

Informe final de opción de Grado Práctica empresarial

Selina Operation Cartagena S.A.S

Natali Rios Quintana

Informe final para optar el título de Profesional en Negocios Internacionales

Director

Diego Ramírez Castellanos

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Negocios Internacionales

2022

Dedicatoria

Este logro se lo dedico primeramente a Dios y la Virgen Santísima por ser ellos mis guías en este recorrido de grandes aprendizajes tanto en mi vida profesional como personal. A mi madre por ser mi apoyo incondicional para alcanzar esta meta. A mi ángel, mi segunda mamá, mi uva hermosa quien desde el cielo me guía.

Agradecimientos

Agradezco primeramente a Dios por haberme permitido culminar de manera satisfactoria este camino de cuatro años de estudios y estos últimos seis meses de prácticas empresariales. Me llena de satisfacción el poder estar ya en el final de esta maravillosa etapa de mi vida, la cual no es el final sino el comienzo de muchas más, tanto de manera profesional como personal.

A mi madre, porque sin su apoyo incondicional no hubiese sido posible este logro. A mi angelito, mi uva hermosa que siempre me acompañó desde el cielo, siendo mi ángel guardián. A mi familia por haber estado ahí siempre brindándome su apoyo cuando lo necesité. A mis compañeras de carrera a quienes considero ahora mis amigas, las cuales hicieron más ameno este camino de tantas enseñanzas para mi vida.

A Selina Cartagena por haberme acogido de la mejor manera durante mis seis meses de práctica, y generarme los conocimientos para crecer de manera profesional y también en el ámbito personal.

Y a todas aquellas personas que de alguna u otra manera hicieron parte de mi camino como estudiante, gracias de corazón.

Contenido

Introducción.....	12
1.1 Justificación.....	13
1.2 Objetivos	14
1.2.1 Objetivo general	14
1.2.2 Objetivos específicos.....	14
2. Perfil de la Empresa	14
2.1 Razón Social de la empresa.....	15
2.2 Objeto Social de la empresa	15
2.3 Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa.....	16
2.4 Estructura organizacional.....	16
2.4.1 Misión de la empresa.....	16
2.4.2 Visión de la empresa	17
2.4.3 Organigrama de la empresa	17
2.5 Aspectos Económicos	18
2.5.1 Entorno Macroeconómico	18
2.5.2 Entorno Microeconómico	20
2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa	21
2.6.1 Hospedaje.....	21
2.6.2 Cowork	22
2.6.3 Tours.....	22
2.6.4 Cinema.....	23

2.6.5 Biblioteca.....	23
2.6.6 Cocina Compartida.....	23
2.6.7 Pet friendly.....	24
La marca Selina es “Pet Friendly”, por lo tanto, se admiten a huéspedes que lleguen con sus mascotas, esto con un costo adicional a su reserva, el cual incluye una cama para la mascota. Esta reserva especial es solo en habitaciones privadas, estándar y micro.....	24
2.6.8 Clases de Yoga y de Baile	24
2.6.9 Check-in Sin Contacto.....	24
2.6.10 Dos Rooftop	24
2.7 Aspectos del Mercado que atiende la empresa.....	25
3. Cargo y funciones desempeñadas	26
3.1 Cargo desempeñado	26
3.2 Funciones asignadas	26
3.2.1 Recepción/Oficina principal	26
3.2.2 Gestión operativa del hotel (Operaciones internas)	27
3.3 Procesos, procedimientos y herramientas	31
4. Marco Conceptual y normativo	33
4.1 Marco Conceptual.....	33
4.1.1 Diversificación de servicios y productos.....	33
4.1.2 Optimización del volumen de ventas	34
4.2 Marco Normativo	34
4.2.1 Norma técnica sectorial colombiana NTS-TS 002 del 2014.....	34

4.2.2	Resolución número 0312 de 2019.	35
4.2.3	Decreto 1076 de 2015.....	35
5.	Aportes	35
5.1	Propuesta de valor agregado a la empresa	36
5.1.1	Identificación de la situación problemática	36
5.1.2	Contribución de conocimiento a la empresa.....	38
5.1.3	Impacto desde los resultados y/o logros	39
5.2	Aportes de la empresa al proceso formativo	40
6.	Conclusiones y Recomendaciones	41
	Referencias.....	42

Lista de tablas

Tabla 1. *Listado de funciones y horas asignadas*31

Tabla 2. *Procesos, procedimientos y herramientas*32

Lista de figuras

Figura 1. <i>Organigrama Selina Operation Cartagena</i>	17
Figura 2. <i>Análisis PEST Selina Cartagena</i>	18
Figura 3. <i>Análisis PORTER – Selina Cartagena</i>	20
Figura 4. <i>Registro de ventas área Cowork em sistema Winks</i>	27
Figura 5. <i>Checklist utilizado para llevar control del ingreso de personas al Cowork</i>	28
Figura 6. <i>Registro de Inventario mensual del área de Retail</i>	29
Figura 7. <i>Registro de ventas mensual del área de Grab and Go</i>	30
Figura 8. <i>Registro de inventario mensual del área de Grab and Go</i>	30
Figura 9. <i>Ventas en sistema del mes de febrero del área de Tours</i>	36
Figura 10. <i>Tours manejados en el mes de febrero</i>	37
Figura 11. <i>Ventas en sistema del mes de febrero del área de Retail</i>	37
Figura 12. <i>Productos manejados en el mes de febrero</i>	38
Figura 13. <i>Ventas en sistema del mes de mayo del área de Retail</i>	39
Figura 14. <i>Ventas en sistema del mes de mayo del área de Tours</i>	39
Figura 15. <i>Ventas en sistema del mes de agosto del área de Tours</i>	40
Figura 16. <i>Ventas en sistema del mes de agosto del área de Retail</i>	40

Resumen

El informe de práctica empresarial presentado a continuación ante la Universidad Santo Tomas, seccional Bucaramanga fue escogido dentro de sus opciones de grado de la facultad, para optar por el título de Profesional en Negocios Internacionales, desarrollando así mi labor como practicante en el departamento de Operaciones del hotel Selina Operation Cartagena S.A.S. De acuerdo a lo anterior, en el presente informe se encontrarán las actividades realizadas en la organización desde el 29 de marzo de 2022 al 29 septiembre de 2022.

Palabras clave: cowork, tours, practica empresarial, servicios, turismo.

Abstract

The business practice report presented below to the Universidad Santo Tomás, Bucaramanga sectional was chosen within its faculty degree options, to opt for the title of Professional in International Business, thus developing my work as an intern in the Operations Department of the hotel Selina Operation Cartagena S.A.S. According to the above, in this report are the activities carried out in the organization from March 29, 2022 to September 29, 2022.

Keywords: cowork, tours, internship, services, tourism.

Glosario

Cowork: espacio de trabajo compartido donde varias empresas y profesionales llevan a cabo su actividad (Alcalde, 2019).

Grab and Go: algo que está listo para que lo tomes rápidamente cuando no tienes mucho tiempo (DictionaryCambridge, 2022).

Nómada digital: persona que utiliza Internet para desempeñar su ocupación y/o para vender sus conocimientos a otras personas o empresas. En otras palabras, trabaja de forma remota, cuestión que le permite poder llevar una “vida nómada”, es decir, poder vivir viajando (G, 2022).

Práctica empresarial: es una experiencia académica, pedagógica y global que busca que el estudiante integre y aplique los conocimientos teóricos adquiridos durante la carrera en contextos específicos de su profesión, desarrollando además sus aptitudes y habilidades personales (Uexternado, 2003).

Retail: término de origen inglés utilizado para describir la venta por menor y directa de productos a clientes finales para su consumo (Rada, 2022).

Sistema Netsuite: NetSuite SuiteCommerce es una plataforma de comercio B2B y B2C en la nube que se integra totalmente con cualquier sistema administrativo ERP, con el CRM, la gestión de pedidos e inventario. SuiteCommerce es una solución comercial completa (SuiteCommerce, 2022).

Supervisión: actividad técnica y especializada que tiene como principal objetivo la eficiente y eficaz utilización de los factores productivos que el supervisor tiene a su cargo, tales como materiales, insumos, maquinarias y, por supuesto, trabajadores (Grudemi, 2021).

Introducción

En la Universidad Santo Tomás, seccional Bucaramanga dentro de su facultad Negocios Internacionales se presentan varias opciones de grado dentro de las cuales fue escogida la de Práctica empresarial la cual se presenta de manera detallada en el siguiente informe donde se dará a conocer las actividades realizadas en la organización desde el 29 de marzo de 2022 hasta el 29 de septiembre de 2022, ejerciendo el cargo de pasante en el Departamento de Operaciones del hotel.

Selina Cartagena es una de las 110 locaciones con las que cuenta esta marca hotelera a nivel global, en donde esta se encuentra ubicada en el barrio histórico Getsemaní, contando con dos edificios coloniales cada uno con dos terrazas, dos piscinas y dos restaurantes con conceptos diferentes, Corriente Latina enfocada en los sabores típicos del Caribe y Tacos la Neta con lo mejor de la comida mexicana. También cuenta con cowork, cocina común, biblioteca, cine y mucho más. Selina Cartagena es un destino ideal para nómadas y viajeros que deseen encontrar el balance entre lo moderno y lo colonial (Selina, 2022).

En el puesto como practicante del departamento de operaciones en el hotel se puso en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de los cuatro años de la carrera, en específico lo visto en materia del área de servicios, desarrollando las funciones asignadas en cada una de las áreas que componen este departamento logrando llevar a cabo la diversificación del portafolio de servicios del departamento, lo que a su vez ayudó en el crecimiento tanto profesional como personal al ser esta la primera experiencia en el ambiente laboral que permitió a su vez conocer el día a día de una marca global.

1. Informe final de opción de grado práctica empresarial

Selina Operation Cartagena S.A.S

A continuación, se encontrarán los objetivos en los cuales se basará el presente informe de práctica empresarial, en donde se podrá dar una anticipación de lo que se manejará durante todo el documento.

1.1 Justificación

Realizar esta primera experiencia laboral en Selina Operation Cartagena S.A.S permitirá colocar en práctica conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria, especialmente la parte del manejo de servicios, en este caso servicio hotelero y turístico, realizando las diversas funciones asignadas en el departamento de operaciones en el cual se está en contacto con las ventas de las áreas de Coworking, Retail, G&G, Wellness y Tours las cuales carecían de más personal que estuviese a cargo de ellas para tener un mejor manejo y aumento de ingresos.

También ayuda a poner en práctica el dominio del idioma inglés y del portugués, esto gracias a que en el hotel el 90% de los huéspedes son extranjeros.

Además, adquirir nuevos conocimientos y aprender nuevas habilidades manejadas en el hotel que ayudan a crecer tanto personal como profesionalmente.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Profundizar los diferentes conocimientos adquiridos durante mi carrera como Negociadora Internacional, en el ambiente ofrecido por Selina Operation Cartagena, desarrollando procesos del servicio hotelero y turístico.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Aportar valor al departamento de Operaciones por medio del aumento de ventas de Cowork, Retail, G&G y Tours que lo conforman.
2. Diagnosticar los diferentes tipos de clientes de Selina Operation Cartagena y su recurrencia en el Cowork, buscando así una mejora en cuanto al control de los mismos.
3. Controlar los diferentes tipos de inventarios y manejo de precios del hotel en las áreas Retail y Grab and Go.
4. Interactuar con los diferentes clientes que se manejan en el hotel, promoviendo así el buen ambiente y siguiendo a su vez con el cumplimiento de la misión organizacional.

2. Perfil de la empresa

Selina Cartagena es una de las 110 locaciones con las que cuenta esta marca hotelera a nivel global, en donde esta se encuentra ubicada en el barrio histórico Getsemaní, contando con dos edificios coloniales cada uno con dos terrazas, dos piscinas y dos restaurantes con conceptos diferentes, Corriente Latina enfocada en los sabores típicos del caribe y Tacos la neta con lo mejor

de la comida mexicana. También cuenta con cowork, cocina común, biblioteca, cine y mucho más. Selina Cartagena es un destino ideal para nómadas y viajeros que deseen encontrar el balance entre lo moderno y lo colonial (Selina , 2022).

A continuación, se presentará información acerca de la organización Selina Cartagena, dando a conocer su operación, su esencia que esta detallada en su misión y visión y su distribución del personal que opera en la locación, para así conocer un poco más a fondo sobre toda su operación.

2.1 Razón social de la empresa

Selina Operation Cartagena S.A.S.

2.2 Objeto social de la empresa

Como se expresa en el Certificado de Existencia y Representación Legal de la compañía, renovado el 11 de enero de 2022 y expedido por la Cámara de Comercio de Bogotá, el objeto social de Selina Operation Cartagena S.A.S. obedece a lo siguiente:

La Sociedad tendrá por objeto social principal 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 pero sin limitarse a estos: servicios de organización de eventos; explotación de restaurantes, bares, y discotecas; expendio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, alimentos, y productos relacionados a esta actividad; oferta, operación, y prestación de servicios de tours; oferta, prestación, y operación de servicios de hospedaje y servicios hoteleros; oferta, prestación y operación de servicios de transporte terrestre, marítimo, aéreo y

otros. Así mismo la sociedad tendrá por objeto el arrendamiento y explotación de espacios para llevar a cabo actividades de trabajo, y la prestación de servicios y actividades recreativas, educativas y deportivas.

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

Dirección: Calle Larga (25), Cra. 8b #148, Cartagena de Indias, Bolívar, Colombia

Teléfono: +57 317 8819003

Correo electrónico: natalia.montoya@selina.com

Jefe directo: Natalia Montoya (Gerente Locación Cartagena)

2.4 Estructura organizacional

Los siguientes numerales muestran la razón de ser de Selina y la ubicación de cada uno de los que conforman el *staff* en la locación de Cartagena.

2.4.1 Misión de la empresa

De acuerdo a LEDO (LEarn by DOing), plataforma de Selina para aprender con la ayuda de cursos atractivos, interactivos y divertidos todo lo que necesita saber para tener éxito en la función a desempeñar de cada empleado, muestra que la misión de Selina es: “Inspirar conexiones auténticas y significativas con gente, lugares y comunidades por todo el mundo” (Ledo World Manager, 2022).

2.4.2 Visión de la empresa

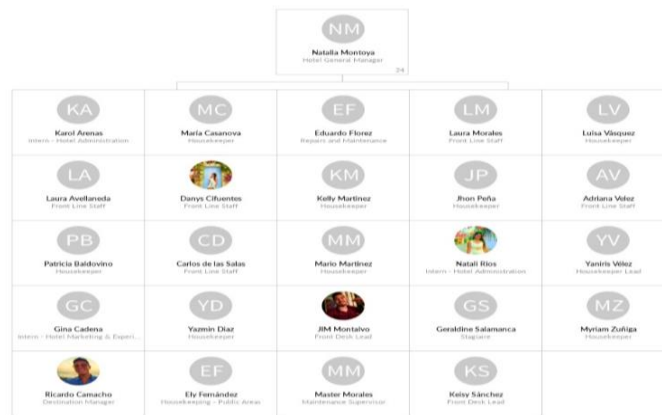
A tenor del referente anterior la visión de Selina es:

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 completamente sus estilos de vida nomádicos (*Loading Engine's Content Player...*, 2022).

2.4.3 Organigrama de la empresa

A continuación, se presenta el organigrama de la empresa en su locación Cartagena, Colombia, entendiéndose que cada locación de cada país tiene su propia estructura organizacional que a su vez es controlada por Rafi Museri director ejecutivo y fundador de la marca Selina.

Figura 1. Organigrama Selina Operation Cartagena



Selina

Tomado de Bamboo hr (2022).

2.5 Aspectos económicos

Se realizó un análisis macro por medio de la matriz PEST realizada a la empresa de manera que se evidenciaran todos esos factores que a nivel externo condicionan a la organización, a su vez también un análisis micro por medio de la matriz PORTER para mirar de manera interna la realidad de la empresa.

2.5.1 Entorno macroeconómico

En cuanto a aspectos económicos que condicionan a la organización de manera externa se encontraron los que se verán a continuación en la matriz PEST figura 2.

Figura 2. Análisis PEST Selina Cartagena



De la anterior figura 2, se tiene que:

Los factores políticos muestran que la normatividad colombiana es algo que condiciona al funcionamiento de las empresas a nivel nacional y centrándonos en el servicio hotelero estos deben cumplir con unos estándares para poder certificados anualmente, de estas normatividades tenemos a la Norma técnica sectorial colombiana NTS-TS 002 del 2014. Otros factores son también las regulaciones laborales y medio ambientales como la Resolución número 0312 de 2019 y Decreto 1076 de 2015.

En los factores económicos está la lo relacionado al cambiante de la situación económica del país y el alza de precios dependiendo del dólar ya que Selina se mide a nivel global en dólares, teniendo que según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) registrados en la revista Portafolio, la inflación ha venido en incremento y en junio llegó a 9,67%, siendo este el dato más alto en 22 años desde junio del año 2000 cuando estuvo en 9,68% (ELEJALDE, 2022).

La parte sociocultural nos muestra que el comportamiento cambiante de los consumidores y la aparición de nuevos competidores son factores que afectan a esta la industria hotelera, pero como esta marca hotelera está enfocada en que su producto no son habitaciones sino la experiencia de poder compartir con diferentes culturas y crear comunidad hace que este factor diferenciador sea un plus que ayuda que muy pocos o casi nulos sean sus competidores.

Ya por último tenemos los factores tecnológicos donde se encontró que los cambios en cuanto a avances tecnológicos influirán también, pero teniendo una constante actualización de acuerdo a los cambios que surjan no se afectara tanto en la organización.

2.5.2 Entorno microeconómico

Se realizó la siguiente matriz PORTER para analizar de manera interna los proveedores, clientes y competidores de la empresa encontrando que competidores con la misma característica de la marca no se presentan considerando esto un plus ya que posee competidores potenciales solo a las demás marcas hoteleras presentes en el mercado las cuales ofrecen solo el servicio de hospedaje tradicional a sus huéspedes, pueden considerarse un competidor en cuanto a precios del servicio de hospedaje pero no un competidor directo como tal ya que no existe otra marca hotelera que brinde el enfoque de servicios que maneja Selina.

Por otro lado, está el poder de negociación con clientes y proveedores, en donde se posee un alto poder en ambos esto gracias al posicionamiento a nivel global que posee la marca pues sus 110 locaciones generan esa confianza tanto en proveedores como en los clientes quienes ven esa fidelidad hacia Selina.

Figura 3. Análisis PORTER – Selina Cartagena.



2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa

De acuerdo al portafolio de la página principal de Selina Cartagena, se presentan el siguiente portafolio de productos y servicios los cuales son ofrecidos a sus Guest Selina. (Selina, 2022)

2.6.1 Hospedaje

En Selina se ofrece al cliente diferentes tipos de habitaciones para cada tipo de accesibilidad del cliente y sus preferencias, en donde puede encontrar habitaciones:

Privadas: La cual es una combinación de diseño de alta gama y confort clásico, diseñada con un gran ojo para los detalles, en donde esta Suite viene completa con un baño privado, así como con una línea de amenidades premium.

Estándar: Esta es una opción clásica, asequible, cómoda y privada, en donde se ofrece a los huéspedes el espacio ideal para relajarse cómodamente en total privacidad.

Micro: Similar a una cabina de tren o de alguna embarcación, esta es una opción más básica para pasar la noche, pues al ser compacta y modesta es perfecta si el huésped busca un lugar para dormir y un área pequeña para guardar sus pertenencias, compartiendo baño con otras 4 habitaciones micro.

Comunitarias: La opción clásica de Selina, la cual comparte la experiencia de estar con nuevos amigos sin sacrificar comodidad, ni privacidad. Este tipo de habitación de Selina no son como las que encuentras en un hotel típico, pues se elevaron los estándares a un nivel completamente nuevo al añadir un área de estar, propia luz, un estante y un casillero personal en cada litera para que las cosas estén seguras y protegidas. Esta es la mejor manera de sumergirse en

la comunidad Selina y conocer a otros viajeros; todo mientras se obtiene lo mejor por un presupuesto menor. Los baños son compartidos.

2.6.2 Cowork

Cuenta con un área de coworkig, en la cual se brinda a los huéspedes un entorno inspirador y Wifi de alta velocidad, perfecto para completar tareas, establecer nuevos contactos y trabajar de forma remota en una comunidad vibrante de lugareños y nómadas.

2.6.3 Tours

Ofrece una variedad de tours para conocer la ciudad y sus alrededores, incluyendo las islas, de los cuales algunos están en la modalidad free. Estos son los siguientes:

- Isla PA'UE beach lounge
- Isla Pao Pao beach club
- Isla Bora Bora VIP
- Sunset sailboat party Kontiki
- Isla Luxury Beach VIP
- Isla Bora Bora Área Club
- Isla Luxury Beach Club
- Volcán del totumo
- Plancton luminoso
- Free Tour Barrio Getsemaní
- Free Walking Tour Cartagena (Ciudad Amurallada)

2.6.4 Cinema

La locación cuenta con una sala de cine, la cual puede ser reservada por los huéspedes sin costo adicional, y en la cual encontraran un lugar completamente equipado para proyectar películas, series y documentales desde el acceso a Netflix y Amazon Prime, adicional una máquina para preparar crispetas y así disfrutar de un rato agradable entre amigos.

2.6.5 Biblioteca

Posee una biblioteca equipada con alrededor de 200 libros en diferentes idiomas, la cual cuenta con el método de intercambio el cual es poder dejar un libro y agarrar uno de los que estén en la estantería.

2.6.6 Cocina compartida

Como Selina busca siempre con su misión crear comunidad, todas sus locaciones poseen cocinas compartidas, las cuales son espacios amplios para que sus huéspedes puedan preparar sus comidas y a la vez pasar un rato agradable entre ellos. En esta cocina se realiza una vez por semana una actividad llamada “Food Party” en la que se cocina una comida típica del país escogido para cada semana y se prepara entre todos los asistentes un plato tradicional de este, compartiendo entre todos, una noche agradable en donde se interactúan entre diferentes culturas e idiomas.

2.6.7 Pet friendly

La marca Selina es “Pet Friendly”, por lo tanto, se admiten a huéspedes que lleguen con sus mascotas, esto con un costo adicional a su reserva, el cual incluye una cama para la mascota. Esta reserva especial es solo en habitaciones privadas, estándar y micro.

2.6.8 Clases de yoga y de baile

Buscando crear espacios en donde los huéspedes interactúen entre sí creando conexiones, saliendo de la rutina, estira tus músculos y abriendo su mente, se ofrecen clases de yoga y baile con un costo adicional.

2.6.9 Check-in sin contacto

Cambiando el conocido check-in tradicional, Selina ofrece el servicio de Check-in sin contacto, el cual se realiza desde la aplicación que cada huésped puede descargar desde su celular para así ser más rápido su proceso y entrega de llave a su correspondiente habitación.

2.6.10 Dos rooftop

Selina Cartagena cuenta con dos edificios, cada uno cuenta con su respectiva terraza que ofrecen a los huéspedes una variedad de actividades todos los días de la semana, en donde aparte de poder disfrutar de una de las vistas más bellas de toda la ciudad, con atardeceres que te dejarán sin aliento al tiempo se puede disfrutar de un buen coctel con amigos. Al anochecer las terrazas se llenan de vida, atrayendo a turistas y locales, lo que nos convierte en un punto de referencia para

quienes disfrutan de una buena fiesta y experiencias inolvidables. Estas poseen también los siguientes servicios:

Piscinas: Cuenta con dos piscinas a las cuales los huéspedes pueden acceder sin ningún costo adicional. Estas también cuentan con pasadías para los diferentes visitantes de la ciudad puedan ingresar a ellas pagando una tarifa por persona.

Restaurantes: Cada terraza cuenta con su restaurante, en donde el edificio A ofrece comida del caribe en su restaurante “Corriente Latina” y el edificio B ofrece comida mexicana en su restaurante “Tacos la Neta”. Estos también están abiertos al público en general.

2.7 Aspectos del mercado que atiende la empresa

Selina atiende varios aspectos del mercado pues no solo ofrece a sus clientes un hospedaje o lugar donde estar mientras viajan, sino que posee una gran variedad de otros servicios que hacen ese factor plus de brindarle al huésped una experiencia única con personas de diferentes culturas para que creen entre ellos una comunidad.

Entendiendo esto tenemos como primer servicio el hospedaje donde se encuentran desde habitaciones privadas hasta compartidas. Ofrece un área de Cowork para su público principal los nómadas digitales en donde cuenta con un área de coworking la cual brinda a los huéspedes un entorno inspirador y Wifi de alta velocidad perfecto para completar tareas, establecer nuevos contactos y trabajar de forma remota en una comunidad vibrante de lugareños y nómadas. Se posee también una variedad de tours para conocer la ciudad y sus alrededores, incluyendo las islas, de los cuales algunos están en la modalidad free. Cuenta a su vez con un cinema y una biblioteca para que disfruten aquellos amantes al cine y la lectura. Como Selina busca siempre con su misión crear

comunidad, todas sus locaciones poseen cocinas compartidas, las cuales son espacios amplios para que sus huéspedes puedan preparar sus comidas y a la vez pasar un rato agradable entre ellos. La marca Selina es también “Pet Friendly”, por lo tanto, se admiten a huéspedes que lleguen con sus mascotas.

3. Cargo y funciones desempeñadas

Se mostrará a continuación las funciones que fueron asignadas para desempeñar el cargo de Inter Hospitality Operations y como se desarrollaron para llevar a cabo el periodo de prácticas de 6 meses en la empresa.

3.1 Cargo desempeñado

El cargo desempeñado en Selina Cartagena es el de Inter. Hospitality Operation, bajo la supervisión del jefe directo James Montalvo, en horarios de 6 días a la semana de 9:00 am a 5:30 pm desde el 29 de marzo del 2022 al 29 de septiembre del 2022.

3.2 Funciones asignadas

Dentro de las principales funciones asignadas se encuentran las siguientes:

3.2.1 Recepción/Oficina principal

Realizar tareas de recepción (incluidas las reuniones, el saludo y la atención de las necesidades de los huéspedes, para garantizar una excelente experiencia de servicio al cliente).

3.2.2 Gestión operativa del hotel (Operaciones internas)

Administrar listas de tareas de la parte operativa del hotel para el cumplimiento del horario semanal de acuerdo a las funciones asignadas como se muestra en la Tabla 1, dentro de las cuales se encuentra la supervisión de las áreas de: Cowork, Tours, Retail y Grab and Go; junto con todo el manejo de facturaciones e inventarios que estas áreas conllevan, dando seguimiento y plazos durante el mes, para cada corte realizar los debidos cierres. A su vez mantener una comunicación entre el director de operaciones y los demás departamentos con el apoyo en el manejo de quejas y consultas de los clientes.

3.2.2.1 Supervisión del área de Cowork Realizar supervisión diaria del área de coworking, controlando las ventas en el sistema hotelero *Winks* como se aprecia en la Figura 4 y haciendo seguimiento de checklist Figura 5 para tener un mejor control. A su vez, manejar suministros y proveedores de lo ofrecido a los coworkers en el área de cocina ubicada dentro del cowork.

Figura 4. Registro de ventas área Cowork em sistema Winks

CARGOS	Cantidad	Valor	Valor	Valor
COWORK HOTDESK 1/2 DÍA HUÉSPEDES 25K (17)	20	420,168.0	0.0	420,168.0
COWORK HOTDESK 1 DÍA VISITANTES 55K (21)	23	1,063,025.04	0.0	1,063,025.04
COWORK HOTDESK 1/2 DÍA VISITANTES 35K (23)	31	911,764.56	0.0	911,764.56
COWORK HOTDESK 1 SEMANA VISITANTES 220K (2)	2	369,747.88	0.0	369,747.88
COWORK HOTDESK 1 DÍA HUÉSPEDES 40K (20)	25	840,336.0	0.0	840,336.0
DESCUENTO COWORK (2)	0	-14,300.0	0.0	-14,300.0
COWORK SALA DE JUHTAS 1H PARA HUÉSPEDES 50K (1)	1	42,016.9	0.0	42,016.9
COWORK DEDICATE 1 SEMANA VISITANTES 280K (1)	1	235,294.11	0.0	235,294.11
COWORK HOTDESK 1 MES VISITANTES 660K (1)	1	556,621.84	0.0	556,621.84

Tomado de Sistema del hotel Winks (2022)

En la anterior Figura 4 se evidencia los diferentes productos que se ofrecen en el área de cowork y sus ventas en el sistema Winks, en donde en la Figura 5 se verá esos clientes que adquirieron cada producto y con su respectiva habitación dentro del hotel para así tener un mayor control de estas ventas.

Figura 5. Checklist utilizado para llevar control del ingreso de personas al Cowork

COWORK CHECKLIST DAY 06 - 06 - 2022

NAME	ROOM	CO LI VE	HOT DESK ½ DAY	HOT DAY	HOT WEEK	HOT MONTH	DEDIC WEEK	DEDICA MONTH
Edgar Rivera	B204	X				X		
Naina Nicodemus	A105	X				X		
Dion Koppers	B203	X				X		
Weir, Stirling	A118	X				X		
Kally Umana	B107	X				X		
Juan Diego Martínez	B202	X				X		
Maria Paula Castañeda	B202	X				X		
Christopher Dymond	B403	X				X		
Visi Cartagena Property Management (17 Ma-17 Jun) X 3PAX						X		
Angela Mora (X6)				X				
Pateti Carluis (13-19 Jun)	B107				X			

3.2.2.2 Supervisión del área tours Realizar supervisión diaria en temas de facturación en el correo del jefe inmediato para realización de solicitud de compra en el sistema Netsuite y así poder enviar al area de financiera los debidos pagos a proveedores cada jueves de la semana.

3.2.2.3 Supervisión del área retail Realizar supervisión diaria al área de Retail en temas de comunicación con proveedores para realización de pedidos y realización de la solicitud de

compra en Netsuite para el envío a pagos cada jueves de la semana, esto trabajando de la mano del departamento de financiera. Llevar también control de inventarios como se ve en Figura 6 para las debidas entregas de cierres de cada mes al departamento de financiera.

Figura 6. Registro de Inventario mensual del área de Retail

Area	Estado	Empresa	Producto	Cantidad 31 julio	Costo	Valor Inventario	Valor Venta	% Costo	% Ganancia	Boleto	Tienda	Reception A	Edificio B
1	CARE	Pagado	Makro	Cepillo dental	38	\$2,041.87	77,583	5,000	41%	59%	33	4	
2	CARE	Pagado	Makro	Crema Dental	16	\$1,043.00	16,688	3,000	35%	65%	12	4	
3	CARE	Pagado	Makro	Desodorante Sobre	43	\$478.19	20,476	2,000	24%	76%	40	3	
4	CARE	Pagado	Makro	Espuma de afeitar	10	\$8,000.00	80,000	10,000	60%	40%	6	1	
5	CARE	Pagado	Makro	Listerine	3	\$8,800.01	26,400	12,000	57%	43%	3		
6	CARE	Pagado	Makro	Prestobarba	19	\$2,333.00	44,327	4,000	58%	42%	16	3	
7	CARE	Pagado	Makro	Seda dental	2	\$2,450.00	4,900	5,000	48%	51%	2		
8	CARE	Pagado	Makro	Miscelanea la moneda	1	\$700.00	700	2,000	35%	65%			1
9	CARE	Pagado	Makro	Shampoo y Conditioner	0	\$375.00	0	1,000	0%	0%			
10	CARE	Pagado	Makro	Toalla Higienica	28	\$800.00	22,400	15,000	100,000%	1%	25		
11	CARE	Pagado	Farmatodo	Farmatodo	1	\$1,300.00	1,300	3,000	43%	57%		1	
12	CARE	Pagado	Makro	Toalla Higienica Atlas	26	\$490.00	12,740	1,000	49%	51%	18	8	
13	CARE	Pagado	Makro	Miscelanea la moneda	2	\$4,000.00	8,000	7,000	57%	43%		2	
14	CARE	Pagado	Farmatodo	Toallas humedas	1	\$2,000.00	2,000	5,000	40%	60%		1	
15	CARE	Pagado	Makro	Antibacterial grande	1	\$5,000.00	5,000	10,000	50%	50%		1	
16	CARE	Pagado	Makro	Antibacterial pequeno	0	\$2,500.00	0	5,000	42%	58%			
17	CARE	Pagado	Makro	Aceite Bronceador	9	\$15,000.00	135,000	30,000	50%	50%	7	2	
18	CARE	Pagado	Makro	Desodorante tamo 30ml	2	\$2,000.00	4,000	6,000	33%	67%	1	1	
19	CARE	Pagado	Makro	Tampones medio	4	\$6,450.00	25,800	11,000	32%	68%	4		
20	CARE	Pagado	Makro	Tampones super	1	\$18,000.00	18,000	38%	62%	1			
21	CARE	Pagado	Makro	Pañuelos	12	\$700.00	8,400	2,000	35%	65%	8	4	
22	CARE	Pagado	Makro	Protector labial	2	\$3,300.00	6,600	6,000	55%	45%		2	
23	CARE	Pagado	Makro	Protector solar sobre	0	\$4,000.00	0	4,000	100%	0%			
24	CARE	Pagado	Makro	Protector solar tamo	0	\$5,000.00	0	6,000	63%	38%			
25	CARE	Pagado	Makro	Repelente	7	\$16,000.00	112,000	25,000	64%	36%	6	1	

Tomada de documento proporcionado por jefe inmediato

3.2.2.4 Supervisión del área de grab and go Realizar supervisión diaria al área de Grab and Go en temas de ventas como se ve en Figura 7, pedidos y facturación, para los debidos pagos a proveedores cada jueves de la semana, esto trabajando de la mano del departamento de financiera. Llevar también control de inventarios como se ve en Figura 8 para las debidas entregas de cierres de cada mes al departamento de financiera.

Figura 7. Registro de ventas mensual del área de Grab and Go

COL GRAB AND GO										Jul 1 Friday		Jul 2 Saturday			
PROVEEDOR	PRODUCTO	COSTO UNID	COSTO TOTAL	IVA	PRECIO DE VENTA SIN IVA	PRECIO DE VENTA	% COSTO	% GANANCIA			CANTIDAD	VENTA	CANTIDAD	VENTA	CANTIDAD
MAKRO	COCONUT WATER A 330ML	\$3,396.36	\$84,000	19%	\$ 8,403.36	\$10,000	40.42%	59.58%			\$0	1	\$8,403	1	\$8,403
COCACOLA	MANANTIAL 1.5 LT	\$3,466.66	\$311,000	19%	\$ 6,722.00	\$8,000	51.57%	48.43%	15	\$100,800	17	\$114,280	12	\$114,280	12
COCACOLA	MANANTIAL WATER WITHOUT GAS 500ML	\$2,333.33	\$140,000	19%	\$ 4,201.68	\$5,000	55.93%	44.07%	1	\$4,202	0	\$29,210	1	\$29,210	1
COCACOLA	MANANTIAL WATER WITH GAS 300ML	\$1,783.33	\$168,000	19%	\$ 4,201.68	\$5,000	42.64%	57.36%			\$0	20	\$84,034	20	\$84,034
PUNTO FRIO 1A	AGUILA CAN 330 ML	\$1,688.00	\$60,798	19%	\$ 5,042.02	\$6,000	33.48%	66.52%	0	\$30,252	0	\$0	50	\$1,688	50
MAKRO	CHOCORAMO SMALL SIZE 20 GR	\$490.00	\$20,400	19%	\$ 1,260.50	\$1,500	38.67%	61.33%	2	\$2,521	1	\$1,261	1	\$1,261	1
MAKRO	TOSH COOKIES 30 GR	\$474.33	\$64,647	19%	\$ 1,080.07	\$2,000	28.22%	71.78%	1	\$1,081	1	\$1,081	1	\$1,081	1
MAKRO	INTEGRAL COOKIES CLUB SOCIAL	\$216.43	\$72,459	19%	\$ 1,080.07	\$2,000	24.73%	75.27%			\$0	1	\$1,081	1	\$1,081
COCACOLA	COCACOLA LATA 330 ML	\$1,112.50	\$34,488	19%	\$ 4,201.68	\$5,000	28.48%	71.52%			\$0	1	\$4,202	1	\$4,202
COCACOLA	COCACOLA LATA ZERO 330 ML	\$1,112.50	\$37,828	19%	\$ 4,201.68	\$5,000	28.48%	71.52%			\$0	1	\$4,202	1	\$4,202
COCACOLA	COCACOLA VIBRIO 300 ML	\$2,175.00	\$60,000	19%	\$ 4,201.68	\$5,000	51.77%	48.23%			\$0	2	\$8,403	2	\$8,403
COCACOLA	COCACOLA VIBRIO ZERO 300 ML	\$2,175.00	\$73,458	19%	\$ 4,201.68	\$5,000	51.77%	48.23%	1	\$4,202	1	\$4,202	1	\$4,202	2
COCACOLA	MIX PROTEINA NATURE 35 GR	\$2,000.00	\$154,000	19%	\$ 5,042.02	\$6,000	39.67%	60.33%			\$0	1	\$5,042	1	\$5,042
EXITO	ACT B BUTTER 91 GR	\$4,700.00	\$4,700	19%	\$ 6,722.60	\$8,000	60.61%	39.39%			\$0	1	\$6,723	1	\$6,723
EXITO	ACT B NATURAL 91 GR	\$4,700.00	\$0	19%	\$ 6,722.60	\$8,000	60.61%	39.39%			\$0	1	\$6,723	1	\$6,723
MAKRO	POTATOS KIKENTAS 118 GR	\$2,286.91	\$0	19%	\$ 6,403.36	\$10,000	38.90%	61.10%			\$0	1	\$6,403	1	\$6,403
MAKRO	TOSH AROS HERBAS	\$1,680.00	\$0	19%	\$ 5,042.02	\$6,000	33.32%	66.68%			\$0	1	\$5,042	1	\$5,042
MAKRO	TOSH AROS TOMATE	\$1,680.00	\$0	19%	\$ 5,042.02	\$6,000	33.32%	66.68%			\$0	1	\$5,042	1	\$5,042
MAKRO	ORIGINAL PRINGLE'S POTATO'S 37GR	\$3,193.27	\$124,538	19%	\$ 5,042.02	\$6,000	53.23%	46.77%			\$0	1	\$5,042	1	\$5,042
MAKRO	CEREAL BARRAS COLOSINA	\$1,352.04	\$36,028	19%	\$ 5,042.02	\$6,000	28.53%	71.47%			\$0	1	\$5,042	1	\$5,042
PUNTO FRIO 1A	STELLA ARTISAN BEER	\$2,871.15	\$128,331	19%	\$ 6,403.36	\$10,000	34.17%	65.83%			\$0	2	\$16,807	2	\$16,807
MAKRO	SODA HAT SU 300 ML	\$2,800.00	\$117,000	19%	\$ 5,042.02	\$6,000	51.57%	48.43%			\$0	1	\$5,042	1	\$5,042
COCACOLA	SCHWEPPE'S GINGER	\$1,433.33	\$38,400	19%	\$ 4,201.68	\$5,000	48.43%	51.57%			\$0	1	\$4,202	1	\$4,202

Tomado de documento proporcionado por jefe inmediato

La Figura 7 muestra el formato que se diligencia diariamente en el área de Grab and Go para su respectiva revision en cierres de mes de la mano con el de la Figura 8 los cuales son entregados al departamento de financiera todos los 1 de cada mes.

Figura 8. Registro de inventario mensual del área de Grab and Go

INVENTARIO						
PROVEEDOR	PRODUCTO	31 JULIO	COSTO UNID	COSTO TOTAL	IVA	
MAKRO	HATU 300 ML CASH	24	\$1,492	\$35,808	19%	
PUNTO FRIO	GORDON'S LATA 275 ML	8	\$6,000	\$48,000	19%	
MAKRO	SMIRNOFF	12	\$6,210	\$74,520		
COCACOLA	POWER AZUL	0	\$1,479.00	\$0	19%	
MAKRO	COCONUT WATER A 330ML	25	\$3,396	\$84,900	19%	AMARILLO BEBIDAS
COCACOLA	KOLA ROMAN	11	\$625	\$6,875	19%	
EXITO	YOGURT GRIEGO	0	\$2,164	\$0	19%	
EXITO	YOGURT ORIGINAL	14	\$2,200	\$30,800	19%	
COCACOLA	YOGURT BUJALA COLANTA	0	\$0	\$0		
COCACOLA	POWER SODA	0	\$1,479.00	\$0	19%	
COCACOLA	SCHWEPPE'S GINGER	21	\$1,444	\$30,324	19%	
COCACOLA	SCHWEPPE'S SODA	20	\$1,444	\$28,872	19%	
PUNTO FRIO 1A	MAIBEC 750ML	3	\$35,000	\$105,000	19%	
PUNTO FRIO 1A	AGUILA CAN 330 ML	36	\$1,688	\$60,798	19%	
COCACOLA	COCACOLA ZERO 330 ML BOTELLA	34	\$1,713	\$58,242	19%	
COCACOLA	JUSO DEL VALLE FRUTAS CITRICAS	42	\$700	\$29,400	19%	
COCACOLA	SCHWEPPE'S TONIC WATER	36	\$1,444	\$52,004	19%	
COCACOLA	COCACOLA 330 ML BOTELLA	28	\$1,713	\$47,964	19%	
PUNTO FRIO	CLUB COLOMBIA	68	\$2,291.66	\$155,799	19%	
COCACOLA	MONSTER AZUL	18	\$3,888	\$69,984	19%	

Tomado de documento proporcionado por jefe inmediato

A continuación, se muestra en la Tabla 1 la relación de las funciones asignadas con sus horarios semanales a cumplir.

Tabla 1. Listado de funciones y horas asignadas

Funciones asignadas a la	Horas por semana
Gestión Operativa del Hotel	
Supervisor del Cowork	9
Gestion operativa del hotel	9
Supervisor Granb and Go	7
Supervisor Retail	15
Tours	8
Total	48

Adaptado de Informe de recursos y servicios bibliográficos (CRAI, 2020).

3.3 Procesos, procedimientos y herramientas

Se evidencia la siguiente Tabla 2, donde se explica los procesos manejados durante los seis meses de prácticas con sus debidos procedimientos y herramientas.

Tabla 2. *Procesos, procedimientos y herramientas*

Proceso	Procedimiento	Herramienta
<p>Supervisión de áreas funcionales del departamento operativo Selina Cartagena</p>	<p>1. Gestión de tareas a la prestación de servicio de cowork</p>	<p>Sistema operativo del hotel Winks, base de datos, puesto de trabajo, documentos compartidos vía correo y vía drive, contacto personal con el cliente, idioma inglés para comunicación.</p>
	<p>2. Gestión de tareas a la prestación de servicio de retail</p>	<p>Sistema operativo del hotel Winks, base de datos, puesto de trabajo, documentos compartidos vía correo y vía drive, contacto personal con el cliente, idioma inglés para comunicación.</p>
	<p>3. Gestión de tareas a la prestación de servicio de tours</p>	<p>Sistema operativo del hotel Winks, base de datos, puesto de trabajo, documentos compartidos vía correo y vía drive, contacto personal con el cliente, idioma inglés para comunicación.</p>
	<p>4. Gestión de tareas para manejo de facturas y comunicación con proveedores</p>	<p>Sistema operativo del hotel Winks y sistema financiero Netsuite, base de datos, puesto de trabajo, documentos compartidos vía correo y vía drive, contacto telefónico y personal.</p>

4. Marco conceptual y normativo

A continuación, se encontrará el marco conceptual y normativo sobre las funciones desempeñadas durante la práctica empresarial:

4.1 Marco conceptual

Selina funciona como una nueva forma de hospedarse, viajar y trabajar en el extranjero por tiempo indefinido, pues busca que sus *Guest* creen comunidad entre ellos y así, continúen viajando juntos alrededor del mundo por las diferentes locaciones con que esta marca cuenta. Utilizando también el profundo conocimiento local de la cultura donde se encuentra cada Selina para crear actividades y experiencias auténticas. El departamento de operaciones que es en el cual se realizan las funciones asignadas anteriormente mencionadas para el desarrollo de la práctica empresarial, es el encargado del ingreso de esas ventas por los servicios adicionales al hospedaje ofrecidos a los huéspedes para que estos vivan una experiencia única en cada locación, pues se busca que con cada servicio ofrecido el huésped conozca la cultura y lugares increíbles que ofrece cada zona. Por lo que en la propuesta valor se evidenciara ese enfoque de la diversificación del portafolio de los servicios ofrecidos para generar de manera positiva ese crecimiento de ventas de Cowork, Retail, G&G y Tours, áreas que conforman el departamento de operaciones. Los siguientes son los conceptos que ayudaron a soportar la propuesta valor desarrollada en este trabajo.

4.1.1 Diversificación de servicios y productos

De acuerdo a economipedia, una estrategia de diversificación es aquella con la que una empresa planea ampliar sus fuentes de ingreso, esto en pro de la búsqueda de un mayor crecimiento mediante el desarrollo de un enfoque nuevo para los productos o servicios existentes o con la investigación de otros perfiles de los consumidores, otras necesidades a atender (Quiroa, 2020).

4.1.2 Optimización del volumen de ventas

Se entiende de acuerdo a la página Lifeder que el volumen de ventas es esa cantidad de productos o servicios que fueron vendidos por la empresa en su operación en un período específico, el cual a su vez es monitoreado por líneas de producto, clientes, subsidiarias o regiones de ventas, lo que a su vez se puede utilizar para modificar el dinero que está dirigido a cualquiera de estas áreas (Sy Corvo, 2019).

4.2 Marco normativo

Las siguientes normatividades son algunas de las que sigue el hotel para su debido funcionamiento, atendiendo a las requeridas por las autoridades en la ciudad y a nivel nacional:

4.2.1 Norma técnica sectorial colombiana NTS-TS 002 del 2014.

Esta norma especifica los requisitos ambientales, socioculturales y económicos, y de gestión para la sostenibilidad aplicable a los establecimientos de alojamiento y hospedaje (MinCIT, 2014). El cumplimiento de esta norma es el que le otorga al hotel un sello anual para el debido funcionamiento, esto debido a que las autoridades en Cartagena realizan una minuciosa labor para

que todos los establecimientos de carácter turístico y hotelero lleven a cabo el acato de esta, pues la ciudad es reconocida por su principal característica del sector turístico.

4.2.2 Resolución número 0312 de 2019.

Estándares mínimos del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo SG-SST(Mintrabajo, 2019). Normas mínimas de todas las organizaciones para que todos sus empleados estén capacitados y sigan el cumplimiento de estos estándares de esta resolución nacional. Para el cumplimiento de esta Selina cuenta con un personal que capacita de manera periódica a sus empleados de manera virtual en todos los temas relacionados con seguridad y salud en el trabajo.

4.2.3 Decreto 1076 de 2015.

Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible (Minambiente, 2015). En el cumplimiento de este decreto Selina capacita también de manera periódica y virtual a sus empleados para que todos conozcan y sigan todas esas prácticas diarias con el medio ambiente en sus lugares de trabajo, pues es una marca ecológica, va siempre en pro de lo sostenible.

5. Aportes

Se mostrarán a lo largo de este punto los aportes que deja la finalización de estas prácticas empresariales en el hotel Selina Cartagena, detallando tanto esos aportes que logro dejar el estudiante a la empresa, como los que la empresa le proporciono al estudiante.

5.1 Propuesta de valor agregado a la empresa

Durante el desarrollo de estas prácticas se buscó dar ese valor agregado a la empresa por parte del estudiante en donde se identificó un bajo volumen de ventas en el departamento donde se desarrollaron las practicas por lo que se propuso hacer una diversificación en cuanto al portafolio de los servicios y productos ofrecidos para así ir gradualmente buscando llegar a los ingresos esperados.

5.1.1 Identificación de la situación problemática

Se identifica en primera instancia que no se cuenta con una gran variedad de servicios en el área de tours ni con variedad de productos en el área de retail por lo que se toma esto como situación problemática ya que esta baja de servicios y productos hace que no generen la cantidad de ingresos que se esperaban en el departamento.

A continuacion se evidencian como eran las ventas antes y la cantidad de productos y servicios que se manejaban en el área de tours y retail. Encontrando para el mes de febrero unas ventas de Tours de \$27.429.209 cop evidenciadas acontinuación en la Figura 9 y de Retail de \$5.722.229 cop evidenciadas en la Figura 10.

Figura 9. Ventas en sistema del mes de febrero del área de Tours



Tomado del sistema hotelero de Selina

La Figura 9 engloba todas las ventas registradas durante el mes de febrero en tours, los cuales están desglosados en la Figura 10 que se ve a continuación, en donde cada producto esta con su respectivo valor para el mes en cuestión.

Figura 10. Tours manejados en el mes de febrero

Producto	Cantidad	Valor	Valor	Valor
TOUR PUE CRAWL BEYOND 48K (14)	14	2,478,000.0	1,813,000.0	665,000.0
TOUR PLAYA BLANCA OPTOUR 60K (4)	5	306,000.0	175,000.0	131,000.0
FREE WALKING & FOOD TOUR (2)	30	264,000.0	0.0	264,000.0
TRANSFER CARTAGENA-PALMIRAS (1)	1	808,000.0	750,000.0	58,000.0
TOUR ISLAS 4X1 OPTOUR (23)	35	6,730,000.0	4,200,000.0	2,530,000.0
TOUR VOLCÁN DEL TOTONO OPTOUR 130K (7)	8	908,000.0	700,000.0	208,000.0
TOUR ISLA BENIGNA BEACH 200K (16)	23	5,718,000.0	4,660,000.0	1,118,000.0
TOUR ATARDORER KONTIKI (5)	10	1,500,000.0	1,500,000.0	800,000.0
TOUR BORA BORA CLUB 2022 (9)	10	2,500,000.0	1,500,000.0	1,000,000.0
VESTA MAKE TUESDAY BOZZEDAY 2021 (1)	3	168,000.0	100,000.0	68,000.0
TOUR ISLA LUXURY CLASSIC 240K (8)	7	1,640,000.0	1,240,000.0	380,000.0
TOUR VESTAMARE 2022 PASADIA (3)	8	1,018,000.0	848,000.0	168,000.0
TOUR ISLA LUXURY OPENBAR 300K (3)	9	2,700,000.0	2,070,000.0	630,000.0
CITYSIGHTSEEING DEPOSIT (2)	3	25,200.0	105,000.0	-79,799.0
TOUR ISLA MICORA Y TARTIPAN OPTOUR 2021 (1)	1	200,000.0	130,000.0	70,000.0
TRANSFER AEROPUERTO-SELINA NACIONAL 40K (3)	3	120,000.0	90,000.0	30,000.0
TOUR PLANCTON AFROCORALEC 300K (1)	2	200,000.0	120,000.0	80,000.0
TOUR BORA BORA VIP 2022 (1)	2	600,000.0	480,000.0	120,000.0

Tomado del sistema hotelero de Selina

Figura 11. Ventas en sistema del mes de febrero del área de Retail

CARGOS	Desde	Hasta	Agrupar por	Resumen
Retail	2022/02/01	2022/02/28	Sin agrupar	SIN AGRUPAR (283)
Todos los grupos				315
Todos los productos				5,722,229.17
Todos los proveedores				404,367.81
				5,317,861.36

Tomado del sistema hotelero de Selina

La Figura 11 engloba todas las ventas registradas durante el mes de febrero en el área de retail, los cuales están desglosados en la Figura 12 en la cual cada producto esta con su respectivo valor para el mes en cuestión.

Figura 12. *Productos manejados en el mes de febrero*

Producto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
TAPABOCA QUERUCURICO (52)	64	64.000.0	32.000.0
LAVANDERIA 4 KILOS 30K (28)	26	786.354.6	786.354.6
TOALLA HIGIENICA (5)	11	9.243.74	5.393.74
LAVANDERIA 3 KILOS 30K (87)	92	2.319.327.36	2.319.327.36
CANDADO BK (40)	43	289.875.67	174.408.86
CEPELLO DENTAL (5)	5	21.008.4	11.423.4
LAVANDERIA PLANCHADO 7K (1)	3	24.999.99	24.999.99
LAVANDERIA 5 KILOS 45K (24)	25	945.378.25	945.378.25
CREMA COLGATE 3K (8)	8	20.168.08	9.768.68
RETAIL TULAS 15K (3)	3	37.813.12	25.813.12
GAFAS RAZZA 90K (1)	1	75.700.0	5.700.0
CARE CURITAS 3K (1)	1	1.321.01	1.221.01
DESODORANTE SOBRE (1)	1	1.480.67	980.67
AFETADORA (1)	2	6.722.68	2.056.68
PINES 13G 20K (1)	1	20.000.0	20.000.0
JABÓN CORAZÓN 14K (1)	1	14.000.0	14.000.0
PECANTE AY MARIA 230K (1)	2	33.613.44	9.213.44
LAVANDERIA 6 KILOS 54K (13)	13	389.915.95	389.915.95
LAVANDERIA 7 KILOS 63K (5)	5	264.705.9	264.705.9
RETAIL CARE SHAMPOO & ACONDICIONADOR 2K (4)	4	6.722.68	3.022.68

Tomado del sistema hotelero de Selina

5.1.2 Contribución de conocimiento a la empresa

Se procedió a la búsqueda y contacto con nuevos proveedores para así ir generando esa diversificación de estos portafolios ofrecidos durante los meses siguientes a febrero y poder tener al mes de agosto unos resultados significativos.

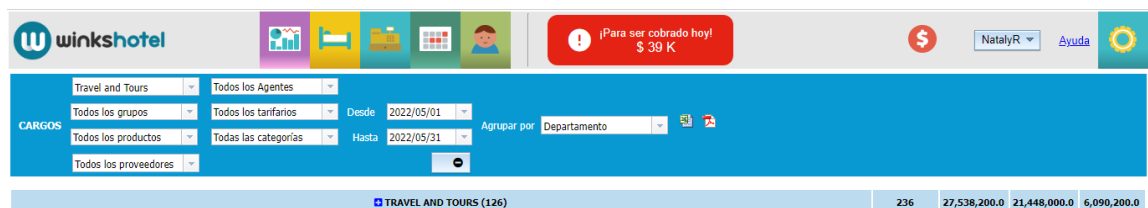
Evidenciando a continuación en la Figura 13 y Figura 14 el aumento que se fue dando en las ventas para el mes de mayo en ambas áreas. Se paso en Retail de \$5.722.229 cop a \$14.108.334 cop y en Tours de \$27.429.209 cop a \$27.538.200 cop, se ve un aumento muy significativo en Retail pues los productos nuevos fueron aceptados con gran acogida por el publico objetivo, en Tours no fue mucho el aumento ya que algunos acuerdos con los proveedores no se habian finalizado y por enden los servicios aun no se ofrecian al público.

Figura 13. Ventas en sistema del mes de mayo del área de Retail



Tomado del sistema hotelero de Selina

Figura 14. Ventas en sistema del mes de mayo del área de Tours



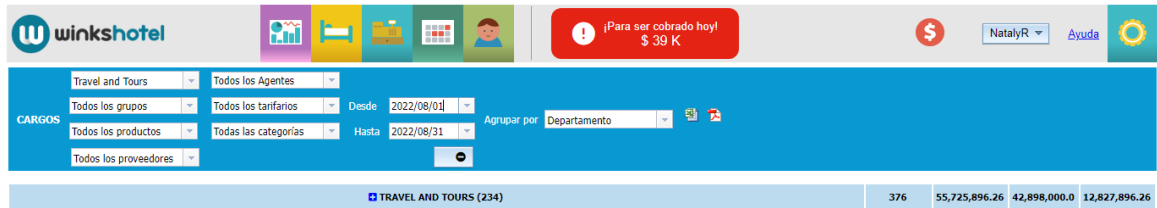
Tomado del sistema hotelero de Selina

5.1.3 Impacto desde los resultados y/o logros

Ya para el mes de agosto gracias al logro de haber cerrado los acuerdos con los proveedores faltantes y sumas de otros durante los meses de mayo a agosto, hizo que se lograran las metas propuestas y la diversificación que se buscaba, dando así un gran potencial para el departamento quien es comparación con los demás Selina Colombia fue uno de los mejores durante este mes.

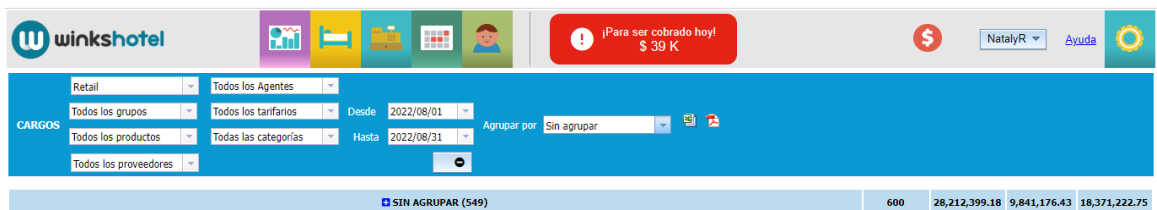
Se evidencia a continuación en las Figura 15 y Figura 16 esos valores significativos en los ingresos obtenidos durante este mes, mostrando un cambio de \$5.722.229 cop en el mes de mayo para Retail a \$28.212.399 cop y en el área de Tours de \$27.429.209 cop en mayo a \$55.725.896 cop para el mes de agosto.

Figura 15. Ventas en sistema del mes de agosto del área de Tours



Tomado del sistema hotelero de Selina

Figura 16. Ventas en sistema del mes de agosto del área de Retail



Tomado del sistema hotelero de Selina

5.2 Aportes de la empresa al proceso formativo

La realización de las prácticas empresariales con Selina, hizo que el tiempo que duraron fuese muy enriquecedor, pues deja grandes aportes al proceso formativo tanto profesional como personal, en donde se aprende a ser dedicado y responsable pues al ser una marca de presencia global te exige esos estándares manejados en todas sus locaciones, por lo cual se aprende un poco más de ese manejo que conlleva una marca como esta; a crear y mantener un ambiente laboral que este basado en el respeto de todos y cada uno de los individuos que componen la organización, ya que así fuesen de otro departamento diferente al de operaciones se mantiene ese cariño y pasión

por el trabajo, pues al fin y al cabo todos en conjunto hacen que toda la operación del hotel sea la mejor buscando siempre brindar un gran servicio.

El tener un jefe inmediato en el departamento de operaciones ayuda lograr adquirir muchos conocimientos para entender así todo el funcionamiento operativo interno que conlleva el hotel, todo lo relacionado a manejo y comunicación con proveedores para realizar alianzas y buscar una mayor diversificación en cuanto a productos ofrecidos en el departamento, lo que a su vez iba de la mano del manejo inventarios y registros de ventas para un mejor control, y a su vez todas los nuevos mecanismos implementados para ejecutar de una mejor manera el departamento y sus demandas diarias, pues al crecer en mayor volumen de proveedores se duplicaron las tareas a realizar con todo lo de registros y facturaciones a manejar.

6. Conclusiones y recomendaciones

Siguiendo la puesta en práctica del objetivo principal de este trabajo el cual se menciona al principio sobre la profundización de los diferentes conocimientos adquiridos durante la carrera Negocios Internacionales en el ambiente ofrecido por Selina se logró lo esperado, pues durante los seis meses se alcanzó a entender y conocer más a fondo este sector hotelero y turístico, y lograr aportar ese valor agregado al currículo profesional y personal, pues son muchas las enseñanzas que dejan cada persona con la que se interactúa en el trabajo y más en Selina donde el ambiente permite interactuar con otras culturas.

En cuanto a recomendación hacia la empresa se sugiere ampliar contrataciones para el departamento de operaciones, ya que son muchas áreas a operar, las cuales están en constante crecimiento demandando cada día más tareas a realizar.

Referencias

- Alcalde, J. C. (25 de junio de 2019). *Coworking*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/coworking.html>
- Cartagena, S. (22 de 08 de 2022). *Selina*. Obtenido de <https://www.selina.com/es/colombia/cartagena/>
- CRAI USTA Bucaramanga. (2020). *Informe de recursos y servicios bibliográficos*. Bucaramanga: Universidad Santo Tomás.
- DictionaryCambridge. (2022). *DictionaryCambridge*. Obtenido de <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/grab-and-go>
- ELEJALDE, L. L. (2022). *Portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/inflacion-en-colombia-para-junio-de-2022-567824>
- G, A. (2022). *Escuela Nomada digital*. Obtenido de <https://escuelanomadadigital.com/nomada-digital/>
- Grudemi, E. (2021). *Enciclopedia economica*. Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/supervisor/>
- Ledo World Manager*. (2022). Obtenido de Amazonaws.com. https://s3.us-west-1.amazonaws.com/wm.battlestar.rustici/.player/modern.html?configuration=selina&preventRightClick=false&cc=es_419&ieCompatibilityMode=none&cache=20.1.39.878&playerConfUrl=https%3A%2F%2Fledo.worldmanager.com%2Frustici%2FPla

- Minambiente. (26 de 05 de 2015). *Minambiente.gov*. Obtenido de <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/06/Decreto-1076-de-2015.pdf>
- MinCIT. (05 de 11 de 2014). *Mincit.gov*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=f200f357-97f9-408a-a2c1-07e1a929c1fc>
- Mintrabajo. (13 de 02 de 2019). *Mintrabajo.gov*. Obtenido de <https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/59995826/Resolucion+0312-2019-+Estandares+minimos+del+Sistema+de+la+Seguridad+y+Salud.pdf>
- publica, F. (26 de 05 de 2015). *Funcionpublica.gov*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=78153>
- Quiroa, M. (07 de agosto de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estrategia-de-diversificacion.html>
- Rada, P. K. (2022). *Tienda nube blog*. Obtenido de <https://www.tiendanube.com/blog/retail-definicion/>
- Seliina bamboohr*. (2022). Obtenido de <https://selina.bamboohr.com/employees/orgchart.php?pin>
- Selina* . (22 de 08 de 2022). Obtenido de <https://www.selina.com/es/colombia/cartagena/>
- Selina*. (2022). Obtenido de <https://www.selina.com/es/colombia/cartagena/>
- Selina*. (22 de 08 de 2022). *Selina*. Obtenido de <https://www.selina.com/es/colombia/cartagena/>
- Sole, A. C. (2006). *Instrumentación Industrial*. Mexico: Alfaomega.
- SuiteCommerce, N. (2022). *Noblue*. Obtenido de <https://noblue.es/netsuite/suitecommerce/>

Sy Corvo, H. (29 de julio de 2019). *Lifeder.com*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/volumen-de-ventas/>

Uexternado. (09 de 2003). *Uexternado*. Obtenido de <https://www.uexternado.edu.co/wp-content/uploads/2017/01/MANUAL-DE-PRACTICAS.pdf>