

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
RANCHÓN DEL MAPORAL



NICOLAS ANTONIO ORREGO NIETO



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2022

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
RANCHÓN DEL MAPORAL

NICOLAS ANTONIO ORREGO NIETO

Informe final de práctica presentado como requisito para optar al título de profesional en
Negocios Internacionales

Asesor

MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE

Magister en Educación

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2022

Autoridades académicas

P. José Gabriel MESA ANGULO, O.P

Rector General

P. Eduardo GONZÁLEZ GIL, O.P

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O.P

Rector Sede Villavicencio

P. Rodrigo GARCIA JARA, O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Adm. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Doc. ERNESTO JOSÉ CAMARGO HERNÁNDEZ

Decano Facultad de Negocios Internacionales

Agradecimientos

Culminar mis estudios en Negocios Internacionales es un logro muy grande para mí, el cual no sería posible sin el apoyo incondicional de mi familia, especialmente el de mi madre y hermanas, quienes me brindaron en todo momento una voz de aliento, y a las cuales me gustaría dar mis más profundos agradecimientos.

Quiero dar las gracias a la Universidad Santo Tomás de Aquino, al decano de la facultad de Negocios Internacionales, Ernesto José Camargo y los demás docentes que me acompañaron y brindaron todos sus conocimientos para culminar mis estudios de manera satisfactoria, además de convertirse en ejemplos a seguir. A Martha Ximena Silva, quien asesoro y apoyo durante este proceso.

Por ultimo agradezco al Ranchón del Maporal por brindarme la oportunidad de llevar mis conocimientos a la práctica y dejarme ser parte de su equipo de trabajo, y contribuir de manera significativa a su crecimiento y evolución. A Cristhian Sánchez, gerente, quien puso a mi disposición toda sus experiencia, y estuvo presente ante cualquier duda o sugerencia, contribuyendo a mi desarrollo personal y laboral.

Contenido

	Pág.
Resumen	8
1. Objetivos	11
1.1. Objetivo General	11
1.2. Objetivos específico	11
2. Perfil del Ranchón del Maporal	12
2.1. Ubicación	12
2.2. Misión	12
2.3. Visión	13
2.4. Organigrama.....	13
3. Servicios y Productos Ofrecidos	15
3.1. Restaurante	15
3.2. El Garden	15
3.3. La Cantina	16
4. Aspectos generales de la pasantía	18
4.1. Nombre del Cargo	18
4.2. Área de trabajo	18
4.3. Funciones del Cargo.....	18
4.4. Actividades Realizadas	19
5. Aportes profesionales por parte del estudiante	21
Conclusiones	22
Referencias bibliográficas	23

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Ubicación El Ranchón del Maporal en Villavicencio	12
Figura 2. Estructura Organizacional del Ranchón del Maporal.....	14
Figura 3. El Restaurante, Ranchón del Maporal.	15
Figura 4. Escenario del Garden, Ranchón del Maporal.	16
Figura 5. La cantina, Ranchón del Maporal.....	17
Figura 6. Pieza publicitaria del evento WHITE PARTY.....	19
Figura 7. Muestra de reel hecho para Instagram para el evento PROYECTO Z.....	20

Glosario

Valor agregado: El valor agregado es la característica extra que un producto o servicio ofrece con el propósito de generar mayor valor dentro de la percepción del consumidor. Este término puede ser el factor determinante entre el éxito o el fracaso que una empresa tenga, debido a que se encarga, también, de diferenciarla de la competencia. (Mercadotecnia Publicidad Marketing Noticias, 2017)

Redes sociales: Servicio de la sociedad de la información que ofrece a los usuarios una plataforma de comunicación a través de internet para que estos generen un perfil con sus datos personales, facilitando la creación de comunidades con base en criterios comunes y permitiendo la comunicación de sus usuarios, de modo que pueden interactuar mediante mensajes, compartir información, imágenes o vídeos, permitiendo que estas publicaciones sean accesibles de forma inmediata por todos los usuarios de su grupo. (Penguin, William, 2019)

Marketing digital: El marketing digital es todo tipo de estrategia de venta de un producto o servicio que una empresa, marca o particular lleva a cabo en un mercado un entorno digital. (Peiró, 2019)

Marketing experiencial: El marketing experiencial es una estrategia de marketing que consiste en generar una serie de estímulos que provoquen una experiencia positiva y memorable en la mente del consumidor. (Quiroa, 2022)

Emprendimiento: Es la acción de crear un negocio o negocios con el objetivo de generar ganancias. Sin embargo, esta definición básica de lo que es el emprendimiento, no abarca todas las posibilidades existentes para los emprendedores. La definición más moderna de emprendimiento también incluye el transformar el mundo resolviendo grandes problemas, iniciando un cambio social, creando o vendiendo un producto innovador. (Gerencie.com, 2022)

Innovación: Proceso que introduce novedades y que se refiere a modificar elementos ya existentes con el fin de mejorarlos, aunque también es posible en la implementación de elementos totalmente nuevos. (Gonzalez, 2020)

Gastronomía: Ciencia y arte que estudia la relación del ser humano con su alimentación y su medio ambiente o entorno. El gastrónomo es el individuo que se preocupa de este arte. (Moctezuma)

Resumen

El presente documento tiene como propósito exponer las actividades realizadas como prácticas profesionales que servirá como requisito para obtener el título de profesional en Negocios. En la primera parte se expondrán los aspectos generales de la empresa tales como ubicación, factor diferenciador y trayectoria, que para este caso es El Ranchón del Maporal, la cual es una empresa llanera que se ha logrado establecer en la ciudad de Villavicencio como un referente no solo gastronómico, si no de entretenimiento, y de cultura de la región, esto gracias a la capacidad que tiene de adaptar sus propuestas a las necesidades del mercado, pero manteniendo su esencia y calidad, combinando de esta manera lo tradicional con lo innovador. Sus principales productos o en este caso platos gastronómicos son las picadas, que gracias a su combinación de sabores se convirtieron en una de las mejores de la ciudad, también se destacan los clásicos como, el amarillo a la monseñor y la hamburguesa maporaleña que lograba deleitar a todos los clientes.

En la segunda parte se explicará las actividades designadas tales como la administración de recursos, la gestión y logística de los eventos realizados y el uso del mercadeo como estrategia para atraer clientes. Por último, se relacionará los aportes que como profesional transmití la empresa.

Con base a lo anterior se visualizó al Ranchón del Maporal como un escenario interesante para llevar a la práctica los conocimientos y las habilidades obtenidas a lo largo de la realización del pregrado en Negocios Internacionales, como lo serían los relacionados principalmente con el área de mercadeo, administración, y logística.

Palabras Clave: Logística, mercadeo, marketing digital, redes sociales, emprendimiento, entretenimiento, administración.

Abstract

The purpose of this document is to expose the activities carried out as professional practices that will serve as a requirement to obtain the degree of professional in Business. In the first part, the general aspects of the company were exposed, such as location, differentiating factor and trajectory. El Ranchón del Maporal, is a plain company that has managed to establish itself in the city of Villavicencio as a benchmark not only for gastronomy, but also for entertainment and culture in the region, thanks to its ability to adapt its proposals to the needs of the market, but maintaining its essence and quality, thus combining the traditional with the innovative. Its main products or in this case gastronomic dishes are the picadas, which thanks to its combination of flavors became one of the best in the city, also the classics stand out, such as the yellow a la monsignor and the Maporal hamburger that managed to delight to all customers.

In the second part, designated activities such as resource management, management and logistics of events held and the use of marketing as a strategy to attract customers will be explained. Finally, the contributions that the company transmitted as a professional will be related.

Based on the above, Ranchón del Maporal was viewed as an interesting scenario to put into practice the knowledge and skills obtained throughout the undergraduate course in International Business, such as those related mainly to the area of marketing, administration, and logistics.

Keywords: Logistics, marketing, digital marketing, social networks, entrepreneurship, entertainment, management.

Introducción

Según Duque Forero, en el seminario de investigación aplicada en la gerencia de organizaciones, donde estudia el impacto del confinamiento causado por la pandemia del Covid-19 en el sector de los restaurantes, menciona que, durante este confinamiento, muchos emprendimientos, empresas pequeñas y grandes se vieron gravemente afectadas económicamente, especialmente las relacionadas con la industria del entrenamiento y turismo. Dentro de este, la oferta gastronómica es de gran importancia, puesto que este es uno de los principales atractivos para los turistas, y a su vez completa al destino, siendo parte esencial de la cadena de valor turística. (Forero, 2021)

Esta situación generó una necesidad de replantear los procesos y métodos usados a la hora de distribuir o buscar vender algún producto que esté relacionado con los sectores de la gastronomía, servicios y entretenimiento. En este punto es importante mencionar el aumento del uso de las herramientas tecnológicas y móviles como medio para solucionar o mitigar este impacto negativo al sector. Un ejemplo claro de la anterior mencionado puede ser la tendencia desarrollada por los consumidores del uso frecuente de aplicaciones móviles que les permiten pedir sin salir de casa lo que deseen. (Arévalo, 2021)

Teniendo en cuenta lo anterior muchas empresas no lograron adaptarse a estos requerimientos y dejaron de lado la importancia de las redes sociales y tuvieron que cerrar, por otro lado, aquellas que encontraron la manera de aprovechar estos recursos digitales, sobrevivieron a la crisis económica generada por la pandemia mundial del Covid-19.

1. Objetivos

1.1. Objetivo General

Apoyar a las actividades de administración, promoción, mercadeo y ventas, del restaurante-bar El Ranchón del Maporal.

1.2. Objetivos específico

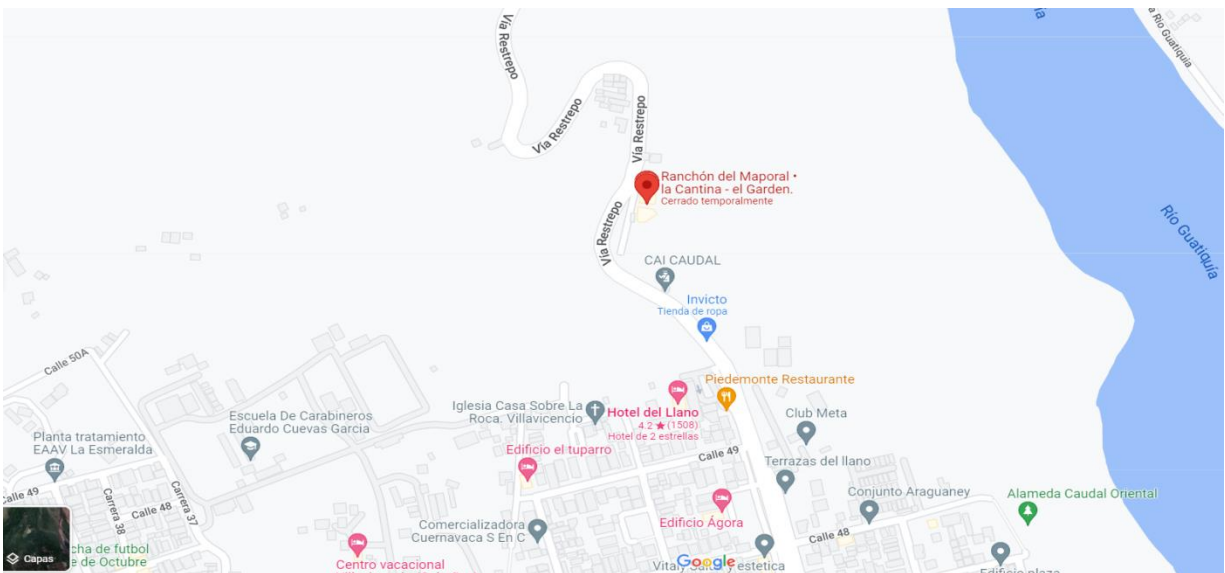
- Administrar de manera responsable los recursos de la empresa.
- Proponer estrategias de mercadeo, implementando elementos diferenciadores e innovadores.
- Difundir por las distintas redes sociales contenido digital con el fin de atraer mayor cantidad de clientes de la región.
- Organizar y llevar acabo eventos que aporten a la promoción y reactivación de la empresa.

2. Perfil del Ranchón del Maporal

2.1. Ubicación

El restaurante-bar El Ranchón del Maporal está ubicado en el Kilómetro uno Antigua Vía Restrepo. Villavicencio - Meta.

Figura 1. Ubicación El Ranchón del Maporal en Villavicencio



Nota. En la ilustración anterior, se puede observar la ubicación específica del restaurante-bar El Ranchón del Maporal. Tomado de Google

2.2. Misión

La misión de una empresa tiene como objetivo principal “definir e informar principalmente de qué es lo que hace la compañía, a que se dedica, actividad en el mercado, cómo lo lleva a cabo, cuál es su propuesta de valor;” (Espinosa, 2012). Dentro del Ranchón del Maporal podemos encontrar que esta es:

“Satisfacer las necesidades gastronómicas y de entretenimiento de nuestros clientes, ofreciendo productos, una gran experiencia con una alta calidad de servicio, donde exalten las expectativas nuestros clientes en la región.”

Con lo anteriormente establecido, encontramos que la misión principal del Ranchón del Maporal como empresa es superar las expectativas de sus clientes y cambiar la manera de disfrutar de un momento de esparcimiento y entretenimiento.

2.3. Visión

La visión se define como “el camino al cual se quiere dirigir a largo plazo. Su definición sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento y las de competitividad.” (Bizneo, 2002). En el Ranchón del Maporal, encontramos que la visión es:

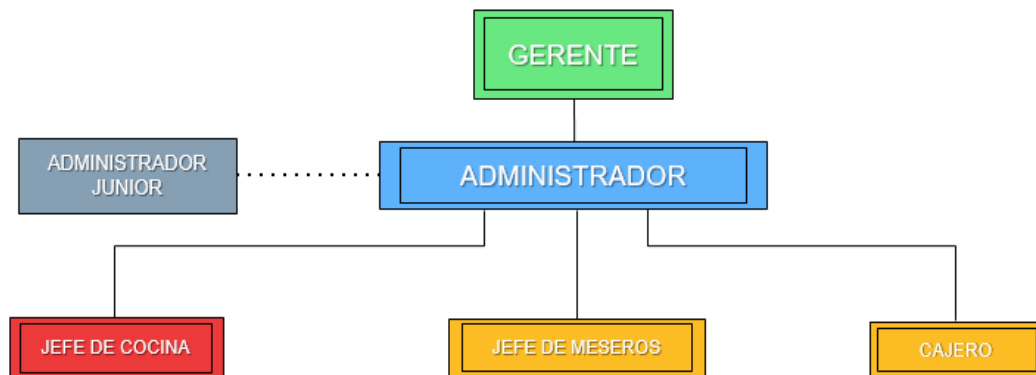
“Ser una empresa productiva, competitiva e innovadora donde podamos ser reconocidos en la región como un sitio gastronómico y de entrenamiento nocturno con altas expectativas en el tema musical exaltando el profesionalismo del personal (staff de trabajo - Artistas) para poder dar espectáculos de alta calidad y excelencia.”

2.4. Organigrama

La estructura organizacional se define como “esquema gráfico que representa la estructura interna de una organización, reflejando las relaciones jerárquicas y las competencias de la misma” (Eserp, 2021) dentro del Ranchón de Maporal es de tipo jerárquico dado que el nivel de autoridad desciende hasta el último nivel, por tal motivo la empresa se encuentra dividida en dos niveles, el primer nivel se encuentra encabezado por el gerente, quien es el encargado de las toma de decisiones del establecimiento así como también la parte de contable de la empresa. El segundo nivel encontramos al administrador, quien tiene dentro de sus funciones el control de inventarios, el manejo del staff, y la organización y logística de eventos.

Las ventajas de este tipo de organigrama, es que el sistema de autoridad es bastante intuitivo permitiendo así la fácil adaptación de los trabajadores, además de establecer quienes son los encargados de cada proyecto, definir qué persona es la especializada en cada sector, saber quiénes son los principales guías de cada actividad por desarrollar. (Pérez, 2022)

Figura 2. Estructura Organizacional del Ranchón del Maporal.



Nota. En la imagen anterior se observa la estructura organizacional del Ranchón del Maporal.

3. Servicios y Productos Ofrecidos

El Ranchón del Maporal a lo largo de los años ha venido adaptando sus propuestas comerciales y aumentado sus espacios de esparcimiento y entretenimientos para hacer frente a las necesidades y gustos de los consumidores llaneros y atraer a distintas generaciones, logrando así, ser un espacio para el público mayor y comunidad joven.

Teniendo en cuenta lo anterior se crean tres espacios siendo estos El Restaurante, El Garden y La Cantina.

3.1. Restaurante

El Ranchón de Maporal ha sido reconocido durante los últimos 20 años principalmente por su restaurante, el cual se ha enfocado en ofrecer una variedad gastronómica a la región de la Orinoquia. Su principal atractivo eran las picadas, las cuales eran conocidas como las mejores de la ciudad.

Figura 3. El Restaurante, Ranchón del Maporal.



Nota. En la imagen anterior se observa la infraestructura del Restaurante del Ranchón de Maporal.

3.2. El Garden

El Garden, nace como una idea de ofrecer a los clientes una manera distinta de disfrutar y

vivir una experiencia distinta a la hora de degustar de sus platos favoritos de siempre, o de una deliciosa bebida. El Garden contaba con una ambientación al aire libre, además de contar con una fogata, y música diferente a los demás ambientes. Después de su positiva acogida por los clientes, El Garden era el lugar perfecto para tardear, y se convirtió en el escenario de varios eventos y proyectos realizados en la ciudad de Villavicencio.

Figura 4. Escenario del Garden, Ranchón del Maporal.



Nota. En la imagen anterior se observa el escenario de el Garden del Ranchón de Maporal.

3.3. La Cantina

La cantina se crea con el propósito de ser el escenario de los eventos especiales como matrimonios, fiestas de quince años, entre otros, sin embargo, al pasar del tiempo, y adaptándose a las necesidades de las personas, y con la idea de convertir el Ranchón del Maporal un lugar más diverso y amplio su oferta, convirtiendo este espacio en un bar-discoteca. En donde también se llevaban diferentes tipos de eventos.

Figura 5. La cantina, Ranchón del Maporal.



Nota. En la imagen anterior se observa la infraestructura de la Cantina del Ranchón de Maporal.

4. Aspectos generales de la pasantía

4.1. Nombre del Cargo

Administrador.

4.2. Área de trabajo

- Jefe Inmediato: Cristian David Sánchez Morales
- Dirección: Km 1 Antigua Vía Restrepo Villavicencio, Colombia
- Teléfono: 86642025
- Celular: 3102000999

4.3. Funciones del Cargo

- Gestión y organización de eventos. En la realización de esta actividad en específico pude poner a prueba mis habilidades organizacionales y de logísticas, ya que estuve a cargo de todo el proceso desde la idea, gestión, implementación y culminación de cada evento. Cada evento merecía y requería de necesidades distintas, es así como pude usar herramientas adquiridas en la universidad.
- Manejo de inventarios Esta función requería de mucha responsabilidad y agilidad, la idea era poder realizar esta actividad de manera rápida para no interferir en las demás actividades, por esta razón se tomó la decisión de realizarse de manera semanal.
- Manejo de personal. Durante la realización de mis prácticas, destaco poder haber llevado el control del personal, ya que se debía convocar varias veces a reuniones, dar directrices, en algunas ocasiones órdenes y mantener motivados al personal, con el fin de no afectar el grupo.

- Embellecimiento y adecuación del lugar. Esta actividad demandaba de creatividad, y contribución de ideas y propuestas que contribuyeran al mejoramiento de la estética del lugar para hacerlo más llamativo y que cumpliera con las necesidades de los clientes.

4.4. Actividades Realizadas

Durante el tiempo que estuve en el Ranchón de Maporal, tuve la oportunidad de llevar a cabo distintas actividades, y eventos. A continuación, se describirán las principales.

- **Eventos:** Los eventos eran una de las principales actividades que se desarrollaban, para esto debía llevar a cabo distintas alianzas estratégicas con los Dj's más sonados del momento en la ciudad, y artistas de música urbana y popular.

WHITE PARTY, Este fue un evento de música electrónica donde la temática principal era fiesta blanca, el DJ principal venia desde la ciudad de Bogotá, su nombre artístico es SERH, se presentó con unos artistas locales con alta proyección a nivel nacional siendo Felipe Espitia uno de los productores más reconocidos en Colombia.

Figura 6. Pieza publicitaria del evento WHITE PARTY.



Nota. En la imagen anterior se observa la pieza publicitaria realizada para la promoción por redes de un evento. Tomada del Instagram Oficial del Ranchón de Maporal

- **Inventarios:** Las jornadas de inventarios se realizaban cada semana con el fin de gestionar los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades comerciales de la empresa. Además de la administración de estos recursos económicos.
- **Manejo de Personal:** Realización de reuniones y planes de mejoramientos, así como también la implementación de planes motivacionales para los empleados del establecimiento.
- **Marketing Digital:** Llevar a cabo todo el tema relacionado con la promoción y divulgación de los eventos, así como la atracción de clientes a través de las herramientas ofrecidas por el marketing de contenidos y digital. Para esto era necesario la creación de pieza publicitarias que permitieran la comprensión de la información de manera clara y llamativa. Estas eran posteriormente publicadas en las redes sociales del Ranchón de Maporal. La plataforma usada con mayor frecuencia para este tipo de publicidad era Instagram, ya que se obtuvieron mayores alcances y respuestas positivas por parte de la comunidad metense.

PROYECTO Z: Este fue un evento basado en la película Proyecto X donde habían juegos (BEERPONG), cócteles de bienvenida y la música de la ambientación era variada desde electrónica comercial: David Guetta, Lmfao etc .

Figura 7. Muestra de reel hecho para Instagram para el evento PROYECTO Z.



Nota. En la imagen anterior se observa el pantallazo de un reel realizado para la difusión y promoción del evento PROYECTO Z. Tomada del Instagram Oficial del Ranchón de Maporal

5. Aportes profesionales por parte del estudiante

Algunos aportes que pude realizar al Ranchón del Maporal durante el periodo comprendido entre el día dos (2) de enero hasta el día dos (2) de julio, fue la constitución del Garden, ya que, aunque la idea estaba contemplada por el gerente, se constituyó y se modificó dependiendo de las necesidades de los clientes. También se crearon los diversos eventos con artistas de talla internacional como Gianni Ruocco, estos eventos fueron posibles gracias a los conocimientos adquiridos durante la carrera de Negocios Internacionales, ya que estuve encargado del tema logístico. Se establecieron distintas estrategias comerciales, tales como la implementación de “cubetazo” que tenía como propósito aumentar las unidades por factura vendidas de cerveza. Se implementaron diversas estrategias de impulso a los distintos espacios del establecimiento, un ejemplo, se les brindaba a los clientes del Garden, entrada a la Cantina, para incentivar de esta manera el espacio de la Cantina y aumentar sus ventas. Se llevaron a cabo distintas actividades para promocionar los espacios y motivar a los clientes, ejemplo, en las universidades brindábamos entradas para eventos realizados para el público joven, o se realizaban jornadas o días en los cuales los consumidores obtenían un 2x1 en alguna bebida, etc.

Conclusiones

Se logró concluir que la administración de una empresa en un ejercicio que exige ser una persona con una formación integral, ya que esta labor comprende variedad de actividades y conocimientos, los cuales estuve adaptado para enfrentar gracias a las herramientas obtenidas en la universidad.

Se concretaron bastantes estrategias de mercadeo, especialmente las relacionadas con el marketing digital y de contenidos, sacando el mayor provecho a las aplicaciones usadas actualmente.

Además, se logró mantener a los consumidores gracias a la constante interacción virtual y presencial con ellos incluso enfrentando las barreras generadas por la pandemia del covid-19.

Finalmente se destaca la importancia de innovar constante la manera de llevar a cabo las actividades, y a la adaptación de la propuesta de valor a las necesidades del consumidor final, esto se evidencio en la manera en la que los clientes demostraron estar a gusto con los cambios realizados.

Referencias bibliográficas

- Arévalo, N. M. (14 de abril de 2021). El disparo de uso de las cocinas ocultas. Diario La Republica . <https://www.larepublica.co/empresas/la-pandemia-disparo-el-uso-de-cocinas-ocultas-espacios-especializados-en-domicilios-3152939>
- Bizneo. (2002). blog bizneo ,Mision de una empresa de <https://www.bizneo.com/blog/mision-de-una-empresa/>
- Eserp. (2021). Qué es el organigrama de una empresa?. <https://es.eserp.com/articulos/organigrama-empresa/>
- Espinosa, R. (2012). Cómo definir misión, visión y valores en la empresa + Ejemplos <https://robertoespinosa.es/2012/10/14/como-definir-mision-vision-y-valores-en-la-empresa/>
- Forero, L. S. (2021). Impacto de la pandemia covid -19 en el sector de los restaurantes. <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/10120/IMPACTO%20DE%20LA%20PANDEMIA%20COVID.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gerencie.com. (2022). Que es el emprendimiento <https://www.gerencie.com/emprendimiento.html>
- Gonzalez, F. G. (2020). Conceptos de innovacion https://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf
- Real Academia Española. (2022). Diccionario de la real lengua española. Deinición de Red social <https://dpej.rae.es/lema/red-social>
- Mercadotecnia Publicidad Marketing Noticias. (2017). Qué es valor agregado y cómo lo usan las empresas?: <https://www.merca20.com/que-es-valor-agregado-y-como-lo-usan-las-empresas/>
- Moctezuma, C. (s.f.). Que es la gastronomia <https://chefmode.mx/que-es-la-gastronomia/>
- Peiró, R. (2019). Definiciones de Marketing Digital. <https://economipedia.com/definiciones/marketing-digital.html>
- Penguin, W (Julio de 2019). Qué son las Redes Sociales y para qué sirven. <https://www.yoseomarketing.com/blog/redes-sociales-que-son-para-que-sirven/>
- Pérez, A. (2022). Tipos de estrucutras organizativas de una empresa <https://www.obsbusiness.school/blog/tipos-de-estructuras-organizativas-cual-es-la-mejor-para-tu-empresa>