

**"OPTIMIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD EN LA INDUSTRIA RESTAURANtera:
ESTRATEGIAS INTEGRADAS PARA EL RESTAURANTE "EL VIUDO Y MOJARRA"
EN RICAURTE, CUNDINAMARCA"**

SISTEMATIZACION DE PRACTICA

WILLIAM ARMANDO RAMIREZ GONZÁLEZ

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
CIENCIAS EMPRESARIALES
GIRARDOT – CUNDINAMARCA
2024**

**"OPTIMIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD EN LA INDUSTRIA RESTAURANtera:
ESTRATEGIAS INTEGRADAS PARA EL RESTAURANTE "EL VIUDO Y MOJARRA"
EN RICAURTE, CUNDINAMARCA"**

**Trabajo Escrito para optar
El título de Administrador de Empresas**

**ASESOR ACADEMICO:
ERICK MAURICIO ALVAREZ TOBIAN**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
CIENCIAS EMPRESARIALES
GIRARDOT – CUNDINAMARCA
2024**

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a Dios por permitirme conocer de su inmenso amor cada día y llegar hasta este momento de formación para la vida lo cual me servirá en un futuro, a mi familia en especial a mi mamá y mis hermanas quienes nunca han dudado que se podía lograr la meta con el cariño incondicional que ellas siempre me brindan y por otro lado a las personas quienes estuvieron en cada proceso semestre a semestre a mis profesores los cuales tienen la ardua tarea de enseñar con paciencia y dedicación a las directivas de la universidad quienes dieron las facilidades para poder estudiar sin contratiempos y poder adquirir los conocimientos para los cuales poder realizar este trabajo de grado.

HOJA DE APROBACION

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	7
ABSTRACT	8
INTRODUCCIÓN	9
1. ANTECEDENTES Y MARCO REFERENCIAL	10
1.1 MARCO CONTEXTUAL	12
1.2 MARCO TEÓRICO	13
1.3 MARCO LEGAL	16
1.3.1 REGLAMENTACIONES, LEYES Y OBLIGACIONES.	19
2 PLANEACIÓN Y METODOLOGÍA	20
2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE APRENDIZAJE	23
2.2 IDENTIFICACIÓN DE ACTORES INVOLUCRADOS Y PARTICIPANTES	24
2.3 ESTRUCTURA DEL MODELO DE RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA	26
2.3.1 VARIABLES, INDICADORES, HERRAMIENTAS E INSTRUMENTOS	27
2.3.2 MATRIZ DE PLANEACIÓN (DIAGRAMA DE GANNT Y TABLA DE RECURSOS)	27
2.4 MODELO DE DIVULGACIÓN DE LA EXPERIENCIA	28
3 RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA	29
3.1 MOMENTOS HISTÓRICOS Y EXPERIENCIAS	30
3.1.1 PRINCIPALES HITOS O HECHOS RELEVANTES (A LA VOZ DE LOS PARTICIPANTES)	31
4 APRENDIZAJES	32
4.1 APORTES SIGNIFICATIVOS DE LA EXPERIENCIA EN LO HUMANO	33
4.2 APORTES SIGNIFICATIVOS EN LO SOCIAL	33

4.3	APORTES SIGNIFICATIVOS EN LO ECONÓMICO O TÉCNICO (DE APLICAR EN EL CASO DE LAS INGENIERÍAS, TECNOLOGÍAS O ADMINISTRACIÓN, PRINCIPALMENTE)	34
4.4	PRINCIPALES APRENDIZAJES EN PARA EL PERFIL PROFESIONAL	36
4.5	APRENDIZAJES ABORDADOS DESDE LA PERSPECTIVA DE LA SOCIALIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA	37
5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	38
6	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	39
7	ANEXOS.....	41
	Registro Fotográfico	41

RESUMEN

El restaurante "La Mojarra y el Viudo" ha sido un protagonista clave en el sector gastronómico local, destacándose por su cocina tradicional con un toque moderno y su compromiso con la excelencia en el servicio. La gestión efectiva de este establecimiento ha tenido un impacto positivo tanto en lo social como en lo económico, generando empleo, promoviendo la cultura gastronómica regional y contribuyendo al desarrollo turístico de la zona.

Desde la perspectiva profesional, la experiencia en el restaurante ha proporcionado aprendizajes significativos en diversas áreas. Se desarrollaron habilidades técnicas en cocina, gestión de operaciones y administración, así como habilidades interpersonales en atención al cliente, trabajo en equipo y resolución de problemas. Estos aprendizajes no solo son relevantes para la industria gastronómica, sino que también son transferibles a otros sectores y contribuyen al desarrollo personal y profesional integral.

En lo humano, la experiencia en el restaurante "La Mojarra y el Viudo" ha fortalecido la resiliencia, la creatividad y la empatía entre todos los trabajadores del restaurante. Se ha fomentado una cultura organizacional basada en valores de servicio, innovación y responsabilidad social. Además, se ha promovido el bienestar emocional y la salud mental a través de un entorno laboral positivo y colaborativo.

ABSTRACT

The restaurant “La Mojarra y el Viudo” has been a key player in the local gastronomic sector, standing out for its traditional cuisine with a modern touch and its commitment to excellence in service. The effective management of this establishment has had a positive impact both socially and economically, generating employment, promoting the regional gastronomic culture and contributing to the development of tourism in the area.

From a professional perspective, the restaurant experience has provided significant learning in several areas. Technical skills in cooking, operations management and administration were developed, as well as interpersonal skills in customer service, teamwork and problem solving. These skills are not only relevant to the gastronomy industry, but are also transferable to other sectors and contribute to integral personal and professional development.

On the human side, the experience at the restaurant “La Mojarra y el Viudo” has strengthened resilience, creativity and empathy among all the workers of the restaurant. It has fostered an organizational culture based on values of service, innovation and social responsibility. In addition, it has promoted emotional well-being and mental health through a positive and collaborative work environment.

INTRODUCCIÓN

La gestión efectiva de las dependencias del restaurante “La Mojarra y el Viudo” en el municipio de Ricaurte Cundinamarca, es un componente esencial para su éxito en un entorno competitivo y dinámico como lo es la industria gastronómica del sector turístico de la región del Alto Magdalena.

En el caso del restaurante “La Mojarra y el Viudo” en el municipio de Ricaurte Cundinamarca, este aspecto cobra una mayor relevancia debido al contexto único en el que opera y las expectativas específicas de los comensales locales y visitantes. En esta introducción se abordarán los objetivos y estructura de este trabajo, así como aspectos del marco contextual, teórico y legal. (Stevens, "Loose Space: Possibility and Diversity in Urban Life", 2007)

La gestión de dependencias del restaurante “La Mojarra y el Viudo” no solo afecta el funcionamiento interno del establecimiento, sino que también tiene un impacto directo en la experiencia del cliente y en la percepción general de la marca. En un mundo cada vez más competitivo y exigente, donde los consumidores valoran no solo la calidad de los alimentos, sino también el servicio, la atmósfera y la atención al detalle, la capacidad de un restaurante para gestionar eficazmente todas sus dependencias se convierte en un factor determinante para su éxito a largo plazo. (Michael D. Olsen, 2019)

El restaurante “La Mojarra y el Viudo” en el municipio de Ricaurte Cundinamarca, tiene un enfoque en la cocina tradicional y ancestral sobre las riberas del Magdalena en

el centro del país, con un toque moderno. Gracias a su atención al detalle, servicio personalizado y compromiso con la excelencia, el restaurante se ha ganado una sólida reputación tanto entre los residentes locales como entre los visitantes.

1. ANTECEDENTES Y MARCO REFERENCIAL

✓ Antecedentes

El restaurante “La Mojarra y el Viudo” en el municipio de Ricaurte Cundinamarca, seleccionado para este estudio, ha estado operando durante los últimos diez años. Fundado por un grupo de emprendedores locales con una pasión compartida por la gastronomía, el restaurante “La Mojarra y el Viudo” en el municipio de Ricaurte Cundinamarca, ha experimentado un crecimiento constante y ha logrado establecerse como un destino culinario popular en la región.

Durante sus primeros años, el restaurante “La Mojarra y el Viudo”, se centró en ofrecer platos tradicionales colombianos con un toque casero y familiar. Sin embargo, con el paso del tiempo y el aumento de la competencia en el mercado gastronómico local, el restaurante ha buscado diferenciarse a través de la innovación y la creatividad en sus propuestas culinarias. (Bourdain, 2000)

Con el objetivo de adaptarse a las demandas cambiantes de los clientes y mantenerse relevante en un mercado cada vez más competitivo, el restaurante ha realizado varias inversiones en infraestructura, tecnología y capacitación de personal. Esto incluye la renovación de las instalaciones, la adopción de sistemas de gestión de pedidos y

reservas, la implementación de programas de capacitación en servicio al cliente, como también la correcta manipulación higiénica, la conservación y custodia de la cadena de fríos de los alimentos base de los platos servidos en el restaurante “La Mojarra y el Viudo”. (Minor, 2018)

✓ Marco Referencial

El restaurante “La Mojarra y el Viudo” se encuentra inmerso en el entorno económico, social y cultural del municipio de Ricaurte Cundinamarca, el cual influye en su funcionamiento y desarrollo puesto que esta región es conocida por su rica tradición agrícola, su patrimonio histórico y su belleza natural, lo que lo convierte en un destino atractivo para turistas y visitantes.

En términos económicos, el restaurante “La Mojarra y el Viudo” en el municipio de Ricaurte Cundinamarca, se beneficia de la creciente actividad turística en la región, que ha generado una demanda creciente de servicios gastronómicos de calidad. Además, la proximidad a centros urbanos importantes como Bogotá y Girardot ha permitido al restaurante “La Mojarra y el Viudo” atraer tanto a clientes locales como a turistas de fuera de la región. (Ministerio de Comercio, 2020)

En el aspecto social y cultural, el restaurante refleja la diversidad y la riqueza cultural de Ricaurte y sus alrededores. A través de su oferta gastronómica, el restaurante celebra la herencia culinaria colombiana y promueve la inclusión y el intercambio cultural entre los clientes y el personal. ((ICANH), 2019)

En resumen, el restaurante “La Mojarra y el Viudo” del municipio de Ricaurte Cundinamarca, opera en un contexto dinámico y diverso, donde los factores económicos, sociales y culturales interactúan para influir en su desempeño y desarrollo. Comprender y adaptarse a este contexto es esencial para garantizar el éxito y la sostenibilidad del restaurante a largo plazo. (Santos, 2020)

1.1 MARCO CONTEXTUAL

El restaurante “La Mojarra y el Viudo”, escogido para este estudio se encuentra en Ricaurte, Cundinamarca, un municipio con una rica historia y una vibrante escena gastronómica. Ricaurte se distingue por su ubicación estratégica, en la región del Alto Magdalena, rodeado de paisajes naturales impresionantes y atracciones turísticas que atraen tanto a visitantes locales como a extranjeros. Esta ubicación geográfica privilegiada ha convertido a Ricaurte en un destino culinario popular, donde los restaurantes no solo ofrecen delicias gastronómicas, sino que también son lugares de encuentro social y cultural. (turismo, 2020)

Cundinamarca

Ricaurte

ubicación



El entorno económico y social de Ricaurte también influye en el funcionamiento del restaurante “La Mojarra y el Viudo”. La economía local está impulsada principalmente por la agricultura, el turismo y el comercio, lo que significa que el

restaurante está expuesto a factores ambientales climáticos, la disponibilidad de ingredientes locales y la competencia con otros establecimientos. Además, la diversidad cultural y étnica de la población de Ricaurte se refleja en la oferta gastronómica del restaurante “La Mojarra y el Viudo”, que busca satisfacer los gustos y preferencias de una amplia gama de clientes. ((IGAC), 2019)

En términos de tendencias gastronómicas, Ricaurte está influenciado por las corrientes internacionales y las innovaciones culinarias, pero también se aferra a sus tradiciones y recetas locales. El restaurante se esfuerza por mantener un equilibrio entre la autenticidad y la modernidad, ofreciendo platos clásicos reinventados con técnicas contemporáneas e ingredientes frescos de la región. (regional, 2018)

1.2 MARCO TEÓRICO

El marco teórico se basa en los principios fundamentales de la gestión de restaurantes, que incluyen la planificación estratégica, la gestión de operaciones, el marketing y la atención al cliente, entre otros aspectos. La gestión de dependencias en un restaurante implica la coordinación efectiva de todas estas áreas para garantizar un funcionamiento armonioso y una experiencia satisfactoria para los clientes.

Dentro de nuestro trabajo exploramos y estudiamos los principios básicos de la gestión en la industria de la hospitalidad según lo presentado por (Walker, 2017). Esto incluiría temas como planificación, organización, liderazgo, control y toma de decisiones, adaptándolos al contexto específico de la industria hotelera, de restaurantes, turismo, etc. (Walker, 2017), define la hospitalidad como "*el negocio de ayudar a las personas a sentirse bienvenidas y satisfechas*" dentro de un entorno

donde los huéspedes son atendidos de manera cordial y profesional; nuestro autor también examina cómo las teorías de gestión clásicas y contemporáneas se aplican dentro del ámbito de la hospitalidad, brinda ejemplos como se pueden aplicar y analizar las teorías de motivación de empleados y aprovecharlas en el personal de nuestro restaurante “La Mojarra y el Viudo”, para mejorar el servicio al cliente y la satisfacción del personal.

Con todo lo anterior nos brinda un foque dirigido a comprender y explicar la gestión de servicios en la industria de la hospitalidad. Esto podría incluir la gestión de la calidad del servicio, la gestión de la experiencia del cliente y estrategias para la satisfacción del cliente.

Por otro lado, el marketing y la atención al cliente son también aspectos claves en la gestión del restaurante “La Mojarra y el Viudo”. Es importante para el negocio desarrollar estrategias efectivas para atraer y retener clientes, ya sea a través de campañas publicitarias, promociones especiales o programas de fidelización. La atención al cliente debe ser prioritaria en todas las interacciones, desde la reserva de una mesa hasta el servicio en el comedor, garantizando que cada cliente se sienta valorado y satisfecho. (Keller, Pearson)

Philip Kotler y Kevin Lane Keller nos describen en su libro "Marketing Management", que los mercados se pueden segmentar en grupos de consumidores con características y necesidades similares.

En su libro nos brinda la siguiente interpretación “*La segmentación de mercado es un proceso fundamental en el marketing moderno. Consiste en dividir el mercado en*

grupos homogéneos de consumidores con necesidades, deseos y comportamientos similares. Esto permite a las empresas dirigir sus esfuerzos de marketing de manera más efectiva, adaptando sus productos, precios, distribución y comunicación para satisfacer las necesidades específicas de cada segmento." (Keller, Pearson).

El restaurante "La Mojarra y el Viudo", puede adaptar los puntos del marketing en la generación de conciencia, atracción de clientes y construcción de relaciones duraderas con los comensales; el restaurante se puede centrar específicamente en la gestión de marketing y la promoción del restaurante "La Mojarra y el Viudo"; también el marketing mix (las 4P: producto, precio, plaza y promoción) y la orientación al cliente. Se puede examinar cómo estos conceptos se desarrollan y aplican a los diferentes contextos del negocio.

Para el restaurante "La Mojarra y el Viudo", es importante lograr un concepto más claro y profundo sobre el ámbito del marketing y la gestión, especialmente centrado en las contribuciones de Al Ries y Jack Trout, *"El posicionamiento debe ser relevante para las necesidades y deseos del público objetivo. La empresa debe ofrecer algo que sea valioso y significativo para los consumidores."*

Esto incluiría discusiones sobre cómo identificar y comunicar una propuesta de valor única, cómo diferenciarse de la competencia y cómo adaptar el posicionamiento a diferentes segmentos de mercado; detallar diversas estrategias de posicionamiento que las empresas pueden utilizar para alcanzar y mantener una posición deseada en la mente de los consumidores. Este texto incluye ejemplos de estrategias exitosas y análisis de casos de estudio que ilustran cómo las empresas han implementado

estrategias de posicionamiento efectivas. (Ries, 1981), ilustra como podemos aplicar los conceptos en un ambiente empresariales, incluidos sectores específicos como la industria alimentaria, la tecnología, el turismo, entre otros. Esto implica identificar oportunidades para aplicar estrategias de posicionamiento en diferentes situaciones comerciales y adaptarlas a las necesidades y características del mercado objetivo. (Ries, 1981).

Los autores ofrecen consejos prácticos para desarrollar y ejecutar una estrategia de posicionamiento exitosa, incluida la identificación de un nicho de mercado, la comunicación de una propuesta de valor clara y la diferenciación de la competencia.

1.3 MARCO LEGAL

En el marco legal, el restaurante “La Mojarra y el Viudo”, está sujeto a una serie de regulaciones y normativas que reglamentan su funcionamiento. Esto incluye leyes relacionadas con la seguridad alimentaria, la higiene, el manejo de residuos, las condiciones laborales, las obligaciones tributarias locales, nacionales y la protección del consumidor. Es fundamental cumplir con estas regulaciones para garantizar la seguridad y el bienestar tanto de los clientes como del personal del restaurante. (Ninemeier, 2017)

En Colombia, el decreto 539 de 2014 enuncia los requisitos que se deben cumplir en lo que a la manipulación de alimentos se refiere: El presente decreto tiene por objeto establecer el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir los importadores y exportadores de alimentos para el consumo humano, materias primas e insumos para alimentos destinados al consumo humano para ser

utilizados en la fabricación de alimentos, así como el procedimiento para habilitar fábricas de alimentos ubicadas en el exterior, con el fin de proteger la salud humana y prevenir posibles daños a la misma y las prácticas que puedan inducir a error, confusión o engaño a los consumidores. (Congreso de la República de Colombia, 2014)

Para la constitución del restaurante “La Mojarra y el Viudo”, se realizaron los siguientes pasos:

- ✓ Registrar el nombre del restaurante, no sin antes verificar que no haya sido utilizado por otra persona.
- ✓ Preparar los estatutos de la compañía. Éstos son el contrato que regulará la relación entre los socios y la sociedad.
- ✓ Tramitar el PRE-RUT en la Cámara de Comercio antes de proceder al registro. Es necesario presentar estatutos, formularios diligenciados, la cédula del representante legal y la de su suplente.
- ✓ La Inscripción en el Registro se hará en la Cámara de Comercio donde estudiarán la legalidad de los estatutos; se debe tener en cuenta que es necesario cancelar el impuesto de registro, el cual tiene un valor del 0.7% del monto del capital asignado.
- ✓ Es obligatorio que con la empresa registrada y el PRE-RUT, se proceda a abrir una cuenta bancaria. Sin la certificación de apertura de la cuenta, la DIAN no procederá a registrar el RUT como definitivo.
- ✓ Con el certificado bancario se debe tramitar en la DIAN el RUT definitivo.

- ✓ Llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional.
- ✓ En la DIAN, se debe solicitar una resolución de facturación, el cual deberá ser POS y Manual para cualquier contingencia que se presente.
- ✓ Solicitar la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio; éstos serán el Libro de actas y el Libro de accionistas. La falta de registro de los libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios.
- ✓ Registrar a la empresa en el sistema de Seguridad Social, para poder contratar empleados.

1.3.1 REGLAMENTACIONES, LEYES Y OBLIGACIONES.

Para poder poner en funcionamiento el restaurante, se debe cumplir con las reglamentaciones, leyes y obligaciones descritas por Gerencie.com (2017), como se presenta a continuación:

- ✓ Uso del suelo, el documento lo expide la secretaria de Planeación Municipal y su función es verificar el uso del suelo con las curadurías urbanas.
- ✓ Nombre del negocio, lo expide la Cámara de Comercio y su objetivo es confirmar si el nombre del negocio no esté siendo utilizado por otro establecimiento, para esto se solicita un antecedente marcarío. Si el nombre está disponible, se registra ante la Cámara de Comercio mediante la matrícula mercantil.
- ✓ Registros sanitarios, los expide la Secretaría de Salud, su objetivo es solicitar los registros sanitarios los cuales son otorgados mediante las visitas de funcionarios del Estado, con ellos se certifica el cumplimiento de las condiciones de higiene y dotación de los negocios.
- ✓ Uso de la música, entidad SAYCO Y ACINPRO, quienes cobran una tarifa anual por el uso de la música o pago por derechos de autor.
- ✓ Actividad comercial, se debe informar a PLANEACIÓN MUNICIPAL, sobre la apertura del establecimiento mediante una carta en la que se especifiquen la actividad comercial y los horarios de atención.
- ✓ Certificado de bomberos, se debe concertar con los bomberos del área una visita de supervisión a las instalaciones eléctricas y de gas, a las vías de evacuación en caso de emergencia y el estado de los extintores, entre otros aspectos de seguridad.

- ✓ Reglamentación del DAGMA, se deben implementar sistemas que permitan controlar el nivel de ruido según los decibeles permitidos por el DAGMA.

2 PLANEACIÓN Y METODOLOGÍA

Teniendo en cuenta la evolución de los mercados, las percepciones de los clientes y las nuevas necesidades, es imprescindible conocer a fondo lo que los clientes necesitan y buscan para satisfacer sus requerimientos.

Durante es estudio se realizó un trabajo de campo dentro del restaurante “La Mojarra y el Viudo”, para obtener información directamente del restaurante y la interacción entre los comensales y el personal que interviene durante el tiempo de servicio, (porteros, meseros, chefs y administrador), que hacen parte de la cotidianidad del restaurante. Se empleará un enfoque no experimental, ya que no se realizarán manipulaciones de variables para obtener resultados. La investigación será de tipo descriptivo cualitativo dando a conocer las actividades de la practica.

Por tal razón el impacto en la experiencia del cliente y la percepción de la marca es de vital importancia para cualquier negocio, incluidos los restaurantes, por varias razones fundamentales, entre las cuales se encuentran: (Kotler & Keller, 2016)

- ✓ Primera mente se hizo un planteamiento de cuales eran los problemas o sugerencias de la administración llegando a un acuerdo de actividades en la primera practica la cual era organizar el archivo desde el 2020 hasta el 2023 que es hasta cuando estuve realizando las practicas, también realización de inventarios y conocimiento de los proveedores para así mismo entrarme en lo

que era el conocimiento de el software gastronómico el cual se llama fudo y maneja inventarios y proyecciones de venta semanal, mensual, trimestral, semestral y anual de las ventas y inventarios en general.

- ✓ Fidelización de Clientes: Una experiencia positiva del cliente crea una conexión emocional con la marca, lo que aumenta la probabilidad de que los clientes regresen al restaurante en el futuro. La fidelización de clientes es crucial para el éxito a largo plazo de un restaurante, ya que los clientes leales no solo generan ingresos recurrentes, sino que también pueden actuar como defensores de la marca y recomendar el restaurante a otros. (Reichheld, 1996)

- ✓ Diferenciación Competitiva: En un mercado saturado de opciones gastronómicas, la experiencia del cliente y la percepción de la marca pueden diferenciar a un restaurante de sus competidores. Un restaurante que ofrece una experiencia única y memorable, tanto en términos de calidad de la comida como de servicio al cliente, puede destacarse y atraer a una base de clientes leales, incluso en un mercado altamente competitivo. (Porter, 1985)

- ✓ Reputación de Marca: La experiencia del cliente y la percepción de la marca influyen directamente en la reputación del restaurante. Los clientes satisfechos son más propensos a dejar comentarios positivos, recomendar el restaurante a otros y compartir sus experiencias en las redes sociales, lo que contribuye a una imagen positiva de la marca. Por otro lado, las experiencias negativas pueden dañar la reputación de la marca y afectar la percepción del público.

- ✓ Rentabilidad: Los clientes que tienen una experiencia positiva en un restaurante tienden a gastar más y con mayor frecuencia. Además, están dispuestos a pagar un precio premium por una experiencia excepcional. Por lo tanto, una experiencia de la cliente bien gestionada puede tener un impacto directo en la rentabilidad del restaurante, aumentando los ingresos y maximizando el valor del cliente a lo largo del tiempo. (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2012)

Es así como el impacto en la experiencia del cliente y la percepción de la marca en el contexto de los restaurantes puede ser ampliamente estudiadas en el dinámico mundo del marketing, por lo cual comprender las complejidades de la mente del consumidor se ha vuelto esencial para el éxito de cualquier estrategia comercial. En este sentido, es importante hacer referencia en esta investigación en la gestión de servicios en la industria de la hospitalidad, el marketing y el posicionamiento en el mercado, el cual emergen como disciplinas innovadoras que busca desentrañar la gestión de servicios en la industria de la hospitalidad.

Todo lo anterior implica la planificación, organización, dirección y control de las actividades relacionadas con la prestación de servicios a los clientes. Este proceso abarca desde la definición de los servicios que se ofrecerán hasta la evaluación de la satisfacción del cliente y la búsqueda de oportunidades para mejorar.

Ubicado en un entorno geográfico privilegiado y enriquecido por la diversidad cultural de Ricaurte y sus alrededores, el restaurante "La Mojarra y el Viudo" se enfrenta a la tarea de atraer y cautivar a una clientela cada vez más exigente y diversa. En este sentido, comprender cómo el cerebro de los clientes responde a estímulos

como el menú, la decoración, el servicio y la publicidad puede proporcionar valiosas ideas para mejorar la experiencia gastronómica y aumentar la lealtad hacia el establecimiento.

La gestión efectiva de servicios, el marketing estratégico y un sólido posicionamiento en el mercado son elementos fundamentales para el éxito en la industria de la hospitalidad. En este contexto, se realizarán actividades para analizar cómo estos aspectos impactan en el desempeño del restaurante "El Viudo y Mojarra" ubicado en Ricaurte, Cundinamarca. Este restaurante se ha destacado por ofrecer una experiencia gastronómica única, fusionando la tradición culinaria local con un servicio de calidad y una atmósfera acogedora.

En última instancia, este estudio tiene como objetivo contribuir al crecimiento y la sostenibilidad del restaurante "La Mojarra y el Viudo", al tiempo que brinda nuevas perspectivas sobre cómo la ciencia del cerebro puede informar y enriquecer las prácticas de marketing en la industria de la restauración.

2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE APRENDIZAJE

En el contexto de la industria de la hospitalidad en Ricaurte, Cundinamarca, el restaurante "El Viudo y Mojarra" se enfrenta a diversos desafíos y oportunidades en su gestión de servicios, estrategias de marketing y posicionamiento en el mercado. A pesar de su larga trayectoria y su reputación establecida, el restaurante se encuentra en un entorno competitivo donde la demanda de experiencias gastronómicas

excepcionales y la presión por mantenerse relevante en el mercado son constantes. En este sentido, el problema que se plantea es:

¿Cómo puede el restaurante, ¿La Mojarra y el viudo mejorar su gestión de servicios, ¿estrategias de marketing y posicionamiento en el mercado para mantener y fortalecer su posición competitiva en la industria de la hospitalidad en Municipio de Ricaurte?

Objetivos

- Mantener una oferta gastronómica de calidad.
- Reactivar las redes sociales de establecimiento.
- Generar una experiencia única en los platos típicos de la región.
- Sincronizar las actividades dentro del establecimiento para el buen ambiente laboral.

2.2 IDENTIFICACIÓN DE ACTORES INVOLUCRADOS Y PARTICIPANTES

Propietarios y Gerencia: Los propietarios del restaurante y el equipo directivo desempeñan un papel crucial en la toma de decisiones estratégicas y la supervisión general de las operaciones. Son responsables de establecer objetivos, políticas y directrices para la gestión de la operación cotidiana de restaurante "La Mojarra y el Viudo".

Personal Operativo: El personal operativo incluye cocineros, camareros, personal de limpieza y otros empleados directamente involucrados en la preparación y

servicio de alimentos, así como en el mantenimiento del restaurante. Su desempeño afecta directamente la calidad del servicio y la experiencia del cliente.

Recursos Humanos: El departamento de recursos humanos, se encarga de reclutar, contratar, capacitar y gestionar al personal. Su participación es crucial para garantizar la disponibilidad de mano de obra calificada y motivada.

Proveedores y Distribuidores: Los proveedores de alimentos, bebidas y otros insumos son actores externos importantes. Mantener relaciones sólidas con proveedores confiables garantiza el suministro oportuno y la calidad de los ingredientes utilizados en el restaurante "La Mojarra y el Viudo".

Clientes: Los clientes son participantes claves, ya que su satisfacción determina el éxito del restaurante "La Mojarra y el Viudo". Sus preferencias y comentarios influyen en las decisiones operativas y estratégicas del negocio.

Autoridades Regulatorias: Las autoridades locales y nacionales, como las entidades de salud y seguridad alimentaria, imponen regulaciones y normativas que el restaurante debe cumplir. Estas regulaciones afectan la gestión de dependencias relacionadas con la higiene, seguridad y licencias.

Comunidad Local: La comunidad local también puede ser considerada un actor importante, especialmente en áreas turísticas como Ricaurte Cundinamarca. El restaurante puede participar en eventos comunitarios o colaborar con otras empresas locales para fortalecer su presencia en la región.

2.3 ESTRUCTURA DEL MODELO DE RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA

La experiencia que se obtuvo en el desarrollo de las prácticas profesionales en el restaurante "La Mojarra y el Viudo", ayudó a potencializar competencias y habilidades, se evidencia que está llevando a cabo las recomendaciones dadas. Para describir un modelo efectivo de reconstrucción de la experiencia en el restaurante "La Mojarra y el Viudo", es esencial establecer una estructura clara que incluya variables, indicadores, herramientas e instrumentos.

- ✓ La Capacitación del Personal, comienza en la Semana 1 y continúa hasta la Semana 2.
- ✓ La Renovación del Espacio Físico, comienza en la Semana 2 y se extiende hasta la Semana 4.
- ✓ La Implementación de Nueva Política, ocurre en la Semana 3.
- ✓ La Evaluación y Ajustes, se lleva a cabo en la Semana 4 para realizar revisiones finales.

2.4 MODELO DE DIVULGACIÓN DE LA EXPERIENCIA

Basándonos en esta matriz DOFA, se pueden proponer las siguientes estrategias para la divulgación efectiva de la experiencia en el restaurante "La Mojarra y el Viudo"

Aprovechar Fortalezas (F) y Oportunidades (O)

- ✓ Desarrollar campañas de marketing creativas que destaquen la cocina única y la ubicación del restaurante.
- ✓ Participar en eventos turísticos locales y promover colaboraciones con influenciadores para ampliar la visibilidad.

Mitigar Debilidades (D) y Amenazas (A)

- ✓ Mejorar la presencia en línea mediante la creación de perfiles en redes sociales y la optimización del sitio web para reservas en línea.

- ✓ Implementar programas de mejora continua en el servicio al cliente y la gestión de la experiencia del cliente para mitigar posibles crisis reputacionales.

Fortalezas (F)	Debilidades (D)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cocina tradicional y ancestral con un toque moderno. ✓ Reputación sólida entre los residentes locales y visitantes. ✓ Compromiso con la excelencia en servicio y calidad de los alimentos. ✓ Ubicación estratégica en un destino turístico popular. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Limitaciones presupuestarias para campañas de marketing de gran escala. ✓ Falta de presencia significativa en plataformas digitales y redes sociales. ✓ Competencia creciente en el sector gastronómico local. ✓ Necesidad de mejorar la gestión de la experiencia del cliente.
Oportunidades (O)	Amenazas (A)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aumento del interés en experiencias gastronómicas auténticas. ✓ Crecimiento del turismo en Ricaurte Cundinamarca. ✓ Colaboraciones con influenciadores locales y eventos comunitarios. ✓ Mayor acceso a herramientas digitales para promoción y reservas en línea. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cambios en los hábitos de consumo de los clientes. ✓ Posible impacto negativo de la competencia en precios. ✓ Fluctuaciones económicas que afectan el gasto discrecional en restaurantes. ✓ Riesgos de crisis reputacional debido a problemas de servicio o calidad.

3 RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA

Para reconstruir la experiencia del restaurante "La Mojarra y el Viudo" en Ricaurte Cundinamarca, es importante identificar los eventos de gran importancia y relevancia para cada uno de los participantes, incluyendo propietarios, empleados y

clientes. Estos momentos históricos y experiencias claves pueden proporcionar una visión única de la evolución del restaurante y su impacto en la comunidad local.

3.1 MOMENTOS HISTÓRICOS Y EXPERIENCIAS

La apertura del restaurante "La Mojarra y el Viudo", todos los días marcaba el inicio de una nueva propuesta gastronómica en Ricaurte Cundinamarca. Los participantes podrían compartir sus emociones y expectativas al abrir las puertas por primera vez en el horario diario.

- ✓ El Chef, siempre desarrollando y perfeccionando la propuesta culinaria del restaurante, fusionando la cocina tradicional del centro del país con técnicas modernas. Los participantes podrían hablar sobre la inspiración detrás de los platos y la búsqueda de sabores auténticos.
- ✓ Los Propietarios, Recibiendo los reconocimientos locales o premios por la calidad de la comida y el servicio. Los participantes podrían compartir cómo estos logros han impactado en la reputación y el crecimiento del restaurante.
- ✓ El impacto del restaurante en la comunidad local, incluyendo la generación de empleo, la promoción de la cultura gastronómica y el fomento del turismo en la región. Los participantes podrían compartir testimonios sobre cómo el restaurante ha sido parte integral de la vida local.

3.1.1 PRINCIPALES HITOS O HECHOS RELEVANTES (A LA VOZ DE LOS PARTICIPANTES)

El chef principal del restaurante "La Mojarra y el Viudo", fue incentivado arduamente en el desarrollo del menú, fusionando recetas ancestrales con técnicas contemporáneas. Fue un proceso de experimentación y creatividad que dio forma a la identidad culinaria única del restaurante "La Mojarra y el Viudo". Cada plato del menú tiene una historia detrás. Desde la primera vez que lo preparamos nuestra famosa mojarra hasta la elaboración de salsas y aderezos caseros, nuestro trabajo en la cocina es nuestra pasión."

Dentro de la última temporada del restaurante "La Mojarra y el Viudo", quedé impresionado por la calidad de la comida y el ambiente acogedor. Desde entonces, se ha convertido en mi lugar favorito para disfrutar de una comida auténtica, es uno de los tantos relatos de nuestros clientes cotidianos.

Estos testimonios reflejan los momentos históricos y experiencias significativas que han dado forma a la historia del restaurante "La Mojarra y el Viudo" según la voz de sus participantes. Cada relato contribuye a reconstruir la rica historia y el impacto del restaurante en la comunidad local.



Imagen No. 2 – Fuente Propia

4 APRENDIZAJES

Todos los procedimientos efectuados han desarrollado aportes significativos en la parte social, demuestran cómo el restaurante "La Mojarra y el Viudo" va más allá de

ser un restaurante convencional y se ha ido convirtiendo en un actor clave en el desarrollo económico y social de Ricaurte Cundinamarca. Su presencia y compromiso con la comunidad contribuyen positivamente al tejido social y cultural de la región, dejando un legado duradero más allá de la experiencia gastronómica.

4.1 APORTES SIGNIFICATIVOS DE LA EXPERIENCIA EN LO HUMANO

Estos aportes en lo humano tienen un impacto significativo en el desarrollo personal y profesional de quienes participamos en la experiencia en el restaurante "La Mojarra y el Viudo". Más allá de las habilidades técnicas adquiridas, la experiencia en el restaurante enriquece la vida de las personas al cultivar competencias emocionales y relacionales que son fundamentales para el éxito y la satisfacción en todas las áreas de la vida, en lo personal compartir con estas personas y entender sus necesidades me dio a entender la importancia de los colaboradores en la parte de su estado emocional el cual influye en la cocina.

Durante la temporada en el restaurante "La Mojarra y el Viudo" se obtuvo la Oportunidad para asumir roles de liderazgo, delegar responsabilidades y tomar decisiones estratégicas en el contexto del restaurante, logrando desarrollar habilidades de liderazgo y toma de decisiones. Se creó un entorno laboral que promueve el bienestar emocional y la salud mental. Se fomentó hábitos saludables de trabajo y autocuidado entre el equipo.

4.2 APORTES SIGNIFICATIVOS EN LO SOCIAL

El restaurante "La Mojarra y el Viudo", ha contribuido a la generación de empleo en Ricaurte Cundinamarca al contratar a residentes locales como personal de cocina, meseros, personal de limpieza y administrativo. Esto no solo proporciona oportunidades laborales, sino que también fortalece la economía local.

El restaurante "La Mojarra y el Viudo" ha promovido y preservado la cultura gastronómica regional al destacar ingredientes y recetas tradicionales del centro del país en su menú. Esto ayuda a mantener vivas las tradiciones culinarias locales y atrae a visitantes interesados en la autenticidad gastronómica. El restaurante prioriza el uso de ingredientes frescos y locales en sus platillos, lo que fomenta relaciones comerciales con agricultores y productores de la zona. Este apoyo directo beneficia a los proveedores locales y fortalece la cadena de suministro regional.

El Restaurante "La Mojarra y el Viudo" participa activamente en colaboraciones con otros negocios locales, eventos comunitarios y actividades culturales. Estas colaboraciones fortalecen los lazos dentro de la comunidad y contribuyen al sentido de pertenencia de los residentes.

4.3 APORTES SIGNIFICATIVOS EN LO ECONÓMICO O TÉCNICO (DE APLICAR EN EL CASO DE LAS INGENIERÍAS, TECNOLOGÍAS O ADMINISTRACIÓN, PRINCIPALMENTE)

Estos aportes económicos y técnicos son fundamentales para el éxito y la sostenibilidad del restaurante "La Mojarra y el Viudo", ya que contribuyen a mejorar la eficiencia operativa, la rentabilidad financiera y la competitividad en un mercado

gastronómico dinámico. La aplicación efectiva de conocimientos en ingenierías, tecnologías y administración puede generar valor agregado, permitiendo al restaurante mantenerse innovador, rentable y orientado al cliente en el tiempo.

La utilización de herramientas de gestión financiera y conocimientos de administración han podido optimizar el flujo de caja, reducir costos operativos y maximizar la rentabilidad del restaurante. Esto incluye la elaboración de presupuestos, análisis de costos y estrategias de fijación de precios.

La aplicación de técnicas de ingeniería y gestión de procesos para optimizar las operaciones diarias del restaurante. Esto puede incluir la implementación de sistemas de gestión de inventario, planificación de la producción y diseño de layout eficiente en la cocina y áreas de servicio.



Imagen No. 3 – Fuente Propia



Imagen No. 4 – Fuente Propia

4.4 PRINCIPALES APRENDIZAJES EN PARA EL PERFIL PROFESIONAL

Dentro de los aprendizajes logrados en el del restaurante "La Mojarra y el Viudo", se desarrolló habilidades para identificar y abordar desafíos operativos y empresariales de manera efectiva como lo son el manejo de inventarios por medio de el software de fudo el trato con el personal colaborativo de la empresa teniendo en cuenta la parte humana conociendo a cada uno de los colaboradores no solo desde lo profesional si no de lo humano también el conocimiento de realización y lectura de informes mensuales.

Se consiguió una experiencia en adaptarse a entornos dinámicos y enfrentar cambios inesperados en el mercado o en las condiciones operativas. Desarrollo de habilidades de resiliencia y capacidad de ajuste.

En el restaurante "La Mojarra y el Viudo", se adquirió un conocimiento en la gestión financiera, presupuestaria y administrativa de un negocio gastronómico. El aprendizaje sobre estrategias de marketing, ventas, recursos humanos y gestión de costos para garantizar la rentabilidad y el crecimiento del negocio.

En esta experiencia se adquirió un conocimiento en la gestión eficiente de las operaciones diarias de un restaurante, incluyendo la gestión de inventarios, planificación de producción, control de calidad y aseguramiento de la seguridad alimentaria

4.5 APRENDIZAJES ABORDADOS DESDE LA PERSPECTIVA DE LA SOCIALIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA

Los aprendizajes abordados desde la perspectiva de la socialización de la experiencia en el restaurante "La Mojarra y el Viudo" son fundamentales para entender cómo la interacción social y la comunicación impactan en la percepción y valoración de la experiencia gastronómica. Estos aprendizajes van más allá de las habilidades técnicas y abarcan aspectos emocionales y relacionales que influyen en la satisfacción del cliente y en la reputación del establecimiento.

Durante el tiempo en el restaurante "La Mojarra y el Viudo", se desarrolló una empatía y sensibilidad hacia las diversas necesidades y expectativas de los clientes, incluyendo diferencias culturales y preferencias individuales. Se pudo aprender a adaptarse y personalizar la experiencia según cada cliente.

En el tiempo del restaurante se pudo reconocer cómo el boca a boca y las recomendaciones personales influyen en la reputación y el éxito del restaurante. Se fomenta una experiencia positiva que motiva a los clientes a compartir su experiencia con otros.

Se pudo ampliar las habilidades en la comunicación verbal y no verbal para establecer relaciones positivas con los clientes. Se identifica como es importante aprender a escuchar activamente, responder a las necesidades del cliente y resolver problemas de manera proactiva.

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La experiencia en el restaurante "La Mojarra y el Viudo" en Ricaurte Cundinamarca ha sido enriquecedora tanto en términos profesionales como personales, brindándonos a quienes participamos una serie de aprendizajes significativos en diversas áreas.

El restaurante "La Mojarra y el Viudo", ha contribuido de manera significativa al desarrollo económico local mediante la generación de empleo, apoyo a proveedores locales y promocionando un turismo gastronómico en la región.

Durante este periodo todos los participantes de esta experiencia adquirimos habilidades técnicas, interpersonales y de gestión empresarial que son fundamentales para el éxito en la industria gastronómica y otras áreas profesionales.

La cultura del servicio, innovación culinaria y compromiso con la excelencia han fortalecido la identidad del restaurante y su reputación en la comunidad.

La experiencia en el restaurante ha promovido el desarrollo personal, fortaleciendo habilidades como la resiliencia, la creatividad, el liderazgo y la empatía con todos los miembros que trabajamos en el restaurante "La Mojarra y el Viudo".

En la experiencia me pude dar cuenta que la universidad debe aplicar mas a fondo las herramientas ofimáticas en especial el uso de Excel ya que este fue uno de los factores

que mas se utilizan ya sea para inventarios o manejo de nóminas y por lo cual no me fue tan bien.

6 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

(ICANH), I. C. (2019). *"Ricaurte: Cultura y Tradición en un Municipio Colombiano"*. ISBN: 978-958-9249-61-3: Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH).

(IGAC), I. G. (2019). *"Atlas de Cundinamarca: Geografía, Economía y Sociedad"*. ISBN: 978-958-683-053-1: Instituto Geográfico Agustín Codazzi (IGAC).

Bourdain, A. (2000). *"Kitchen Confidential: Adventures in the Culinary Underbelly"*. 978-0747554418: Bloomsbury Publishing.

Congreso de la República de Colombia. (2014).

Keller, P. K. (Pearson). *"Marketing Management"*. 2015: ISBN: 978-0133856460.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. ISBN: 978-0132102926.: Pearson.

Lindstrom, M. (2008). *Truth and Lies About Why We Buy*. ISBN: 978-0385523882.: Crown Business.

Michael D. Olsen, J. K. (2019). *"Strategic Management in the Hospitality Industry"*. ISBN: 978-0134152189: Pearson.

Ministerio de Comercio, I. y. (2020). *"Plan Sectorial de Turismo 2020-2022"*. ISBN: 978-958-58147-3-1: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia.

Minor, M. S. (2018). *"Restaurant Operations Management: Principles and Practices"*. ISBN: 978-0133097210: Pearson.

Ninemeier, D. K. (2017). *"Human Resources Management in the Hospitality Industry"*. ISBN: 978-1119253802: Wiley.

- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.: ISBN: 978-0743260879.
- regional, V. a. (2018). *"Gastronomía de Cundinamarca: Tradición e Innovación"*. ISBN: 978-958-694-820-7: Editorial Gastronómica.
- Reichheld, F. F. (1996). *The Loyalty Effect: The Hidden Force Behind Growth, Profits, and Lasting Value*. ISBN: 978-1578516872.: Harvard Business Review Press.
- Ries, A. y. (1981). *Posicionamiento: la batalla por tu mente*. McGraw-Hill.
- Santos, M. A. (2020). *"Gestión Estratégica de Restaurantes: Factores Clave para el Éxito en un Contexto Dinámico"*. 978-958-692-874-2: Editorial Gastronómica.
- Segade, J. A. (2018). *"Legislación Básica de Higiene y Seguridad Alimentaria"*. ISBN: 978-8417073710: Dilex.
- Stevens, K. E. (2007). *"Loose Space: Possibility and Diversity in Urban Life"*. ISBN: 978-0415700527: Routledge.
- Stevens, K. E. (2007). *"Loose Space: Possibility and Diversity in Urban Life"*. ISBN: 978-0415700527: Routledge.
- turismo, V. a. (2020). *"Guía Turística de Cundinamarca"*. ISBN: 978-958-58147-3-1: Editorial Turismo.
- Walker, J. R. (2017). *"Introduction to Hospitality Management"*. ISBN: 978-0134151908: Pearson.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2012). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. ISBN: 978-0078112102.: McGraw-Hill Education.

MAPAS

https://www.google.com/search?q=mapa+de+cundinamarca&rlz=1C1YTUH_esCO1111CO1111&oq=MAPA+DE+CUN&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqCggAEAAysQMYgAQyCggAEAAysQMYgAQyBggBEEUYOTIHCAIQABIABDIHC

https://www.google.com/search?sca_esv=0f432c479ba1e607&sca_upv=1&rlz=1C1YTUH_esCO1111CO1111&q=mapa+de+ricaurte+cundinamarca&uds=ADvngMhdznG_IlcWLRNGbp-A0e5TD4HVOpqGQJIKh1O7eUg6EC

7 ANEXOS

Registro Fotográfico

