 19 de esta ley, se prohíbe en los hoteles el ingreso de menores con fines de prostitución (Ley 679, 2001). En el decreto 1836 de 2021 se modifican algunos aspectos de este decreto con respecto a los operadores de plataformas electrónicas o que se vinculen con los servicios que se prestan por medio de las nuevas tecnologías, tendientes a prestar calidad en el servicio al usuario (Decreto 1836, 2021)

En la ciudad de Cartagena, la normatividad para el sector hotelero es muy rigurosa atendiendo a la importancia que tiene la ciudad para la economía nacional. Frente a esto, los establecimientos de este sector, deben atender a normas técnicas como la NTS 004 que corresponde a la norma técnica sectorial colombiana para establecimientos gastronómicos y bares por medio de requisitos que garantizan sostenibilidad por medio del programa de sostenibilidad en el que se evidencie el uso eficiente y ahorro de agua, energía, manipulación y uso de productos, manejo de residuos, manejo de impactos socioculturales, entre otros (Norma técnica Sectorial Colombiana 004, 2008).

Adicional a las normas que se tienen en cuenta dentro del cumplimiento de las actividades dentro de la empresa donde se lleva a cabo la práctica, se debe mencionar el Código de ética

profesional del negociador internacional, teniendo en cuenta que el título al que se aspira tiene unos derechos y obligaciones con respecto a los futuros profesionales dentro del campo de acción. Para esto, se tengan en cuenta el régimen disciplinario de las faltas contra la ética profesional atendiendo a lo que es la dignidad de la profesión, el decoro profesional, la lealtad profesional y la diligencia profesional (Consejo Profesional de Negocios Internacionales, 2006).

## **5. Aportes**

A continuación, se describen las problemáticas identificadas desde la práctica, especialmente, en lo que afecta la satisfacción del cliente teniendo en cuenta que el proceso en el que se realiza la mayoría de actividades de apoyo fue en el proceso operativo. Se describen las problemáticas identificadas y las contribuciones que se realizaron para mejorar la experiencia del cliente desde el concepto de calidad de servicio.

### **5.1. Propuesta de valor agregado a la empresa**

La propuesta de valor se identifica como el aporte que como practicante se pudo dejar en la organización para mejorar los procesos en los que se participaron a través de la observación de necesidades, la generación de ideas innovadoras que corrigieran esta situación y la estimación de resultados de las acciones implementadas.

#### ***5.1.1. Identificación de la situación problemática***

Durante la práctica desarrollada en el proceso operativo, se evidencio que una de las principales problemáticas estaba en el procedimiento de check-in pues el tiempo de espera que se le mencionaba al cliente para completar el proceso de check –in era de 10 minutos y en realidad

se demoraba 15 minutos por lo cual se estaba teniendo una diferencia de 5 minutos en cada procedimiento de check-in por persona, lo que generaba malestar entre los clientes y sobrecarga laboral para los empleados, puesto que la recepción se llenaba de personas, y la atención, debía ser mayor.

Una de las causas identificadas para esta problemática, es que el procedimiento de check-in, no era conocido por el cliente de forma oportuna, por lo que el cliente no tenía conocimiento que el pre check-in online tenía que hacerse minutos antes de su arribo a las instalaciones del hotel. Esto, sirvió para identificar que muchos de los procedimientos o servicios que estaban incluidos dentro del portafolio, no eran comunicados de forma efectiva entre los clientes y colaboradores, logrando analizar que los procesos de comunicación no eran eficaces, puesto que más de una vez, se evidencio que las quejas de los clientes frente a algunos servicios se tomaban personal entre el cliente y el colaborador y se llegaban a instancias de informalidad y discusión.

Además de las quejas o inconformidades de los clientes por las demoras en los procesos, o por el desconocimiento de algunos procedimientos en cada uno de los servicios, se evidencio incongruencias en el cierre del día (faltaba dinero/youchers), por lo que se debía a una mala comunicación entre los recepcionistas que habían estado a cargo de este puesto de trabajo durante el día. A esto, se le suma la falta de claridad en las responsabilidades de cada colaborados, puesto que, en el proceso operativo, existe un cargo en el que el personal debe apoderarse de varias actividades y tal vez no existen responsabilidades frente a estas.

### ***5.1.2. Contribución de conocimiento a la empresa***

Teniendo en cuenta la importancia del concepto de servicio al cliente y calidad del servicio en organizaciones del sector turístico y hotelero especialmente, se hizo énfasis en el triángulo del

servicio al cliente, donde los sistemas o procedimientos, la gente y estrategia del servicio, son importante para una satisfacción del cliente y una prestación del servicio con calidad y efectividad (Dalongaro, 2014).

Para esto se realizaron capacitaciones a las personas que cumplen actividades de recepción, explicándoles y dejando establecido el proceso de check-in y los tiempos que este implica o requiere como se evidencia en la figura 7. Además de esto, se realizó una capacitación con el objetivo de mejorar el servicio al cliente a través de actitudes y presentación personal adecuada. En la tabla 3 se evidencian los objetivos, contenidos, metodología y evaluación de la capacitación.

En esta actividad también se desarrolló un “one-one” entre las gerentes y el personal de recepción para poder aclarar las dudas e inquietudes del personal operativo, además de sus necesidades. Son reuniones enfocadas en la resolución de inconformidades, inquietudes y necesidades de los colaboradores y los jefes inmediatamente superiores (Communité Schools, 2015). Todo esto, para mejorar ante situaciones que surgen en recepción y están vinculadas a la atención y satisfacción del huésped.

**Tabla 3.** Descripción de la capacitación.

<b>Objetivo</b>	<b>Mejorar el servicio al cliente a través de actitudes, optimización de procesos e imagen de la empresa.</b>
Contenido	Desde la teoría del triángulo del servicio al cliente, se le menciona a los colaboradores sobre la importancia de la estrategia, de las personas y de la eficiencia de los sistemas o procesos desarrollados. Desde estos 3 aspectos, se establecieron normas para el mantenimiento del puesto de trabajo, las responsabilidades y funciones de cada cargo (repcionista, guardia de seguridad), la importancia de la escucha activa hacia el cliente y la atención a PQRS de los clientes.
Metodología	Capacitación y reuniones one-one. Se inició la presentación de las diapositivas elaboradas para esta actividad que se evidencian en el Apendice B. Después de que se presentaron las diapositivas y se explicó cada uno de los aspectos allí mencionados, se dio paso a preguntas del personal asistente las cuales fueron resueltas por los gerentes presentes y la practicante.

<b>Objetivo</b>	<b>Mejorar el servicio al cliente a través de actitudes, optimización de procesos e imagen de la empresa.</b>
	Después de esto, inicio una reunión one-one entre las gerentes asistentes y los colaboradores para aclarar aspectos en conflicto.
Evaluación	La metodología de evaluación fue por medio de preguntas que se realizaron al finalizar la reunión o capacitación.

**Figura 7.** *Capacitaciones realizadas al personal de Selina Operation*



### **5.1.3. Impacto desde los resultados y/o logros.**

Uno de los principales impactos se evidencio en la satisfacción del cliente. Al comunicarle al cliente el procedimiento adecuado para su arribo a las instalaciones de la empresa, este, empezó a llegar con el pre check-in ya realizado y se pasó de un tiempo de espera de 15 minutos, a un tiempo de espera por persona de 8 minutos lo que fue satisfactorio tanto para el cliente, como para la alta dirección.

Desde las acciones que se llevaron a cabo, se llegó a la conclusión de la que empresa tenía que hacer una reestructuración de su personal, de acuerdo a sus competencias profesionales y personales. Actualmente, la empresa está haciendo cambios en la estructura organización por

medio de la contratación de personal nuevo con habilidades interpersonales, competencias comunicativas y énfasis en el servicio al cliente.

## **5.2. Aportes de la empresa al proceso formativo**

Por medio de la práctica desarrollada, se ha podido identificar que lo más importante para una empresa u organización, especialmente del sector hotelero o turístico es la satisfacción del cliente. Frente a esto, se deben desarrollar los procesos, herramientas, servicios, atenciones necesarias, para que cada una de las necesidades de los clientes sean satisfechas de una manera efectiva e innovadora, además de asequible económicamente para el cliente y para generar competitividad dentro del sector. Además de esto, se adquirió conocimiento en la práctica sobre los registros contables, movimientos financieros y demás trámites que debe manejar la administración para gestionar los recursos financieros, físicos y humanos de una empresa.

## **6. Conclusiones y recomendaciones**

Teniendo en cuenta que el objetivo general de la práctica era contextualizar los saberes adquiridos a través del proceso de formación en un mercado real de comercio turístico e internacional, fue factible la adquisición de experiencia profesional puesto que se me permitió la participación y el apoyo a los procesos administrativos, contables, área de marketing y atención al cliente de la empresa. Cada uno de los objetivos específicos de la práctica fueron factibles, no solo por el conocimiento o competencias que fueron adquiridas en la universidad, sino por la disposición de la empresa y la confianza brindada para la ejecución de estas funciones y cumplimiento de estas metas.

Con esta disposición de la empresa, al confiar muchos de los procesos administrativos durante la ejecución de la práctica, se logró influir de manera positiva en la ideación de estrategias para la mejora de la atención al cliente. Por medio de capacitaciones, compromisos con los colaboradores, desarrollo de conciencia y mejoras en la comunicación con el cliente y entre los empleados, se logró dar un valor agregado a la práctica, en donde no solamente se contextualizaron saberes, sino se brindó un conocimiento a la empresa para mejorar sus procesos de atención y servicio al cliente. Con esto, la empresa ubicada en la ciudad de Cartagena demostró mejora continua y su imagen ante el cliente y posicionamiento estratégico en el mercado también se vio beneficiada.

Como recomendaciones finales, se hace necesario mencionar que los futuros profesionales que realicen prácticas en empresas del sector turístico de Cartagena, pueden realizar un análisis de mercados de necesidades de clientes internacionales, puesto que la mayoría de clientes que llegan al sector en donde se ubica la empresa Selina Operation Cartagena son del exterior y tienen necesidades específicas que podrían ser satisfechas con ideas innovadoras y que produzcan valor a la empresa en la ciudad de Cartagena.

### Referencias

- Armijos, L., Aymara, V., Y Rojas, J. (2020). Matriz de producto/Mercado de Ansoff: Una revisión bibliográfica en latinoamerica (2008-2018). Obtenido de [http://tambara.org/wp-content/uploads/2020/04/Matriz-de-producto-mercado-de-Ansoff\\_Armijos\\_Aymara\\_Rojas.pdf](http://tambara.org/wp-content/uploads/2020/04/Matriz-de-producto-mercado-de-Ansoff_Armijos_Aymara_Rojas.pdf)
- Ayuntamiento Cartagena. (2020). Plan estratégico de turismo sostenible de cartagena. Obtenido de <https://www.cartagena.es/gestion/documentos/52469.pdf>
- Brume, M. J. (2019). Estructura organizacional. Obtenido de <https://www.itsa.edu.co/docs/ESTRUCTURA-ORGANIZACIONAL.pdf>
- Cano, C. A. (2017). La administración y el proceso administrativo. Obtenido de <https://ccie.com.mx/wp-content/uploads/2020/04/Proceso-Administrativo.pdf>
- Cardona, F. A. (2019). *Evolución e impacto de las normas internacionales de informacion financiera en las organizaciones*. Universidad Militar nueva granada. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/17084/AguirrePinedaGladysPatricia2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Communitate Schools. (2015). Reuniones de Uno a Uno. Obtenido de <http://www.nyccej.org/wp-content/uploads/2015/10/OneonOneGuidelinesSpanish.pdf>
- Consejo Profesional de Negocios Internacionales. (2006). CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL DEL NEGOCIADOR INTERNACIONAL. Obtenido de [https://www.fumc.edu.co/wp-content/uploads/resoluciones/arc\\_2700.pdf](https://www.fumc.edu.co/wp-content/uploads/resoluciones/arc_2700.pdf)
- Constitución Política de Colombia. (1991). Obtenido de <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ConstitucionPoliticaColombia-1991.pdf>

Corpoturismo. (2015). Retos y realidades. El sector turístico en Cartagena de indias. Obtenido de <https://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2016/06/sector-turistico-de-cartagena.pdf>

Dalongaro, R. C. (2014). La satisfacción del cliente con el supermercadismo en áreas de frontera. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/5116/511651380005.pdf>

Decreto 1074. (2015). Sector Comercio, Industria y Turismo. Obtenido de [https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma\\_pdf.php?i=76608](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=76608)

Decreto 1836. (2021). Por el cual se modifica y adiciona el Título 4 de la Parle 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015. Obtenido de [file:///D:/Downloads/DECRETO\\_1836\\_DEL\\_24\\_DE\\_DICIEMBRE\\_DE\\_2021.pdf](file:///D:/Downloads/DECRETO_1836_DEL_24_DE_DICIEMBRE_DE_2021.pdf)

DIAN. (2022). Código CIU 5519 Actividades Económicas DIAN. Obtenido de <https://dian-rut.com/codigo-ciu/5519/#:~:text=El%20C%C3%B3digo%20CIU%205519%20incluye&text=Los%20servicios%20de%20alojamiento%20en,de%20proporcionar%20otros%20servicios%20complementarios.>

González, J. L., Sánchez, I. M., Muñoz, D. B., Y Paulova, N. (2016). El turismo a nivel mundial. Obtenido de <file:///D:/Downloads/Dialnet-ElTurismoANivelMundial-5665915.pdf>

González, R. (2021). Impacto laboral por la pandemia Covid-19 en el sector turístico de Cartagena de Indias. Obtenido de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/20037/Impacto%20laboral%20por%20la%20pandemia%20covid-19%20en%20el%20sector%20tur%C3%ADstico%20de%20Cartagena%20de%20Indias.pdf?sequence=1>

Hostelscentral. (2021). Selina Cartagena. Obtenido de <https://www.hostelscentral.com/es/hostels/colombia/cartagena/selina-cartagena>

Ley 1101. (2006). Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones. Obtenido de <https://www.camarabaq.org.co/wp-content/uploads/2019/08/ley1101de2006.pdf>

Ley 300. (1996). Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones. *Congreso de la Republica*. Obtenido de [https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma\\_pdf.php?i=8634](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=8634)

Ley 679. (2001). por medio de la cual se expide un estatuto para prevenir y contrarrestar la explotación, la pornografía y el turismo sexual con menores. Obtenido de [http://www.oas.org/juridico/spanish/cyb\\_col\\_ley\\_679\\_2001.pdf](http://www.oas.org/juridico/spanish/cyb_col_ley_679_2001.pdf)

Magallón, L. (2014). Análisis estratégico de una empresa. Obtenido de <https://zagan.unizar.es/record/16333/files/TAZ-TFG-2014-1669.pdf>

Mares, A. I. (2006). *Una perspectiva sobre la evolución en la utilización de las razones financieras o ratios*. Barranquilla: Universidad del Norte. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/646/64602108.pdf>

María Elvira López. (2017). Importancia de la calidad del servicio al cliente. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>

Ministerio de Comercio. (2022). En 2022 el sector turismo pasará de la reactivación al crecimiento sostenido": ministra de Comercio, Industria y Turismo. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/en-2022-el-turismo-pasara-al-crecimiento-sostenido>

Norma técnica Sectorial Colombiana 004. (2008). Establecimientos gastronómicos y bares. requisitos de sostenibilidad. Obtenido de file:///D:/Downloads/normas\_tecnica\_NTS\_-TS\_004.pdf

Organización mundial del turismo. (2019). Panorama del turismo internacional. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>

Quinche, F. L. (2006). *Historia de la Contabilidad: Una revisión de las perspectivas tradicionales y críticas de historiografía*. Bogotá. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/909/90900110.pdf>

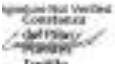
Robbins, S., Y Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional*. Retrieved from <http://ebooks7-24.ezproxy.uniminuto.edu:8000/onlinepdfjs/view.aspx>

Soriano, J. (2010). *Introducción a la contabilidad y las finanzas*. Obtenido de <https://webooks.co/images/team/academicos/contabilidad/pdfuniversales/12.introduccion-a-la-contabilidad-y-las-finanzas-1edioriolamat-161007032622.pdf>

Yopan, J. L., Gómez, N. P., Y Santos, J. R. (2020). Cultura organizacional. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5886/588663787016/588663787016.pdf>

## Apéndices

### Apéndices A. Certificado de Cámara de Comercio de la empresa.

	Cámara de Comercio de Bogotá Sede Virtual
<b>CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL</b>	
Fecha Expedición: 11 de enero de 2022 Hora: 15:04:16 Fecha No. 462263134 Valor: \$ 6,100	
CODIGO DE VERIFICACION A3D02B36822F8	
<p>Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a <a href="http://www.ccb.org.co/certificadoselectronicos">www.ccb.org.co/certificadoselectronicos</a> y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 90 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.</p>	
<p>LA MATRÍCULA MERCANTIL PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS. RENUEVE SU MATRÍCULA MERCANTIL A MAS TARDAR EL 31 DE MARZO Y EVITE SANCIONES DE HASTA 17 S.M.L.M.V.</p>	
<p>CON FUNDAMENTO EN LA MATRÍCULA E INSCRIPCIONES EFECTUADAS EN EL REGISTRO MERCANTIL, LA CÁMARA DE COMERCIO CERTIFICA:</p>	
<b>NOMBRE, IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO</b>	
Razón social:	SELINA OPERATION CARTAGENA S A S
Nit:	901.069.573-4 Administración : Direccion Seccional De Impuestos De Bogotá, Regimen Comun
Domicilio principal:	Bogotá D.C.
<b>MATRÍCULA</b>	
Matricula No.	02798724
Fecha de matrícula:	28 de marzo de 2017
Último año renovado:	2021
Fecha de renovación:	24 de marzo de 2021
Grupo NIIF:	GRUPO II
<b>UBICACIÓN</b>	
Dirección del domicilio principal:	Calle 103 12 34
Municipio:	Bogotá D.C.
Correo electrónico:	josel@selina.com
Teléfono comercial 1:	3115325615
Teléfono comercial 2:	3115325615
Teléfono comercial 3:	No reportó.
Dirección para notificación judicial:	Cll 95 # 13 35 Torre A
Municipio:	Bogotá D.C.
Correo electrónico de notificación:	josel@selina.com
Teléfono para notificación 1:	2170800
Teléfono para notificación 2:	No reportó.
Teléfono para notificación 3:	No reportó.
Página 1 de 12	
	

Apéndices B. Diapositivas presentadas en capacitación.



## Espacio

Mostrador limpio, computadoras, codificador de llaves, datafono\*, caja\*, musica (+9am), Tv's, tabla WD, impresora\*, manillas, hojas de registro, lapiceros, Qr check in.

Minorista A, B o C; con productos de conveniencia detrás de la recepción

T&T – GRAB & GO

• Área de asientos blandos para que los invitados esperen

• Agua de frutas en el mostrador

• Tarjeta de comunicación de programación

- Mascotas únicamente en habitaciones privadas \$40.000 COP
- Las horas de silencio de 12 a.m. a 7 a.m.
- No se permiten alimentos ni bebidas en dormitorios.
- No se permite fumar dentro de la habitación ni en zonas comunes (multa aplicable de \$200 USD).
- Los huéspedes de las habitaciones comunitarias siempre deben colocar la tarjeta de cama en la que corresponde (10 días).
- Los huéspedes menores de 18 años no son permitidos en dormitorios, para habitación privada deben estar acompañados por lo menos por un adulto con autorización escrita y notariada de los padres.
- Los huéspedes deben firmar física o digitalmente la Tarjeta de registro y reconocer los términos y condiciones específicos + revisar sello de ingreso al país.
- La tarjeta de registro se aplica individualmente e independientemente de si el huésped ya se ha quedado con nosotros en otra propiedad.
- Selina no se hace responsable de las pertenencias personales que se dejan desatendidas en la habitación y/o zonas comunes. (No se reciben pertenencias en la recepción - Únicamente seguridad)
- Se debe cumplir con la política de lavandería respectiva y firmar el acuerdo respectivo.
- Se permiten huéspedes adicionales en Selina, siempre que la categoría no exceda la capacidad recomendada y se llene la hoja de registro.
- Todos los huéspedes deben identificarse con el brazalete respectivo de la locación

POLÍTICA DE HOSPEDAJE

## SOP (Standard Operating Procedures) Apertura turno AM



- Revisar check list Turno AM
- Recibir la información de parte de Seguridad o del Recepcionista del Turno Nocturno.
- Actualizar listado de desayunos en base a novedades de la madrugada y enviar.
- Contar dinero en la caja registradora.
- Inicie sesión en Winks.
- Abra la caja registradora con la cantidad de dinero designada por la locación.
- Verifique los recordatorios, el libro de registro y los huéspedes internos y endeudados.
- Revisar Check ins del día de hoy y reservas pre-registradas
- Enviar reporte de ocupación, colive, mascotas, actividades del día
- Preparar todos los artículos necesarios para los Check ins, verifique que tiene todas las llaves, que los datafonos funcionan perfectamente y tienen suficiente papel y efectivo para devolver depósitos.
- Verifique el informe de mantenimiento e imprímalo si es necesario (Logbook)

## SOP (Standard Operating Procedures)

Apertura turno AM

- A lo largo del turno, recuerde siempre devolver los depósitos, cobrar a los huéspedes que deban dinero y completar las cajas.
- Cobra todo en el registro y antes de hacer el check in de un huésped.
- Todas las cajas deben estar listas a las 11 de la mañana.
- Actualice activamente el módulo de limpieza en Winks.
- Realizar inspección física de check outs 11:30 AM
- No olvides anotar cada acontecimiento importante/relevante en la bitácora, para crear todos los recordatorios y comentarios para que la comunicación sea fluida y efectiva.
- Se recomienda hacer un "pre-cierre" una hora antes de cerrar y cierre de la caja registradora media hora antes de finalizar el turno para verificar si todos los números de la caja física suman con los números de Winks.
- Cierra la caja registradora y asegúrate de hacerlo siempre bien y deja la misma cantidad que tenías al principio. Cerrar datafonos e imprimir reporte de ingresos.



## SOP (Standard Operating Procedures) Apertura turno PM



- Revisar check list Turno PM
- Revisar la cantidad de dinero en Caja versus el total de efectivo que se tiene (verificar que se tenga suficiente cambio en efectivo)
- Revisar el Logbook
- Iniciar sesión en Winks y abrir caja
- Recibir todos los artículos necesarios para los Check ins preparados por turno AM
- Revisar que todos los huéspedes hayan hecho Check out
- Iniciar sesión en el correo electrónico de la recepción
- Revisar y rectificar el estado de limpieza de las habitaciones en winks
- Limpiar el espacio de la recepción
- Empezar turno

## SOP (Standard Operating Procedures) Cierre turno PM



- Actualizar logbook con cualquier información nueva
- Cerrar Caja
- Cerrar terminal de Tarjeta de Crédito
- Imprimir el Reporte de Ingresos de Winks
- Asegurarse de que los cargos totales en efectivo y en las tarjetas de crédito coincidan con el Reporte
- Colocar el Reporte, el efectivo y los comprobantes de la tarjeta de crédito en un sobre que contenga la fecha, el nombre de la recepcionista, el tipo de turno y los montos totales
- Depositar el sobre en una caja de seguridad
- Realizar listado de desayunos del día siguiente y organizar la grilla para extensiones
- Cerrar sesión en Winks
- Apagar el equipo
- Poner al día a la siguiente persona de seguridad con respecto a cualquier información nueva y Check in pendientes
- Tomar toallas sucias y llevarlas a la lavandería
- Limpiar el espacio de la recepción

### Tareas De Recepcionista PM

- Imprime la lista de Check Ins pendientes con nombre, número de habitación y cantidad de huéspedes.
- Entregar la lista al guardia de seguridad.
- Entregarle las llaves, pulseras y tarjetas de cama llenas (si la reserva es en un Dorm).
- Confirme con el guardia de seguridad si hay un saldo pendiente en la reserva. Esto será conocimiento general solamente.
- Tenga en cuenta que ningún miembro del personal de seguridad puede manejar efectivo para cubrir ningún tipo de pago de la reserva (cargos de alojamiento y no alojamiento).

SERVICE FOR LATE CHECK IN



### Tareas De Guardia De Seguridad

- Cuando llegue el huésped, confirme su información a través de la lista de Check-Ins proporcionada por la recepcionista.
- Una vez confirmada su reserva, entregar la llave, pulseras y tarjetas de cama al huésped
- Acompañar a los invitados a la habitación.
- Si es posible, infórmeles sobre acontecimientos adicionales en el área.
- Invite a los huéspedes a hacer un Check-in formal, finalizar detalles o pagos por la mañana en Recepción.
- Dé la bienvenida al huésped y esté disponible en caso de que requiera algo adicional.
- Actualice a la recepcionista de AM con todo lo que pasó con los invitados: quién llegó, quién no y cualquier requerimiento especial, comentario o necesidad informada por el invitado durante la interacción nocturna.

SERVICE FOR LATE CHECK IN



**Tareas De Recepcionista AM**

- Confirmar cualquier requerimiento pendiente con el Guardia de Seguridad
- Verifique los saldos pendientes de ayer y notifique a su Supervisor para que proceda con el seguimiento del huésped
- Continúe su turno como se indica

SERVICE FOR LATE CHECK IN

**Tareas De Recepcionista PM**

- Actualice al equipo de seguridad o recepcionista nocturno con respecto a los huéspedes que informaron previamente un check out temprano.
- Verifique dos veces que no haya pagos pendientes de las reservas de Check Out.
- En caso de encontrar saldos pendientes, cargue la Reserva:
- Si está utilizando su TPV habitual, cargue la tarjeta proporcionada siguiendo el procedimiento habitual. Igual que si se cobrara en efectivo.
- Asegúrate de no dejar cuentas pendientes de cobrar antes de finalizar tus turnos.
- Presta especial atención a aquellas reservas con cuentas Cashless activas. Como esta debe ser la prioridad de cobrar por adelantado.
- En caso de que no pudiera cargar todos los saldos pendientes de las reservas de Check Out, proporcione la lista al equipo de Seguridad y a su GM.
- Proporcione la lista completa de Check Out para el día siguiente al equipo de Seguridad.
- Continúe cerrando su turno según el PM SOP.

SERVICE FOR EARLY CHECK OUT

**Tareas De Guardia De Seguridad**

- Reciba la lista de huéspedes potenciales que requieren un Early Check Out y la lista general de Check Out .
- Reciba los detalles de los saldos pendientes.
- Recibir la llave de la habitación, toalla (si aplica).
- Confirmar el nombre de cada huésped y saldos pendientes.
- En ningún caso podrá cobrar en efectivo la reserva. Sin embargo, si el huésped tiene una tarjeta de crédito o débito válida, proceda a cargar el saldo. Guarde el cupón y entrégueselo a la recepcionista de la mañana por la mañana.
- Si la opción anterior no funciona, solicite detalles de contacto adicionales para que luego el equipo de Contabilidad y Ubicación proceda con esta tarea.
- Actualizar a recepcionista AM con todos los Check Outs o late Check Ins realizados en la noche.
- En caso de que exista un saldo pendiente de los huéspedes, la recepcionista deberá verificarlo y cobrarlo en consecuencia.

SERVICE FOR EARLY CHECK OUT



### PROCESO DE CHECK-IN (RESERVA NO ENCONTRADA EN WINKS)



- Dé la bienvenida al huésped
- Pregunte si tienen una reserva, en caso afirmativo pida su pasaporte o identificación y haga una copia.
- Si la reserva no se encuentra en la red, tiene tres opciones:
- Primera. con el apellido de la persona, pedir al huésped que muestre su carta de confirmación.
- Segunda. Si no tienen la carta de confirmación, proceda a pedirles la carta de confirmación de la OTA y verifique los datos y el pago a cobrar
- Tercera. Ir a Sincronización de Reservas y buscar allí la reserva.
- Si la información se encuentra y es correcta, y se consigue llevar la reserva a la red, proceda a cargar el saldo.
- Si no se encuentra la información, llame al supervisor de habitaciones y pídale que entre en la extranet. Si la reserva está activa, contacte con el Departamento de Reservas y pídale que vuelvan a sincronizar la reserva.
- Después de que la reserva aparezca en Winks, proceda con el proceso regular.
- Es obligatorio tener los datos completos y correctos: Nombre completo, país, número de teléfono y correo electrónico.
- Pida al huésped que complete la tarjeta de registro.
- Explique la política de no fumar y las tarifas.

### PROCESO DE CHECK-IN (RESERVA NO ENCONTRADA EN WINKS)



- Dé información sobre los eventos del día de llegada y los próximos.
- Informe al huésped sobre T&T y su locación.
- Entregue una tarjeta de cama a los huéspedes que se registren en los dormitorios, y complete sus datos, explique que solo pueden utilizar una cama.
- Revise y explique el depósito de la reserva si es aplicable
- Explique y cobre el depósito de llaves de 5 dólares (solo en las habitaciones comunitarias)
- Ofrezca el alquiler de toallas y explique el depósito/pago (solo en las habitaciones comunitarias)
- Cobre un depósito de 5 dólares y una tasa de 1 dólar por el uso
- Dé información sobre el horario de recepción y realice el Check in en el sistema.
- Dé el horario y el costo del desayuno.
- Recuerde a los huéspedes la hora de check out y cómo ampliar la reserva si es necesario
- Verificar la hora de salida y el cargo extra
- Aplique el pago total
- Entregue al huésped una pulsera y explíquele el propósito.

### PROCESO DE AUDITORIA NOCTURNA

- Ejecute el proceso de Cierre del día en Winks
- Asegúrese de que no hayan Check Ins o Check Outs pendientes
- Cerrar caja con pagos previos
- Cerrar la terminal de Tarjeta de Crédito
- Imprimir el Reporte de Ingresos de Winks
- Asegurarse de que el efectivo total y los cargos con Tarjeta de Crédito coincidan con el reporte de Winks
- Colocar el reporte, el efectivo y los comprobantes de Tarjeta de Crédito en un sobre .
- Depositar el sobre en la caja fuerte
- Comparar el cierre total de todos los turnos del día con el Reporte Financiero de Winks
- Realizar el Proceso de Conciliación con cada una de las reservaciones que aplique
- Asegurarse de que todas las reservas tengan la Carta de Registro con la información completa
- Asegurarse que a todas las reservas se les haya emitido una factura
- Asegurarse de que toda la información sobre los huéspedes extranjeros se ingrese en el sistema migratorio
- Revisar todas las reservas del día siguiente y re-organizarlas basándose en las prioridades



## SERVICIO AL CLIENTE TIPS



- Escucha atenta, recolecta información
- El huésped me necesita
- Conoce a tu cliente. Un cliente en un restor de playa espera cosas distintas que un viajero de negocios. Conocer y satisfacer esas expectativas es el primer paso para crear clientes fidelizados.
- Atiende rápidamente las quejas de los clientes. Atenderlas rápido y eficaz es un paso fundamental para medir la satisfacción del cliente.
- La presencia digital del hotel. Por eso, las webs más ágiles y cuidadas en el aspecto visual captan la atención del cliente.
- Somos personajes
- Como escalar un caso



## CÓMO LIDIAR CON LAS QUEJAS

- Escucha activa, contacto visual.
- Mantén la calma y comprende que no es un ataque personal. Es una oportunidad para hacerlos felices y mejorar la experiencia.
- Ten en cuenta tu lenguaje corporal.
- Ponte en el lugar de los huéspedes, empatiza y confirma que entiendes por qué se sienten así.
- Haga las preguntas necesarias para comprender mejor la situación y mostrar interés en el problema del huésped.
- Asegúrese al huésped que hará todo lo que esté a su alcance para resolver el problema, evite transferir el problema a otro conector y resuélvalo usted mismo de inmediato.
- Cuando la solución no esté dentro de su alcance, presente su gerente general o supervisor de cuarto al huésped.
- Ofrecer la mejor solución real o provisional posible a su problema y / o compensación por los inconvenientes causados.
- Haga un seguimiento después de proporcionar la solución sobre cómo se sienten y si el resto de su estadía va bien.
- Asegúrese que pueden venir a hablar con usted en cualquier momento.
- Siempre tome la iniciativa de compartir los comentarios y las quejas internamente y coordine las acciones necesarias para mejorar la experiencia de los futuros huéspedes