



SISTEMATIZACIÓN EXPERIENCIAS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL PARA EL
MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS DE PLANEACIÓN DE COMPRAS Y
ROTACIÓN DE MATERIA PRIMA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS - RESTAURANTE
BAJO LAS ESTRELLAS DEL HOTEL PEÑALISA

José Arnoldo Puentes Leal

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS REGIONAL GIRARDOT

2018



SISTEMATIZACIÓN EXPERIENCIAS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL PARA EL
MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS DE PLANEACIÓN DE COMPRAS Y
ROTACIÓN DE MATERIA PRIMA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS - RESTAURANTE
BAJO LAS ESTRELLAS DEL HOTEL PEÑALISA

José Arnoldo Puentes Leal

Proyecto formativo para optar el título de profesional Administrador de Empresas

Asesor: Yeny Astrid Leiva Ramírez

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS REGIONAL GIRARDOT

2018

Jurados de trabajo de grado

Diego Cifuentes

1 Jurado

Virginia Manjarres

2 Jurado

Federico Jiménez

3 Jurado

AGRADECIMIENTOS

Primero que todo debo agradecer a Dios por brindarme esta oportunidad, por darme la vida y por poner en mi camino a todas las personas que están a mi alrededor. Agradezco a mis padres, Sara Leal y Arnoldo Puentes, a mi hermana Andrea Puentes, a todos mis familiares que siempre me dieron ánimos y consejos en este proceso.

También agradezco a mis amigos y compañeros, ya que con su apoyo encontré la energía para realizar este proyecto de la mejor forma

Irina Catherine Leal, mi compañera en el camino de la vida, mi gran amiga que en encontró en querer y amor de padre que hay en mí.

Por último me gustaría agradecer a la Corporación Universitaria Minuto de Dios y a todos los profesores que me dieron las bases para formarme como administrador., especialmente a nuestro tutor, el profesora Yeny Astrid Leiva Ramírez, quien me guio y apoyó completamente durante este proceso.

José Arnoldo Puentes Leal.

Tabla de Contenido

| | |
|---|----|
| APROBACIÓN. | 3 |
| AGRADECIMIENTOS. | 4 |
| TABLA DE CONTENIDO | 5 |
| ILUSTRACIONES ADMINISTRATIVAS. | 8 |
| FOTOGRAFÍAS. | 8 |
| RESUMEN. | 9 |
| ABSTRAC. | 11 |
| INTRODUCCIÓN. | 12 |
| 1. CAPITULO I. ANTECEDENTES - MANEJO ADMINISTRATIVO DEL HOTEL PEÑALISA – RESTAURANTE BAJO LAS ESTRELLAS DE COLSUBSIDIO Y MARCO DE REFERENCIA. | 14 |
| 1.1. Marco Contextual. | 14 |
| 1.2. Marco Teórico. | 14 |
| 1.2.1. La administración y la importancia para la planificación empresarial. | 15 |
| 1.2.2. Caracterización de la Administración. | 16 |
| 1.3. Planeación. | 17 |
| 1.3.1. Elementos de la Planeación. | 18 |
| 1.4. Organización. | 20 |
| 1.4.1. Elementos de la Organización. | 20 |
| 1.5. Dirección. | 21 |
| 1.5.1. La dirección como parte del proceso administrativo se compone de varios elementos. | 22 |
| 1.6. Control. | 23 |
| 1.6.1. Elementos del control. | 23 |
| 1.7. La planificación y la gestión administrativa. | 25 |
| 1.7.1. Proceso administrativo y modernización institucional. | 26 |
| 1.7.2. Planeación y sus Preguntas de Necesidades. | 28 |
| 1.7.3. Administración = Empresa = Proyecto. | 28 |
| 1.7.4. Necesidades – problemas y Oportunidades. | 31 |
| 1.7.5. Gestión administrativa y propuesta corporativa. | 32 |
| 1.7.6. El diagnóstico empresarial. | 32 |
| 1.7.7. Modelos administrativos con enfoque a resultados. | 33 |
| 1.7.8. Administración por objetivos. | 33 |
| 1.7.9. La Administración por Procesos. | 35 |
| 1.8. Marco Normativo de la Creación de Caja de Compensación Familiar en Colombia. | 37 |
| 1.8.1 Marco Legal y Normatividad para Establecimientos Gastronómicos - Restaurantes. | 39 |
| 1.8.2 Nomograma legal de manejo, custodia y conservación de Alimentos y bebidas. | 41 |

| | | |
|---------|---|----|
| 2. | CAPITULO II. PLANEACIÓN Y METODOLOGÍA PARA LA REESTRUCTURACIÓN DE LOS PROCESOS DE COMPRAS, ROTACIÓN DE MATERIAS PRIMAS DEL ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL RESTAURANTE BAJO LAS ESTRELLAS DEL HOTEL PEÑALISA – COLSUBSIDIO. | 42 |
| 2.1. | Proceso Compras, Conservación y Rotación de Materia Prima de Alimentos. | 42 |
| 2.2. | Formulación del Problema de Aprendizaje. | 45 |
| 2.3. | Identificación de Actores Involucrados y Participantes. | 46 |
| 2.4. | Metodología de la Investigación. | 47 |
| 2.4.1. | Estructura del Modelo de Reconstrucción de la Experiencia. | 47 |
| 2.4.2. | Variables, Indicadores, Herramientas E Instrumentos. | 49 |
| 2.4.3. | Matriz de Planeación – Diagrama de Gannt y Tabla de Recurso. | 51 |
| 2.5. | Modelo de Divulgación de la Experiencia. | 52 |
| 3. | CAPITULO III. RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL RESTAURANTE BAJO LAS ESTRELLAS DEL HOTEL PEÑALISA DE COLSUBSIDIO. | 54 |
| 3.1. | Generalidades de la Empresa – Hotel Peñalisa de Colsubsidio. | 54 |
| 3.2. | Valores Corporativos Restaurante Hotel Peñalisa de Colsubsidio Girardot. | 61 |
| 3.3. | Misión. | 63 |
| 3.4. | Visión. | 63 |
| 3.5. | Objetivos Institucionales del Área de Alimentos y Bebidas. Hotel Peñalisa – Colsubsidio. | 63 |
| 3.6. | Valore Institucionales Gestión Humana. | 64 |
| 3.7. | Estructura Organizacional del Restaurante Bajo Las Estrellas del Hotel Peñalisa – Colsubsidio. | 66 |
| 3.8. | Estructura Organizacional Restaurante Bajo Las Estrellas del Hotel Peñalisa – Colsubsidio. | 68 |
| 3.9. | Diagrama de Flujo del Restaurante Bajo Las Estrellas del Hotel Peñalisa – Colsubsidio. | 73 |
| 3.9.1. | Flujo Grama del Chef. | 74 |
| 3.9.2. | Flujo Grama Auxiliar de Cocina. | 75 |
| 3.10. | Recetario de Comidas del Restaurante Bajo Las Estrellas del Hotel Peñalisa. | 76 |
| 3.11. | Manejo y Recepción de Materias Primas para Preparación de Alimentos. | 84 |
| 3.11.1. | Recepción y Almacenaje. | 84 |
| 3.11.2. | Normas Básicas para el Almacenaje de los Productos. | 85 |
| 3.11.3. | Proceso de Almacenamiento de Carnes y Salsamentaría. | 87 |
| 3.11.4. | Almacenamiento de licores y vinos. | 90 |

| | |
|--|-----|
| 3.11.5. Proceso de almacenamiento de abarrotos y granos secos. | 90 |
| 3.11.5.1. Proceso de almacenamiento de enlatados y envasados. | 91 |
| 3.11.5.2. Proceso De Almacenamiento de Grasas y Aceites. | 91 |
| 3.12. Nuevos Cuadros de Receteros y Manejo de Almacén. | 92 |
| 3.12.1. Receta Estándar. | 92 |
| 3.12.2. Lista de Compras. | 92 |
| 3.12.3. Requisición Interna. | 93 |
| 3.12.4. Devolución de Productos. | 93 |
| 3.12.5. Recepción de Mercancía. | 94 |
| 3.12.6. Salida de Mercancías. | 95 |
| 3.12.7. Control de Existencias. | 96 |
| 3.12.8. Control de Temperatura. | 97 |
| 3.13. Estrategias de Mercado. | 98 |
| 3.14. Concepto del Producto o Servicio. | 98 |
| 3.14.1. Estrategias de Precio. | 98 |
| 3.14.2. Estrategias de Venta. | 100 |
| 3.14.3. Estrategias de Promoción. | 101 |
| 3.14.4. Estrategias de Comunicación. | 101 |
| 3.14.5. Estrategias de Servicio. | 102 |
| 3.14.6. Estrategias de Aprovisionamiento. | 104 |
| 4. CAPITULO IV. APORTES SIGNIFICATIVOS DE LA EXPERIENCIA EN LO HUMANO. | 105 |
| 4.1. Aportes significativos de la experiencia en lo humano. | 106 |
| 4.2. Aportes significativo en lo social. | 107 |
| 4.3. Aporte significativo en lo económico o técnico desde la administración de empresas y el estudio de procesos y mercados. | 108 |
| 4.3.1. Punto de Venta. | 109 |
| 4.3.2. Productos. | 109 |
| 4.3.3. La Carta. | 109 |
| 4.3.4. Identidad Corporativa. | 110 |
| 4.3.5. Estrategias Corporativas. | 111 |
| 4.3.6. Hotel Peñalisa – Restaurante Bajo Las Estrellas y su idiosincrasia en la educación institucional. | 111 |
| 4.3.7. Empresa socialmente responsable. | 112 |
| 4.3.8. Apalancamiento Empresarial en la Cotidianidad Comunitaria. | 114 |
| 4.3.9. Los Empleados - Colaboradores y la Responsabilidad Social. | 115 |
| 4.3.10. Retos Sociales Actuales. | 117 |
| 4.4. Principales Aprendizajes para el Perfil Profesional. | 117 |
| 4.5. Aprendizajes Abordados desde la Perspectiva de la Experiencia. | 119 |
| CONCLUSIONES. | 120 |
| RECOMENDACIONES. | 123 |
| BIBLIOGRAFIA. | 125 |

ILUSTRACIONES Y CUADROS ADMINISTRATIVAS.

| | |
|---------------------------------------|----|
| Ilustración 01. Presente Estudio. | 33 |
| Ilustración 02. Presente Estudió. | 35 |
| Ilustración 03. Trabajo – Normograma. | 41 |

FOTOGRAFÍAS.

| | |
|---|----|
| Foto.No.1. Torre Cauchos - Suite Superior (tipo 1). | 56 |
| Foto.No.2. Torre Cauchos - Suite Superior (tipo 2). | 56 |
| Foto.No.3. Torre Cauchos - Semisuite (tipo 1). | 56 |
| Foto.No.4. Torre Cauchos - Semisuite (tipo 2). | 57 |
| Foto.No.5. Torre Cauchos - Semisuite (tipo 3). | 57 |
| Foto.No.6. Torre del Sol - Suite Superior. | 57 |
| Foto.No.7. Torre del Sol – Suite. | 57 |
| Foto.No.8. Torre Palmas – Semisuite. | 58 |
| Foto.No.9. Zona Gran Vía - Semisuite (tipo 1). | 58 |
| Foto.No.10. Zona Gran Vía - Semisuite (tipo 2). | 58 |
| Foto.No.11. Zona Hizca – Semisuite. | 58 |
| Foto.No.12. Salón Almendros. | 59 |
| Foto.No.13. Auditorio Mangos. | 59 |
| Foto.No.14. Salones 2 y 3. | 60 |
| Foto.No.15. Salón 4 *Sin dividir*. | 60 |
| Foto.No.16. Salón Ocobos. | 60 |

RESUMEN

La presente sistematización es la experiencia en que se participó presencialmente como colaborador en el Restaurante Bajo Las Estrellas del Hotel Peñalisa perteneciente a la Caja de Compensación Familiar - COLSUBSIDIO.

La práctica profesional va generar capacidad analítica y la búsqueda de soluciones que ayuden a mejorar los procesos y funcionamiento del restaurante; Se generó herramientas para aplicar el proceso administrativo de planear, organizar, dirigir y controlar las actividades.

Partiendo de un desarrollo institucional desde el incremento de ventas; los planes administrativos generan cambios en el área de almacén, recepción de mercancías y embodegado de los suministros de alimentos y bebidas para la preparación de alimentos, El plan de márketing será suplir la necesidad naciente de un restaurante familiar con servicios complementarios de esparcimiento y recreación para toda la familia. El programa sea denominado - PASA DIA TODO INCLUIDO.

Los procesos y procedimientos, flujo gramas, manuales básicos de funciones, formatos nuevos de manejo de bodega; permiten que se dé el aumento de las ventas y por consiguiente el aumento de movimiento de suministros y materias primas para la elaboración de los alimentos y bebidas

Con el naciente mercado, se presenta una necesidad de satisfacer los nuevos visitantes del municipio y la región, por consiguiente, se debe estar preparado para las necesidades de alimentación y recreación familiar con el programa pasa día.

Se unifico la oferta del menú del restaurante con atención general tipo bufet y a la carta; constituidos por platos de comida criolla con integración de comida internacional; se hará un programa todo incluido con manillas; se atenderá en el restaurante alterno a los visitantes externos y kioscos con snacks y comidas rápidas.

Palabras Claves:Sistematización, prácticas, mejoramiento.

ABSTRAC

The present systematization tells us the experience that was given as a practitioner was in a place where is well known in the Cundinamarca region better known as the high Magdalena, the Hotel Peñalisa which is part of a family compensation fund of the country in this place I had the fortune to live a great experience where I met the components of a business administrator, in this field was the area of food and beverages where spend a certain time in hours observing processes and then analyze them and understand that there is a series of inconveniences.

With the professional practices that were performed and were more than a few subjects to obtain the degree, develop the skills that a company administrator has the ability to observe, analyze that within planning, organization, direction, control and collect information, to make improvements within a process already established by a certain organization.

Keywords: Systematization, practices, improvement.

INTRODUCCIÓN

El hotel Peñaliza y su área de alimentos y bebidas, se encuentra en un periodo de adaptación de un mercado cambiante, en lo referente a las actividades turísticas de los municipios de Ricaurte y Girardot, dado al aumento de la población propia, aledaña y turística lo que permite el continuo flujo de clientes para el restaurante, generando un nuevo plan de negocios donde la atención y satisfacción del restaurante a clientes es primordial para el marketing de alimentos y bebidas en el hotel.

La experiencia en atención al cliente que posee el hotel y la calidad de los servicios prestados en las diferentes áreas de atención. El restaurante Bajo Las Estrellas quiere posicionarse como uno de los mejores y de gran variedad en sus platos en la región, ofreciendo una carta de menús de comida criolla e internacional; Con él presente estudio se mejora el modelo de gestión administrativa para el restaurante y las competencias del personal – empleados.

Con la creación de un paquete para visitantes llamado PASA DIA RESTAURANTE TODO INCLUIDOS. Se quiere posicionar en el mercado de restaurantes donde se ofrece adicionalmente cultura y recreación para la familia. Con el paquete se tendrá derecho a piscina, juegos de mesa (Ping Pon – Billar), canchas de tenis, cancha múltiple y bolos; además se tendrá bebidas alcohólicas ilimitadas en horarios preestablecidos.

El presente estudio levantara un diagnóstico en el área de alimentos y bebidas donde se estructurara el modelo administrativo que conlleve a una planeación, organización, dirección y control del restaurante. Logrando soluciones a la problemática existente.

Con las oportunidades existentes se debe de generar ventajas competitivas que logren ser las adecuadas para la infraestructura del hotel y restaurante. Dentro del modelo de mercado se realizara una reestructuración de los modelos de compras, almacenaje y proveedores, buscando minimizar costos, logrando mayores márgenes de ganancias.

CAPITULO 1. ANTECEDENTES - ADMINISTRACIÓN DEL HOTEL PEÑALISA – RESTAURANTE BAJO LAS ESTRELLAS DE COLSUBSIDIO Y MARCO DE REFERENCIA.

1.1.Marco Contextual. ¹

La administración es tan antigua como la humanidad misma, se cree que nace con el hombre ya que toda persona con el hecho de tener la razón debe hacer ciertas actividades para alcanzar sus metas u objetivos. Por lo tanto, el ser humano del pasado como el actual, debe administrar bien sus recursos como su economía, su salud, su tiempo, sus problemas, y todo lo que se incluya en su desarrollo, pues se considera administrador por naturaleza.

En cuanto a las organizaciones y empresas actualmente, se considera de vital importancia la administración de forma efectiva de todos y cada uno de sus recursos con el propósito de alcanzar sus metas y lograr los objetivos como empresa, objetivos económicos, de crecimiento o expansión, de posicionamiento y competitividad, siendo rentable para quienes lo manejan y permitiéndole ser cada día más competitiva.

1.2. Marco Teórico.

Para algunos autores, la administración tiene similares definiciones, pero se podría conceptualizar con el propósito de entenderla fácilmente, enfocándose en el modelo de gestión administrativa y permitiendo adaptarlo al modelo de gestión, como se muestra a continuación:

¹ Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida fusión latina-italiana – autores. viviana duque lamir - Darío José Gómez Hernández - universidad javeriana. Facultad de ciencias económicas y administrativas. Carrera de administración de empresas. - Bogotá DC – 2008

Para Koontz & O'Donnell, el tema de la administración comprende la dirección de un organismo social, y su efectividad en alcanzar sus objetivos, basada en la habilidad de conducir a sus integrantes. Para la autora Galindo, “la administración comprende una serie de conocimientos, principios y herramientas que son indispensables para obtener la máxima eficiencia y calidad de los resultados de cualquier tipo de organización”.²

1.2.1. La Administración y la Importancia para la Planificación Empresarial.

Las oportunidades que se presentan actualmente dan opción a las organizaciones para que cambien y se adecuen a su entorno, volviéndose así organizaciones flexibles que a su vez tienen políticas que cambian con el propósito de alcanzar sus metas a corto, mediano y largo plazo, que junto con la disciplina vista en la productividad y en los resultados mes a mes les permiten ser empresas estables y rentables.

Por lo cual se deduce que la administración se presenta donde exista un organismo social, y dependiendo de su complejidad, será más indispensable utilizarla para alcanzar sus objetivos. También se tiene presente que el éxito de un organismo social está necesariamente ligado a un buen uso de los recursos materiales, humanos y de la forma en que estos sean utilizados. En las grandes organizaciones se evidencia la importancia de la labor administrativa, pues a causa de su magnitud y complejidad, la tarea administrativa se convierte en un instrumento indispensable para el logro y alcance de la misión empresarial.

En las pequeñas y medianas empresas, el uso de una buena administración también es necesario e indispensable, debido a que al establecer procesos y métodos para realizar cada

² GALINDO MUNCH, Lourdes. Fundamentos de Administración. Casos y Prácticas. Ed Trillas. 2da Edición. México. 2006. 126 p.

tarea, le permite a la organización tener un mejor nivel de competitividad, porque se sistematizan todos los elementos y recursos en su interior, como lo son el recurso humano, los recursos materiales como son los alimentos en el caso de los restaurantes, la publicidad, el manejo del dinero y en general todos aquellos recursos que están involucrados en la cadena de valor de una empresa.

La mejora de la calidad de la administración es algo indispensable y mucho más para los países en vía de desarrollo, pues se hace necesario coordinar todos los elementos que intervienen en la administración para poder crear las bases esenciales del desarrollo capitalizando y capacitando el recurso humano.³

1.2.2. Caracterización de la Administración.*

Se investigó que la administración proporciona principios; cuya aplicación es necesaria para alcanzar el éxito de las organizaciones, haciendo buen uso de la alineación del recurso humano con el conocimiento, las políticas y normas de la empresa, así como su capacitación constante; se puede tener las siguientes características:

- Es universal, esto se presenta donde exista un organismo social, que amerite aplicar una coordinación sistemática de los recursos. La administración comienza por el Estado, se evidencia en el orden de su ejército, en sus organizaciones tanto públicas como privadas, instituciones, entre otros, que en conjunto y organizados se hacen esenciales para el buen funcionamiento de la sociedad.

³ REYES PONCE, Agustín. Administración de empresas 2: Teoría y Práctica. Ed. Limusa. México. 2005. 390 p

* Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida fusión latina-italiana – autores. Viviana duque lamir - Darío José Gómez Hernández - universidad javeriana. Facultad de ciencias económicas y administrativas. Carrera de administración de empresas. - Bogotá DC – 2008

- También se caracteriza por su detalle, aunque siempre va acompañada de varios conceptos que los profesionales pueden brindar en la buena gerencia de una organización, la administración implica una labor específica y detallada a nivel individual y empresarial.
- La administración se identifican etapas, fases y elementos de la administración, en toda etapa de vida de una empresa se presenta, en mayor o menor grado, todos o la mayor parte de los elementos administrativos.

Por lo que al hacer los planes, no por eso se deja de ordenar, de controlar, de organizar.

- Según su unidad jerárquica, los jefes dentro de un organismo social, participan en distintos grados y modalidades, de la misma administración y dentro de una organización forman un solo cuerpo administrativo, desde el gerente, hasta el último empleado en la pirámide jerárquica.

El proceso administrativo según los expertos comprende cuatro etapas las cuales se argumentan a continuación:

1.3. Planeación.

La planeación es el proceso por el cual se obtiene una visión del futuro, en donde es posible determinar y lograr los objetivos, mediante la elección de un curso de acción.

Importancia de la planeación:

- Propicia el desarrollo de la empresa.
- Reduce al máximo los riesgos.
- Maximiza el aprovechamiento de los recursos y tiempo.

"Planear es función del administrador, aunque el carácter y la amplitud de la planeación varían con su autoridad y con la naturaleza de las políticas y planes delineados por su superior".⁴

El reconocimiento de la influencia de la planeación ayuda a aclarar los intentos de algunos estudiosos de la administración para definir la política, lo cual consiste en fijar las guías para pensar en la toma de decisiones, y la administración, o entre el director y el administrador o el supervisor.

Un administrador, a causa de su delegación de autoridad o posición en la organización, puede mejorar la planeación establecida o hacerla básica y aplicable a una mayor proporción de la empresa que la planeación de otro. Sin embargo, todos los administradores desde, los directores hasta los jefes o supervisores, planean lo que les corresponde.

1.3.1. Elementos de la Planeación:⁵

Los propósitos. Las aspiraciones fundamentales o finalidades de tipo cualitativo que persigue en forma permanente o semipermanente un grupo social.

La investigación. Aplicada a la planeación la investigación consiste en la determinación de todos los factores que influyen en el logro de los propósitos, así como de los medios óptimos para conseguirlos.

⁴ EVANS James. LINSAY William. Administración y Control de Calidad. 7ª Edición. México. 2008. 785 p.

⁵ EVANS James. LINSAY William. Administración y Control de Calidad. 7ª Edición. México. 2008. 785 p.

Los objetivos. Representan los resultados que la empresa desea obtener, son fines para alcanzar, establecidos cuantitativamente y determinados para realizarse transcurrido un tiempo específico.

Las estrategias. Cursos de acción general o alternativas que muestran la dirección y el empleo de los recursos y esfuerzos, para lograr los objetivos en las condiciones más ventajosas.

Políticas. Son guías para orientar la acción; son criterios, lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre problemas que se repiten dentro de una organización.

Programas. Son esquemas en donde se establece, la secuencia de actividades que habrán de realizarse para lograr objetivos y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos aquellos eventos involucrados en su consecución.

Presupuestos. Son los planes de todas o algunas de las fases de actividad del grupo social expresado en términos económicos, junto con la comprobación subsecuente de la realización de dicho plan.

Procedimientos. Establecen el orden cronológico y la secuencia de actividades que deben seguirse en la realización de un trabajo repetitivo.

1.4. Organización.⁶

La organización comprende, la creación de una estructura, la cual determina las jerarquías necesarias y agrupación de actividades, con el fin de simplificar las mismas y sus funciones dentro del grupo social. ⁶

Esencialmente, la organización nace de la necesidad humana de cooperar. Los hombres se han visto obligados a cooperar para obtener sus fines personales, por razón de sus limitaciones físicas, biológicas, psicológicas y sociales.

Es por esto que una estructura de organización debe estar diseñada de manera que sea perfectamente claro para todos quién debe realizar determinada tarea y quién es responsable por determinados resultados; de esta forma se eliminan las dificultades que ocasiona la imprecisión en la asignación de responsabilidades y se logra un sistema de comunicación y de toma de decisiones que refleja y promueva los objetivos de la empresa.

1.4.1. Elementos de la Organización.⁷

División del trabajo. Para dividir el trabajo es necesario seguir una secuencia que abarca las siguientes etapas: La primera; (jerarquización) que dispone de las funciones del grupo social por orden de rango, grado o importancia. La segunda; (departamentalización) que divide y agrupa todas las funciones y actividades, en unidades específicas, con base en su similitud.

⁶ Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida fusión latina-italiana – autores. Viviana duque lamir - Darío José Gómez Hernández - universidad javeriana. Facultad de ciencias económicas y administrativas. Carrera de administración de empresas. - Bogotá DC – 2008

⁷ L. M. GALINDO & J.G. MARTINEZ. Administración de empresas. 2do Ed. Mc Grw Hill. México. 2005. págs.114-123.

Coordinación. Es la sincronización de los recursos y los esfuerzos de un grupo social, con el fin de lograr oportunidad, unidad, armonía y rapidez, en el desarrollo de los objetivos.

1.5. Dirección.

La dirección, abarca la influencia del administrador en la realización de los planes, obteniendo una respuesta positiva de sus empleados mediante la comunicación, la supervisión y la motivación.

Cuando un administrador se interesa por sí mismo en la función directiva, comienza a darse cuenta de parte de su complejidad. En primer lugar, está tratando con gente, pero no en una base completamente objetiva, ya que también él mismo es una persona y, por lo general, es parte del problema.

Está en contacto directo con la gente, tanto con los individuos, como con los grupos. Pronto descubre, como factor productivo, que la gente no está solamente interesada en los objetivos de la empresa; tiene también sus propios objetivos. Para poder encaminar el esfuerzo humano hacia los objetivos de la empresa, el administrador se da cuenta pronto que debe pensar en términos de los resultados relacionados con la orientación, la comunicación, la motivación y la dirección.

También es conveniente pensar en el administrador como separado del grupo porque es su jefe. Como jefe no es tanto uno de los del grupo como aquel que ha de persuadir al grupo para que haga lo que él quiere o deba hacerse. La dirección implica el uso inteligente de un sistema de incentivos más una personalidad que despierte interés en otras personas.

1.5.1. La dirección como parte del proceso administrativo se compone de varios elementos:⁸

Toma de decisiones. Significa la elección de un curso de acción o alternativa. Al tomar decisiones es necesario antes de evaluar las alternativas, definir y analizar el problema, para posteriormente aplicar la decisión o alternativa que mejor se sugiera.

Integración. Al igual que en la toma de decisiones, también existe un proceso para la adecuada integración en cuanto al personal se refiere, este proceso inicia con el reclutamiento u obtención de los candidatos que aspiran a un puesto determinado, en seguida se introducirán, o dicho en otras palabras, se les ambientará; para finalmente capacitarlos en el desarrollo de las funciones que habrán de realizar.

Motivación. La motivación es la labor más importante de la dirección, a la vez que la más compleja, pues a través de ella se logra la ejecución del trabajo, de acuerdo a normas o patrones de conducta esperados.

Comunicación. La comunicación en cualquier grupo que se trate, es de vital importancia ya que involucra a los individuos no solo en su papel de comunicadores, sino en el buen uso que a la información se le da.

Supervisión. Consiste en vigilar y guiar a los subordinados de tal forma que las actividades se realicen adecuadamente

⁸ CRESPO RAMOS, Tomás. LOPEZ YEPES, José Andrés. Administración de Empresas Vol. II. Editorial Mad. 2003. España. 590 p

1.6. Control.⁹

El control es el proceso de determinar lo que se está llevando a cabo, a fin de establecer las medidas correctivas necesarias y así evitar desviaciones en la ejecución de los planes. Puesto que el control implica la existencia de metas y planes, ningún administrador puede controlar sin ellos. Él no puede medir si sus subordinados están operando en la forma deseada a menos que tenga un plan, ya sea, a corto, a mediano o a largo plazo. Generalmente, mientras más claros, completos, y coordinados sean los planes y más largo el periodo que ellos comprenden, más completo podrá ser el control.

Un administrador puede estudiar los planes pasados para ver dónde y cómo erraron, para descubrir qué ocurrió y porqué, y tomar las medidas necesarias para evitar que vuelvan a ocurrir los errores. Sin embargo, el mejor control previene que sucedan las desviaciones, anticipados a ellas.

1.6.1. Elementos del Control.¹⁰

Establecimiento de estándares. Es la aplicación de una unidad de medida, que servirá como modelo, guía o patrón con base en lo cual se efectuará el control.

Medición de resultados. La acción de medir la ejecución y los resultados, puede de algún modo modificar la misma unidad de medida.

⁹. Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida fusión latina-italiana – autores. Viviana duque lamir - Darío José Gómez Hernández - universidad javeriana. Facultad de ciencias económicas y administrativas. Carrera de administración de empresas. - Bogotá DC – 2008

¹⁰ CRESPO RAMOS, Tomás. LOPEZ YEPES, José Andrés. Administración de Empresas Vol. II. Editorial Mad. 2003. España. 590 p

Corrección. La utilidad concreta y tangible del control está en la acción correctiva para integrar las desviaciones en relación con los estándares.

Retroalimentación. El establecimiento de medidas correctivas da lugar a la retroalimentación; es aquí en donde se encuentra la relación más estrecha entre la planeación y el control.

Las Principales Funciones del Administrador - Gerente. En las organizaciones es de gran importancia, la aplicación de un modelo como en este caso lo es el proceso administrativo, esto se refiere, al papel que como administradores tienen en la organización, ya sea de bienes o de servicios. Las siguientes son algunos de los departamentos que estarán incluidos en el proceso administrativo:

- **Producción:** Considerado tradicionalmente como uno de los departamentos clave, ya que se encarga del óptimo aprovechamiento y de la adecuada introducción de infraestructura en un organismo o empresa.
- **Mercadotecnia:** De suma importancia, dada su especialidad que hoy en día representa, y que sostiene en la empresa la responsabilidad de elaborar métodos eficientes en el manejo y coordinación de los sistemas de venta que la empresa ofrece a un mercado específico.
- **Finanzas:** Esta área se encarga de la obtención de fondos y del suministro del capital que se utiliza en el funcionamiento de la empresa, procurando disponer de los medios económicos necesarios para cada uno de los demás departamentos, con el objeto de que puedan funcionar debidamente.

- **Recursos Humanos:** Departamento de vital importancia, ya que mediante el uso adecuado de programas de reclutamiento, selección, contratación, capacitación y desarrollo, se allega para la empresa del personal adecuado y a fin a los objetivos de la misma.

1.7. La Planificación y la Gestión Administrativa.

Según los autores Clements y Guido, un proyecto es un intento por lograr un objetivo específico mediante un juego único de tareas interrelacionadas y el uso efectivo de los recursos. Los atributos siguientes ayudan a definir un proyecto:¹¹

Características de un Modelo de Gestión o Proyecto.¹²

Un proyecto tiene un objetivo bien definido, un resultado o producto esperado. Por lo general el objetivo de un proyecto se define en términos de alcance, programa y costo. Además, se espera que el alcance del trabajo se logre con calidad y a satisfacción del cliente.

“Un proyecto se lleva a cabo mediante una serie de tareas interdependientes, es decir, un número de tareas no repetitivas que es necesario realizar en un cierto orden con el fin de lograr el objetivo del proyecto.”

En la administración y modelos de gestión de recursos pueden incluir diferentes personas, organizaciones, equipos, materiales e instalaciones. En un modelo de gestión se debe establecer un marco de tiempo específico, o tiempo limitado. Tiene un tiempo de inicio y una fecha para la cual se tiene que lograr el objetivo.

^{11 - 12} GUIDO Jack; CLEMENTS James P. Administración exitosa de proyectos. Thomson Editores. México 2009. 427 p.

El cliente como aspecto relevante dentro del modelo de gestión. El cliente es la entidad que proporciona los fondos necesarios para el logro del proyecto; puede ser una persona, una organización, o un grupo de dos o más personas u organizaciones.

El término cliente toma una definición más amplia, incluyendo no sólo a quien proporciona los medios para un determinado proyecto como lo es la administración de las organizaciones, sino también a otras personas que tienen participación en la empresa.

Antes de que se inicie el proceso de administración se prepara un plan sobre la base de ciertos supuestos y estimados, como la planeación, organización, etc. Es importante documentar estos supuestos ya que influirán sobre el desarrollo del presupuesto.¹³

Para la elaboración de un modelo de gestión se debe tener en cuenta la administración de proyectos, tomando la empresa como un proyecto y específicamente el restaurante de comida típica e internacional, a continuación, se presenta los argumentos que sustentan la administración de proyectos:

1.7.1. Proceso Administrativo y Modernización Institucional.¹⁴

Para Guido y Clements, el proceso de administración del proyecto implica planear el trabajo y después trabajar el plan. Por lo tanto, la administración de proyectos incluirá primero establecer un plan y después llevar a cabo ese plan, para lograr el objetivo del proyecto, en este caso de la empresa.

El esfuerzo principal en la administración de un proyecto tiene que estar centrado en establecer un plan de línea base, que proporcione un plan de ruta para indicar cómo se logrará

¹³ - ¹⁴ GUIDO Jack; CLEMENTS James P. Administración exitosa de proyectos. Thomson Editores. México 2009. 427 p

el alcance del proyecto a tiempo y dentro del presupuesto. Este esfuerzo de planeación incluye los pasos siguientes:

- Definir con claridad el objetivo del proyecto o empresa. La definición tiene que ser aceptada por el cliente y la persona o la organización que realizará el proyecto.
- Dividir y subdividir el alcance del proyecto en "piezas" importantes, o paquetes de trabajo. Aunque los proyectos trascendentes quizá parezcan abrumadores cuando se contemplan como un conjunto, una forma de resolverlos es dividirlos en partes. Una estructura de división del trabajo (EDT) es un árbol jerárquico de elementos o partidas de trabajo, logradas o producidas por el equipo del proyecto durante el proyecto. Por lo general la estructura de división del trabajo identifica a la organización o a la persona que tiene la responsabilidad de cada paquete de trabajo.
- Definir las actividades específicas que son necesarias de realizar para cada paquete de trabajo con el fin de lograr el objetivo del proyecto.
- Presentar gráficamente las actividades bajo la forma de un diagrama de red.
- Este diagrama muestra el orden necesario y las interdependencias de las actividades para lograr el objetivo del proyecto.
- Hacer un estimado de la duración que tendrá que completar cada actividad. También es necesario determinar qué tipos de recursos y cuánto de cada recurso se necesita para terminar cada actividad dentro de la duración estimada.
- Hacer un estimado de costos para cada actividad. El costo se basa en los tipos y cantidades de recursos necesarios para cada actividad.

Calcular el programa y el presupuesto de un proyecto, para determinar si el mismo se puede terminar dentro del tiempo requerido, con los fondos asignados y con los recursos disponibles. Si no es así, se tienen que hacer ajustes al alcance del proyecto, a los tiempos estimados de las actividades, o a las asignaciones de recursos hasta que se pueda establecer un plan de línea base alcanzable, realista o un mapa de ruta para lograr el alcance del proyecto a tiempo y dentro del presupuesto.

1.7.2. Planeación y su Pregunta de Necesidades.¹⁵

Qué se necesita hacer, quién lo hará, cuánto tiempo se necesitará y cuánto costará. El resultado de este esfuerzo es un plan de línea base. El tomar el tiempo necesario para desarrollar un plan bien pensado es crítico para el logro exitoso de cualquier proyecto.

Muchos proyectos exceden sus presupuestos, incumpliendo sus fechas de terminación o han cumplido sus requisitos sólo en forma parcial, debido a no contar con un plan de línea base viable antes de que se iniciara el proyecto.¹⁶

1.7.3. Administración = Empresa = Proyecto.

El beneficio definitivo de poner en práctica técnicas de administración de proyectos y en empresas es lograr la satisfacción del cliente (propietario) y los clientes (consumidores). El completar el alcance total del proyecto y administrarlo con calidad total, a tiempo y dentro del presupuesto, proporcionará una gran sensación de satisfacción por el cumplimiento de las metas y objetivos propuestos a alcanzar. Al igual que permite resaltar la reputación como

¹⁵ Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida fusión latina-italiana – autores. Viviana duque lamir - Darío José Gómez Hernández - universidad javeriana. Facultad de ciencias económicas y administrativas. Carrera de administración de empresas. - Bogotá DC – 2008

¹⁶ GUIDO Jack; CLEMENTS James P. Administración exitosa de proyectos. Thomson Editores. México 2009. 427 p.

administrador o como gerente y permitirá como profesional obtener mayores oportunidades en su carrera.¹⁷

Al administrar una empresa como un proyecto, se deben identificar diferentes fases, la primera fase del ciclo de vida del proyecto incluye la identificación de una necesidad, un problema, o una oportunidad y puede dar como resultado que el cliente solicite propuestas a personas como el administrador o asesores externos, para resolver una necesidad identificada o solucionar un problema.

La segunda fase del ciclo de vida del proyecto es el desarrollo de una solución a una necesidad o a un problema previamente identificado. Esta fase da como resultado la entrega de una propuesta al cliente por parte de una o más personas o contratistas, o del equipo del proyecto o de la empresa.

La tercera fase del ciclo de vida del proyecto es la puesta en práctica de la solución propuesta. Esta fase, que se conoce como desarrollar el proyecto, da como resultado el logro del objetivo definido, dejando al cliente satisfecho de que se completó el alcance del trabajo con calidad, dentro del presupuesto y a tiempo. La fase final del ciclo de vida del proyecto es terminarlo, lo que incluye evaluar su ejecución con el fin de mejorar proyectos futuros.

La administración de proyectos como modelos de gestión en empresas, incluye primero establecer un plan y después ponerlo en práctica para el logro del objetivo de la empresa. Este esfuerzo de planeación incluye definir con claridad los objetivos, dividir y subdividir el alcance del proyecto en "piezas" importantes denominadas paquetes de trabajo,

¹⁷ Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida fusión latina-italiana – autores. Viviana duque lamir - Darío José Gómez Hernández - universidad javeriana. Facultad de ciencias económicas y administrativas. Carrera de administración de empresas. - Bogotá DC – 2008

definir las actividades específicas que necesitan realizarse para cada paquete de trabajo, presentarlas en forma gráfica bajo la forma de un diagrama de red, estimar cuánto tiempo necesitará cada una para terminarse, definir los tipos de recursos y cuánto se necesita de cada recurso para cada actividad, estimar su costo y calcular un programa y un presupuesto para el proyecto.

Para Clements y Guido,¹⁸ es importante dedicar el tiempo necesario para desarrollar un plan bien definido, considerando que esto es un factor crítico para el logro exitoso de cualquier empresa, debido a que una vez que se inicia el modelo de gestión, la administración del mismo incluye supervisar el avance para asegurar que todo vaya de acuerdo al plan y la clave para el control efectivo del modelo de gestión es medir el progreso real y compararlo con el planeado sobre una base oportuna y periódica y, si es necesario, llevar a cabo de inmediato la acción correctiva.

El beneficio definitivo de poner en práctica técnicas de administración de proyectos es tener al cliente o clientes satisfechos, tanto si se trata del cliente como empresa o si lo es como contratista, el empleado en este caso el administrador, a quien le paga el cliente o dueño de la empresa para realizar un proyecto administrativo. El completar el alcance total del proyecto con calidad, a tiempo y dentro del presupuesto proporciona una gran sensación de satisfacción para todos los que participan en la empresa*.

Según las etapas o fases mencionadas anteriormente, se debe tener en cuenta lo siguiente

¹⁸ GUIDO Jack; CLEMENTS James P. Administración exitosa de proyectos. Thomson Editores. México 2009. 427 p

*Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida fusión latina-italiana – autores. Viviana duque lamir - Darío José Gómez Hernández - universidad javeriana. Facultad de ciencias económicas y administrativas. Carrera de administración de empresas. - Bogotá DC – 2008

1.7.4. Necesidades – Problemas y Oportunidades.*

La identificación de necesidades es la fase inicial del ciclo de vida de un proyecto, en este un modelo de gestión administrativa. Se comienza con el reconocimiento de una necesidad, un problema, o una oportunidad y termina con la emisión de una solicitud de propuesta (SDP). El administrador identifica una necesidad, un problema, o una oportunidad para una mejor forma de hacer algo y por consiguiente ve algún beneficio en llevar a cabo un proyecto que dará como resultado una mejoría o ventaja sobre la condición existente.

Según Clements y Guido,¹⁹ antes de que se prepare la solicitud de propuesta, el administrador tiene que definir con claridad el problema o la necesidad. Esto quizá signifique recopilar información sobre la magnitud del problema o de la necesidad. Por ejemplo, si una empresa piensa que la tasa de desperdicios o la de rechazos en uno de sus procesos de fabricación es demasiado alta, quizá necesite recopilar información con relación a la tasa real, su repercusión sobre los costos y los tiempos de los ciclos. Es importante cuantificar el problema para poder determinar si los beneficios esperados de poner en práctica una solución compensan los costos de realizar el proyecto y, si es así, en cuánto.

Una vez que se ha estimado la magnitud del beneficio de la mejoría, el administrador puede determinar el presupuesto para un proyecto para poner en práctica la mejoría.

¹⁹ GUIDO Jack; CLEMENTS James P. Administración exitosa de proyectos. Thomson Editores. México 2009. 427 p.

*Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida fusión latina-italiana – autores. Viviana duque lamir - Darío José Gómez Hernández - universidad javeriana. Facultad de ciencias económicas y administrativas. Carrera de administración de empresas. - Bogotá DC – 2008

Las empresas tienen una cantidad limitada de fondos, disponibles y con frecuencia quieren gastar esos fondos en proyectos que proporcionarán el mayor rendimiento sobre la inversión.

Una vez que se ha determinado que existe un beneficio global al enfrentar el problema, la necesidad o la oportunidad, el administrador prepara una solicitud de propuesta.

1.7.5. Gestión Administrativa y Propuesta Corporativa.²⁰

El propósito de preparar una solicitud de propuesta es exponer, en forma amplia y detallada, lo que se requiere, desde el punto de vista del cliente o dueño de la empresa, para resolver la necesidad identificada. Una buena SDP permite a los administradores, comprender qué espera el cliente, de modo que puedan elaborar una propuesta bien preparada que cumpla con los requisitos del cliente a un precio realista.

1.7.6. El Diagnóstico Empresarial.*

Este tipo de diagnóstico, permite identificar el estado así como las causas de los problemas que surgen en las empresas, y en ese caso definir medidas que mejoren su situación. Para ello, es conveniente conocer la oferta existente en el mercado de metodologías de diagnóstico.

Cada una de ellas posee una serie de características, estructura e incluso un enfoque distinto. Por ello, a la hora de seleccionar alguna en particular, debemos elegir aquella que ofrezca el tipo de información que busca la compañía.

²⁰ IMPI. "Metodología para el Diagnóstico Tecnológico de Pymes". 2005.

*Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida fusión latina-italiana – autores. Viviana duque lamir - Darío José Gómez Hernández - universidad javeriana. Facultad de ciencias económicas y administrativas. Carrera de administración de empresas. - Bogotá DC – 2008

En el mismo, a la hora de realizar el análisis de cada modelo de evaluación se ha considerado oportuno estudiar los siguientes aspectos: objetivo, aspectos considerados en el diagnóstico, proceso de aplicación de la metodología, herramientas para la recogida de la información y resultado del diagnóstico.²⁰

1.7.7. Modelos Administrativos con Enfoque a Resultados.

La administración y las organizaciones son producto de su momento y su contexto histórico y social. Por tanto, la evolución se entiende en términos de cómo han resuelto las personas las cuestiones de sus relaciones en momentos concretos de la historia. Existen tres modelos importantes para el mundo contemporáneo: la administración por objetivos, por procesos y por resultados.

1.7.8. La Administración por Objetivos.

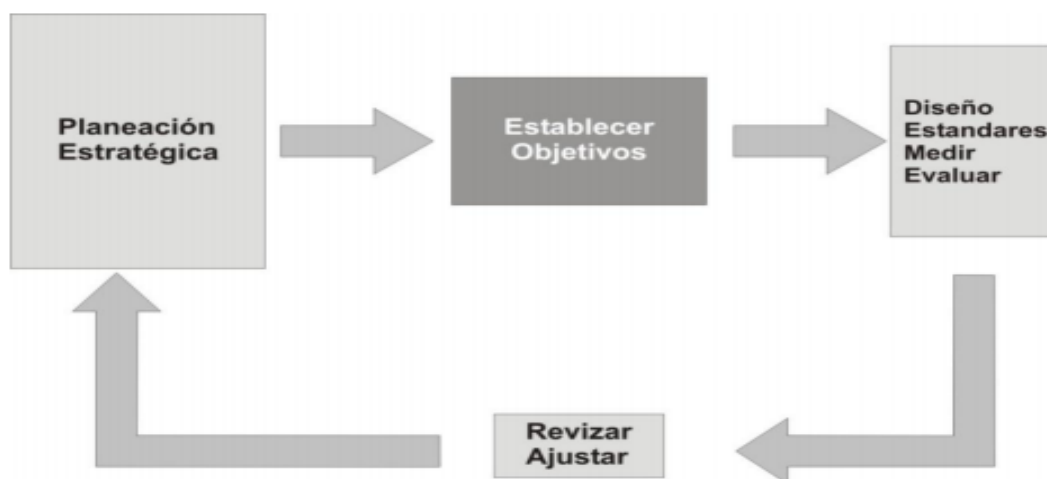


Ilustración 01. Presente Estudio.

Señala la importancia de la planeación estratégica y el establecimiento de objetivos como elementos fundamentales para realizar la medición y evaluación.

Características.

- Es un sistema que permite establecer un conjunto de objetivos (metas, propósitos o finalidades) para cada departamento o posición. - Permite la interrelación de los objetivos, generando énfasis en la medición y el control de los resultados.
- Requiere evaluación, revisión y modificación continuas de los planes donde se necesita una participación activa de los ejecutivos.

Ventajas.

- Está focalizado en el presente visualizando el lograr los objetivos futuros.
- La orientación hacia las personas, clientes y resultados, permite un estilo participativo en la administración.
- Incrementa la innovación e iniciativa de los miembros ya que se maneja la delegación incrementando la responsabilidad.
- Tiene énfasis en el “para qué”, evitando la pérdida de esfuerzos. - Se fortalece a medida que el trabajo en equipo se realice en forma eficiente.

Desventajas

- Es un estilo de administración exigente, ya que los cambios en el entorno, pueden generar cambios bruscos en el sistema.
- Las personas se tecnocratizan, es decir, se acostumbran a recibir la información y no analizar lo que realmente está pasando.

1.7.9. La Administración por Procesos.

Este modelo parte de la planeación estratégica - tomada como fundamento para realizar el sistema de calidad - centrandose su atención en todos los procesos y procedimientos de la empresa.

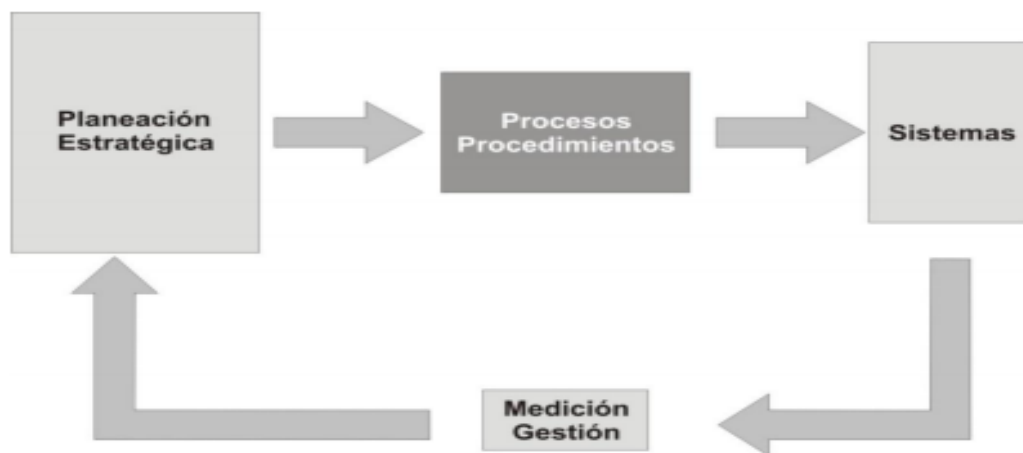


Ilustración 02. Presente Estudió.

Características.

- Comprende el diseño, control y mejora de los procesos esto es, la secuencia de actividades necesarias para obtener resultados.

- Tiene énfasis en el valor agregado que se le está dando al cliente, si éste no se genera, el proceso sobra en la organización.
- La gerencia se focaliza en la cantidad o en la calidad dándole soporte a las personas para identificar fácilmente la variación de los resultados.
- Es un sistema que requiere características específicas de liderazgo y persistencia, el cambio en la manera de actuar de las personas.

Ventajas.

- La gestión gerencial se centra en cumplir los estándares, procedimientos o protocolos establecidos para el proceso, verificando las condiciones del mismo permitiendo que los resultados satisfagan las necesidades y expectativas del cliente.
- El desarrollo de procesos implica trabajo en equipo interfuncional, crítico para el éxito.
- El énfasis principal es el valor agregado que se le está dando al cliente, generando una relación de mayor compromiso por parte de ambos.

Desventajas

- La necesidad de explicitar el proceso de una manera detallada.
- Identificar en las salidas de los procesos el valor agregado a generar, que en muchos casos no es cuantificable.

1.8. Marco Normativo de la Creación de Caja de Compensación Familiar en Colombia.

A continuación daremos una descripción general de la creación de cajas de compensación familiar en Colombia, con sus alcances y servicios a los beneficiarios.

Empezó en Francia en 1891 con León Harmel, en 1916, el empresario Emilio Romanet creó los subsidios o a locaciones familiares; buscando resarcir algunos derechos de los trabajadores.

La ley 90 de 1946 se creó el Instituto de Seguros Sociales y entre sus facultades estaba organizar las Cajas de Compensación destinadas a atender a los subsidios familiares que algunos patronos decidieran asumir en beneficio de los asegurados. Sin embargo no fueron organizadas tales cajas.

Desde 1954 la ANDI concertó con los ferrocarriles de Antioquia la creación de una prestación social denominada subsidio familiar, en ese año se creó la Caja de Compensación Familiar de Antioquia *Comfama*, la primera con personería jurídica, empezando con 45 empresas afiliadas.

En 1956 el presidente de facto, General Gustavo Rojas Pinilla, estableció un decreto para estimular la implantación del subsidio familiar voluntaria eximiendo de impuestos al cheque del pago del subsidio, sin embargo falló en su intento al carecer de un esquema normativo.

Luego de la renuncia del Gral. Rojas en 1957, se instauró la Junta Militar que gobernó a Colombia durante un poco más de un año (mayo 1957 - agosto 1958). El primer decreto promulgado al mes de posesionarse el nuevo gobierno fue el decreto 118 (21 de junio de 1957), que representó una política de bienestar social, que respondía al descontento popular, consideraba que por el orden turbado, por el aumento de los costos vida, por la doctrina social-católica que recomendaba el subsidio familiar, y tenía en cuenta que era deber del gobierno propugnar por la enseñanza técnica.

Desde 1963 el sistema es administrado por las Cajas de Compensación. Con la ley 25 de 1981 se redefinieron las Cajas, se creó la Superintendencia de Subsidio Familiar y mediante la ley 21 de 1982 fue reformado el sistema del subsidio familiar.

Luego las cajas han recibido por ley funciones adicionales algunas de sus funciones adicionales fueron:

- En 1962 manejaban como obras de beneficio social.
- Desde 1965 el subsidio familiar al sector.
- Con la ley 49 de 1990 debieron construir un fondo para el subsidio de vivienda de interés social.
- Con la ley 100 de 1993 empezaron a gestionar el régimen subsidiado de salud y el fondo para la niñez.
- En 2013 se les asignó la administración del subsidio del desempleo. los beneficios se han extendido a trabajadores por días, independientes, pensionados, madres sustitutas.²¹

1.8.1. Marco Legal y Normatividad para Establecimientos Gastronómicos – Restaurantes.

Todo establecimiento debe cumplir con las condiciones sanitarias que se describen en la Ley 9 de 1979, que está compuesta por títulos de carácter general como los de protección del medio ambiente, suministro de agua, y salud ocupacional, así como algunos específicos de Alimentos y bebidas, en el que se establecen las normas específicas a las que están sujetos

21. Plan Corporativo Colsubsidio 2002.

los establecimientos industriales y comerciales en los que se realicen actividades que se relacionan con alimentos y custodia, guardado, embodegado e inventarios.

En el caso de las personas jurídicas y naturales que ejercen actividades en torno a los alimentos como su fabricación, procesamiento, distribución y comercialización, deben también cumplir con los requisitos sanitarios establecidos en la Resolución 2674 de 2013. De las condiciones sanitarias que deben cumplir los restaurantes y establecimientos gastronómicos.

Es así como los establecimientos deben garantizar el cumplimiento de las leyes ya mencionadas y otras a las que haya lugar. Muestra de dicha garantía se logra a través de la obtención del Concepto sanitario, el cual es emitido por la autoridad sanitaria pertinente una vez radicada la solicitud y realizada la auditoría de inspección, vigilancia y control del establecimiento.

La autoridad sanitaria encargada de emitir el concepto sanitario para los establecimientos que realizan expendio de alimentos es la Secretaría de Salud Municipal y Departamental o sus entes territoriales.

- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS - USNA 007 Norma Sanitaria de manipulación de alimentos, 2017
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS- USNA 001. Preparación de alimentos de acuerdo con el orden de producción. 2015.
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS- USNA 002. Servicio de alimentos y bebidas de acuerdo con estándares técnicos. 2015.

- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS –USNA 003 Control en el manejo de materia prima e insumos en el área de producción de alimentos conforme a requisitos de calidad. 2016.
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 004 Manejo de recursos cumpliendo con el presupuesto y el plan de trabajo definido por el establecimiento gastronómico. 2016.
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 005. Coordinación de la producción con los procedimientos y estándares establecidos, 2003.
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 006 I actualización. Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica, 2012.
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 008 I actualización. Categorización de restaurantes por tenedores, 2009
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 009. Seguridad industrial para restaurantes, 2007
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 010. Servicio al cliente en establecimientos de comida rápida, 2007.
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 011. Buenas prácticas para la prestación del servicio en restaurantes 2012

1.8.2. Nomograma Legal de Manejo, Custodia y Conservación de Alimentos y Bebidas.

| IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES | BPM.HACCP. REGISTRO-PERMISO-NOTIFICACION. | INSPECCIÓN, VIGILANCIA Y CONTROL-PROCEDIMIENTO. | ADITIVOS ALIMENTARIOS. | SUPERFICIES EN CONTACTO. |
|--|---|---|---------------------------|---|
| Ley 915 de 2004 | Resolución 604 de 1993. | Ley 1437 de 2011. | Decreto 10593 de 1985. | Resolución 683 de 2012. |
| Decreto – Ley 019 de 2012. | Ley 915 de 2004. | Decreto 2078 de 2012. | Resolución 14985 de 1983. | Resolución 4142 de 2012. |
| Decreto 539 de 2004 | Resolución 2674 de 2013. | Resolución 1229 de 2013. | Resolución 1618 de 1991. | Resolución 4143 de 2012. |
| Decreto 590 de 2014. | Resolución 719 de 2015. | Resolución 770 de 2014. | Resolución 4124 de 1991. | Resolución 834 de 2013. |
| Decreto 1686 de 2012. | Decreto 60 de 2002. | Resolución 5296 de 2013. | Resolución 4125 de 1991. | Resolución 835 de 2013. |
| LIMITE MÁXIMOS DE RESIDUOS Y NIVELES MÁXIMOS. | Decreto 1686 de 2012. | Circular 046 de 2014. | Resolución 4126 de 1991. | Resolución 862 de 2017. |
| Resolución 2906 de 2007. | Resolución 3168 de 2015. | Circular 031 de 2015. | Resolución 2826 de 1996. | ALIMENTO ENVASADOS HERMÉTICAMENTE. |
| Resolución 1382 de 2013. | Rotulado o Etiquetado | Circular 046 de 2016. | Resolución 1528 de 2002. | Resolución 2195 de 2010. |
| Resolución 4506 de 2013. | Resolución 5109 de 2005. | MUESTRAS SIN VAL – INCENTIVOS. | Resolución 2606 de 2009. | |
| Resolución 2671 de 2014. | Resolución 1506 de 2011. | Resolución 3172 de 2013. | | |
| Resolución 3709 de 2015. | | Resolución 1893 de 2001. | | |

| PRODUCTOS DE LA PESCA | BEBIDAS ALCOHÓLICAS | DERIVADOS LÁCTEOS | CARNE-PRODUCTOS CÁRNICOS | | SAL | PASTAS ALIMENTICIAS |
|-----------------------------|-----------------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|-------------------------|
| Decreto 730 de 1998. | Decreto 4445 de 2005. | Resolución 2310 de 1986. | Decreto 2278 de 1982. | Decreto 318 de 2013. | Decreto 547 de 1996. | Resolución 4393 de 1991 |
| Resolución 337 de 2006. | Decreto 3515 de 2007. | Resolución 1804 de 1989. | Decreto 1036 de 1991. | Decreto 2270 de 2012. | Decreto 698 de 1998. | ESPECIAS |
| Resolución 148 de 2007. | Decreto 1686 de 2012. | Resolución 11961 de 1989. | Decreto 2350 de 2004. | Decreto 1282 de 2016. | Resolución 9553 de 1998. | Resolución 4241 de 1991 |
| Resolución 228 de 2007. | Decreto 1506 de 2014. | LECHE | Decreto 3755 de 2006. | Resolución 222 de 1990. | MAYONESA | CARACOLAS |
| Resolución 776 de 2008. | Decreto 262 de 2017. | Decreto 616 de 2006. | Decreto 3752 de 2006. | Resolución 402 de 2002. | Resolución 17882 de 1985. | Decreto 2490 de 2008. |
| Resolución 122 de 2012. | Circular 11 de 2017. | Decreto 1673 de 2010. | Decreto 1500 de 2007. | Resolución 3659 de 2006. | Resolución 129 de 2003. | LACTOSUEROS |
| Resolución 468 de 2012. | PRODUCTO DEL CACAO | Decreto 1880 de 2011. | Decreto 2965 de 2008. | Resolución 4772 de 2009. | VINAGRE | Resolución 2997 de 2007 |
| BEBIDAS EMBRIAGANTES | Resolución 1511 de 2011. | AGUA ENVASADA | Decreto 2380 de 2009. | Resolución 3009 de 2010. | Resolución 775 de 2008. | Resolución 1031 de 2010 |
| Resolución 982 de 1994. | BEBIDAS ENERGIZANTES | Resolución 12186 de 1991. | Decreto 3525 de 2009. | Resolución 240 de 2013. | PANELA | Resolución 1185 de 2011 |
| Resolución 1082 de 1994. | Resolución 450 de 2009. | DERIVADOS CÁRNICOS | Decreto 4131 de 2009. | Resolución 241 de 2013. | Resolución 779 de 2006 | OGM |
| | BEBIDAS HIDRATANTES | Decreto 2162 de 1983. | Decreto 4974 de 2009. | Resolución 242 de 2013. | Resolución 3544 de 2009 | Ley 740 de 2002 |
| | Resolución 2229 de 1994. | Decreto 2191 de 1997. | Decreto 3169 de 2011. | Resolución 3753 de 2013. | Resolución 4121 de 2011 | ACEITES GRASAS |
| | | | Decreto 917 de 2012. | Resolución 2690 de 2015. | Resolución 4217 de 2013 | Resolución 2154 de 2012 |

Ilustración 03. Trabajo – Nomograma.

CAPITULO II.

ACTUALIZACIÓN Y ADAPTACIÓN DE LOS PROCESOS DE COMPRAS, ROTACIÓN DE MATERIAS PRIMAS DEL ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL RESTAURANTE BAJO LAS ESTRELLAS DEL HOTEL PEÑALISA – COLSUBSIDIO.

2.1. Proceso Compras, Conservación y Rotación de Materia Prima de Alimentos.

El planteamiento del problema durante el paso de los años en el área de alimentos y bebidas del restaurante Bajo las Estrellas del Hotel Peñalisa – Colsubsidio. Ha tomado mucha importancia el manejo de los inventarios de compras del almacén de la materia prima para la optimización y preparación de los alimentos y bebidas que hacen parte de la carta de menús del restaurante del hotel. Buscando satisfacer a sus clientes y al mismo tiempo, su nuevo objetivo es ganar sus corazones para crear fidelidad y empatía con ellos.

El desarrollo de los restaurantes en Colombia, y más específicamente en los restaurantes de los hoteles resort del país en las décadas actuales, ha sido muy interesante e importante para el turismo de descanso y confort en el interior del país; lo cual ha impulsado los sectores turístico, gastronómico y comercial, entre otros.

Los restaurantes en hoteles se han convertido en el punto de encuentro para almorzar, comer o pasar un buen tiempo en familia y amigos; en estos se ofrecen nuevos sabores, olores y texturas por medio de la combinación de diversos platos e ingredientes de varias culturas.

Los restaurantes de este tipo se están tomando un segmento considerable en el mercado de comidas y confort; con paquetes de PASA DÍA los cuales están tomando fuerza, y se puede apreciar en el surgimiento de varios restaurantes de hoteles dedicados a atender

clientela permanente con fidelidad por un lugar ameno y familiar con servicios de atención a chicos y grandes.

Uno de los diferentes puntos de vista por los consumidores es el interés por la comida extranjera, los platos de comida internacional como: la italiana, la peruana, la árabe, la china, la japonesa y la brasilera como platos fuertes para consumir en algún día de la semana. Sin dejar de lado la comida colombiana de otras regiones de donde se encuentra ubicado el hotel como: los platos cundí-tolimenses, platos del pacífico, los platos de Santander, los platos del caribe entre otros.

Con base en los datos se puede ver que el mercado se encuentra en un proceso de franco desarrollo, por lo que presenta oportunidades claras para los innovadores que demuestren propuestas nuevas con altos niveles de calidad. Esto proporciona un campo de oportunidad amplio para el restaurante ya que existe un mercado regional creciendo día a día, con la construcción de torres y casas en el municipio las cuales serán lugar de residencia y de paso de fin de semana de los bogotanos y habitantes de la sabana.

¿Cómo mejorar el Plan Administrativo, y de Negocios e Inventarios del Restaurante Bajo Las Estrella del Hotel Peñalisa – Colsubsidio?

En las organizaciones, dentro de su etapa de crecimiento, adquieren y acumulan inventario para su posterior consumo, venta, sin embargo no establecen prioridades en dichos artículos, en proporción a la participación de los ingresos o cuáles de ellos generan mayor riesgo de resultar obsoletos. Como consecuencia de esta situación existen falencias en las políticas y procedimientos eficaces con respecto a la correcta administración corporativa y de inventario.

Incluso existen casos de competidores directos que han mejorado sus ventas debido al cambio de planeación, el mismo que afecta directamente las compras y el inventario del área por lo cual, se propone establecer una clasificación y políticas adecuadas para administrar y controlar de mejor manera dichos productos; y además indicadores de medición para conocer la situación del inventario cuando se lo requiera.

El Restaurante Bajo Las Estrellas del Hotel Peñalisa de Colsubsidio en el área de Alimentos y Bebidas se observan falencias en la planeación de las compras y rotación de inventarios, debido al aumento desmedido de las existencias en bodega por desconocimiento e incremento de costos asociados a éstos, ocasionando bajas de materia prima considerables que afectan la liquidez de la empresa y posicionamiento en el mercado.

El hotel Peñalisa y su restaurante posee un proceso de compras centralizado el cual debe ser reestructurado según las nuevas necesidades crecientes del mercado que tiene el área de alimentos y bebidas, teniendo en cuenta las nuevas necesidades nacientes en la región de un restaurante que ofrezca además de alimentos, una variedad de recreación y cultura

El restaurante tiene una capacidad de reacción en el límite que la operación y los cambios nacientes del mercados en el municipio y la región; se debe tener una actualización de los sistemas de inventarió y compras de las existencias de materias primas para preparación de los diferentes platos del restaurantes ya sean de la carta tradicional, la nueva carta de platos a ofrecer y la variedad de comidas rápidas y parilla criolla.

El área de Alimentos y bebidas dispone de unas plataformas como carnes, pollo, pescados, fruver y abarrotos para suplir sus necesidades sin una previa verificación, autorización y análisis profundo de las solicitudes, que en realidad se requieren para dicha

operación adicionalmente cada área de la organización puede realizar cualquier tipo de compra y los proveedores actuales son escogidos bajo unos estándares de calidad óptimos el cual hacen que los productos sean totalmente inocuos. A pesar de eso se tiene que tener una buena rotación del inventario para no generar pérdidas de materia prima.

Se actualizo el proceso administrativo, manuales de funcionamientos, procesos y procedimientos formatos de compras entre otras actividades corporativas del restaurante. La oportunidad de realizar una selección de aliados estratégicos que brinden garantías a las actividades que contribuyen al bienestar del hotel y su restaurante, la reducción de gastos y costos que permitirían mayores márgenes de utilidad.

La propuesta planteada en esta sistematización es diseñar e implementar en el área de Alimentos y bebidas para el Hotel Peñalisa es mejorar el plan de mejoramiento, plan de compras y los procesos concernientes del área, fomentar el trabajo en equipo entre los distintas áreas y canalizar la responsabilidad de su manejo en manos de personal profesional capacitado para el desarrollo del mismo y así mejorar la planeación de las compras y rotación del inventario de la organización.

2.2. Formulación del Problema de Aprendizaje.

¿Cómo mejorar el proceso de rotación de inventario mediante procedimientos para la preparación de alimentos y bebidas del Restaurante Bajo Las Estrellas?

2.3. Identificación de Actores Involucrados y Participantes.

La investigación se describe en un complemento de lo cualitativo y lo cuantitativo, logrando una correlación de la investigación y su técnica de recolección de datos, teniendo logros significativos con el nuevo plan de mejoramiento del área de alimentos y bebidas del

restaurante del hotel peñalisa; y con un cambio profundo en sus métodos y procesos de manejo de compras y embodegado de alimentos.

La investigación cualitativa se apoya en la metodología administrativa de los diferentes autores vistos en el total de la carrera administración de empresas; la investigación cuantitativa la vamos a centrar en el plan de mejoramiento, funciones del área, procesos - procedimientos y nuevos cuadros de manejo de almacén de alimentos y bebidas.

Plan de mejoramiento: El comienzo del plan de mejoramiento del restaurantes bajo las estrellas del hotel peñalisa – Colsubsidio, será replantear los objetivos del área, misión, visión.

Manual de Funciones: Se plantea el manual básico de las nuevas funciones estructuradas del restaurante del Hotel.

Flujo Gramas: Nuevas tareas y forma de hacer las cosas al interior del restaurante.

Procesos y Procedimientos: Descripción de cómo se hacen las cosas en general del restaurante.

Trabajo de Investigación: Estudio en el cual se propondrá los cambios a realizar teniendo en cuenta el mercado existente, las variaciones del mercado de la región y la implementación de un nuevo modelo de venta de los servicios del hotel teniendo como base el servicio del restaurante en todas sus áreas de atención de alimentos y bebidas.

2.4. Metodología de la Investigación.²²

²² Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida fusión latina-italiana – autores. Viviana duque lamir - Darío José Gómez Hernández - universidad javeriana. Facultad de ciencias económicas y administrativas. Carrera de administración de empresas. - Bogotá DC – 2008

La metodología utilizada y los aspectos relacionados al tipo de estudio a realizar, la muestra con la que se trabajó, los instrumentos utilizados y el procedimiento para diseñar el modelo de gestión para la administración y control de los proyectos en desarrollo para el Restaurante Bajo Las Estrellas del Hotel Peñalisa - Colsubsidio:

2.4.1. Estructura del Modelo de Reconstrucción de la Experiencia.

El tipo de investigación que se utilizó fue la siguiente:

Investigación descriptiva. Disciplina científica inicial utilizada para analizar una población o fenómeno con el fin de determinar su naturaleza, comportamiento y características.

Características.

- Solo describe situaciones, fenómenos o acontecimientos.
- Generalmente responde a preguntas como: qué, quién, dónde, cómo y cuándo.
- Permite detallar el fenómeno o población estudiada por medio de sus atributos.
- No busca explicaciones o causas, no intenta probar hipótesis ni hacer predicciones.
- Generalmente se utiliza la encuesta como herramienta para obtener los datos.

Investigación explicativa o causal, la cual busca el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto.

Características.

- Este tipo de estudio emplea hipótesis.
- El resultado y conclusión constituyen el nivel más profundo de conocimientos. Con lo anterior se escogió estos tipos de investigación para dar solución al problema planteado

en el presente proyecto en cual es “la organización corporativa, administrativa y formatos del restaurante Bajo Las Estrella el Hotel Peñalisa de Colsubsidio”.

Planificación en base al diagrama de Gantt. Tiene como objetivo mostrar el tiempo programado para las unidades mínimas de trabajo - Las tareas - Las fechas de iniciación y terminación para cada una y actividades a lo largo de un tiempo total determinado.

Características.

- Un eje Horizontal. Donde se define la escala de tiempo, un calendario adaptado a la unidad que mejor se adapte al modelo de proyecto que estás llevando puede ser Día, Mes, Semana, Hora o año.
- En el eje Vertical. Se plantea la tarea que se pretende ejecutar. Se muestra cómo una especie de barra horizontal que ocupará el tiempo necesario expresado en el eje horizontal.

2.4.2. Variables, Indicadores, Herramientas e Instrumentos.²³

Se empleó el método deductivo, de observación y análisis, porque de situaciones generales se llegará a explicaciones particulares.

❖ Población o Muestra.

²³ IMPI. "Metodología para el Diagnóstico Tecnológico de Pymes". 2005.

La muestra es definida como una parte de ese todo que llamamos universo y que sirve para representarlo.

La muestra, es esencia un subgrupo de la población. Se dice que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido.

La población o muestra utilizada fueron los estudios internos administrativo, indagar a los jefes de áreas y los empleados del área de restaurante.

La investigación tomo como base fundamental las capacitaciones que han recibido los empleados en la dirección principal de hoteles – Colsubsidio; algunos textos corporativos institucionales, conceptos de los colaboradores del restaurante y la realización de diagnóstico y plan de mejoramiento del restaurante – el presente estudio.

❖ **Fuentes de Información**

- **Fuentes primarias.**

Las capacitaciones que se han recibido por parte de la gerencia del hotel, documentación que nos suministran para el conocimiento del área de restaurante y/e investigación del estudio.

Se le pidió el concepto e ideas a mejorar de los colaboradores del área de restaurante del hotel

También se tendrán en cuenta textos sobre la administración de empresas, administración de restaurantes y Metodología de la investigación. Norma para la presentación de trabajos escritos, entre otros, los cuales se utilizaron para analizar las teorías a utilizar en el presente proyecto.

2.5. Modelo de Divulgación de la Experiencia.

El modelo que utilizaremos será el compatible a nuestro diagrama de gannt; que será una interacción entre la comunicación escrita y comunicación vía conducto regular del organigrama, además utilizara la cartelera de comunicados (creada por el presente estudio) del área del restaurante del hotel.

Realizaremos comunicados internos entre la gerencia del hotel y el estudio que se está realizando.

- Planificación y programación del proyecto.
- Publicación del cronograma de tareas y tiempo de ejecución de forma personalizada con copias del documento y publicación interna del diagrama de Gannt.
- Asignación de recursos a cada tarea. - se reestructurara la asignación de las tareas con objetivos claro y a plazos inmediatos.
- Distribución temporal de las actividades que se componen para el nuevo plan de manejo de visitantes y atención en los nuevos programas de pasa día con alimentación y bebidas.
- Actualización de lo dispuesto en los nuevos menús para el pasa día.

Lograr fortalecer poniendo en práctica el nuevo modelo de compras e inventarios de las existencias en almacén y bodega.

Se utilizara una comunicación directa con el jefe de área con la presentación y explicación del documento escrito logrando socializar la nueva propuesta del manejo del restaurante por parte de la gerencia del hotel y/e interacción con los colaboradores del restaurante.

El área de alimentos y bebidas debe ser la punta de lanza del nuevo modelo del restaurante como punto fundamental para la atención de nuestros visitantes del nuevo programa de pasa día para visitantes fuera del hotel. La base fundamental de nuestro programa todo incluido será la alimentación y bebidas ilimitadas a determinadas horas.

Al aumentar nuestras ventas y consumos se optimiza los procesos de compra, inventarios, bodega de alimentos y bebidas.

CAPITULO III.

PLAN DE MEJORAMIENTO Y ADMINISTRATIVO PLANTEADO PARA EL ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL RESTAURANTE BAJO LAS ESTRELLAS DEL HOTEL PEÑALISA DE COLSUBSIDIO.

3.1. Generalidades de la Empresa – Hotel Peñalisa de Colsubsidio.

❖ Quiénes Somos.

Enmarcado por paisajes naturales como el río Magdalena y el río Sumapaz, el Hotel Peñalisa se encuentra en el Km. 120 de la vía Bogotá-Girardot.

Caracterizado por una arquitectura moderna y un diseño de vanguardia, el hotel cuenta con 209 habitaciones, 4 salones para eventos empresariales y sociales, y una infraestructura para descansar y divertirse: restaurantes, piscinas, bolera, canchas múltiples y de mini tenis, salón de juegos, bar, parque infantil, enfermería, zona de masajes, entre otras.

El Hotel Peñalisa es sinónimo de comodidad, sol, diversión y experiencias gratas que se complementan con atractivos adicionales del Hotel Bosques de Athán y del Parque Recreativo y Zoológico Piscilago.

- Km. 120 vía Bogotá-Girardot
- Teléfono:(01) 8338770 - 8333033/66
- Móvil: 3106965617 - 3164540023 – 3158277968.

A. El Hotel Peñalisa y su Historia.

Como se mencionó, la recreación ha sido una de las preocupaciones permanentes de Colsubsidio desde sus comienzos, por considerar la importancia que tienen en la persona el

deporte, el esparcimiento sano, el turismo y las actividades recreativo-culturales. Fue así como adquirió el Hotel Colonial y el Lanceros en Paipa (Boyacá) y construyó el Hotel Peñalisa en Girardot en 1986. Posteriormente se desarrolló el complejo recreacional de Piscilago, En 1996 se atendió más de un millón de turistas afiliados, alcanzando una ocupación hotelera del 65 por ciento. Para subsidios de este campo se destinaron \$4.124 millones.

❖ Información de Contacto

Teléfonos: (051)8333033/66 EXT.17411/17410/17469

Celulares: 310 6965617 – 3176572214

❖ Reservas.

Celulares: 3158277968

Correo: recepción.penalisa@colsubsidio.com

hotel.penalisa@colsubsidio.com

❖ Convenciones.

Teléfono: 3164540023 - (051) 8338770

Correo: eventos.penalisa@colsubsidio.com

❖ Como Llegar.

Hotel Peñalisa: KM 120 Vía Bogotá – Girardot.



B. Nuestras Habitaciones.

El Hotel Peñalisa cuenta con 209 habitaciones dotadas con todas las comodidades y los más altos estándares de la hotelería actual.

Torre Cauchos - Suite Superior (tipo 1)

- Capacidad: 6 personas
- Dos ambientes
- Dos baños
- DirecTV
- Aire acondicionado
- Cajilla de seguridad
- Balcón



Foto. No.1

Torre Cauchos - Suite Superior (tipo 2)

- Capacidad: 7 personas
- Dos ambientes
- Un baño
- DirecTV
- Aire acondicionado
- Cajilla de seguridad
- Balcón



Foto. No.2

Torre Cauchos - Semisuite (tipo 1)

- Capacidad: 4 personas
- Un ambiente
- Un baño
- DirecTV
- Aire acondicionado
- Cajilla de seguridad
- Terraza



Foto. No.3

Torre Cauchos - Semisuite (tipo 2)

- Capacidad: 6 personas
- Un ambiente
- Un baño
- DirecTV
- Aire acondicionado
- Cajilla de seguridad
- Balcón



Foto. No. 4

Torre Cauchos - Semisuite (tipo 3).

- Capacidad: 6 personas
- Un ambiente
- Un baño
- DirecTV
- Aire acondicionado
- Cajilla de seguridad
- Balcón



Foto. No. 5

Torre del Sol - Suite Superior

- Capacidad: 6 personas
- Dos ambientes
- Dos baños
- DirecTV
- Aire acondicionado
- Cajilla de seguridad
- Balcón



Foto. No 6

Torre del Sol – Suite

- Capacidad: 4 personas
- Dos ambientes
- Un baño
- DirecTV
- Aire acondicionado
- Cajilla de seguridad
- Balcón



Foto. No. 7

Torre Palmas – Semisuite.

- Capacidad: 4 personas
- Un ambiente
- Un baño
- DirecTV
- Aire acondicionado
- Cajilla de seguridad



Foto. No. 8

Zona Gran Vía - Semisuite (tipo 1)

- Capacidad: 4 personas
- Dos ambientes
- Un baño
- DirecTV
- Aire acondicionado



Foto. No. 9

Zona Gran Vía - Semisuite (tipo 2)

- Capacidad: 4-6 personas
- Un ambiente
- Un baño
- DirecTV
- Aire acondicionado



Foto. No. 10

Zona Hizca – Semisuite.

- Capacidad: 2-5 personas
- Un ambiente
- Un baño
- DirecTV
- Aire acondicionado



Foto. No. 11

C. Nuestros Salones para Eventos

El Hotel Peñalisa cuenta con (2) salones y (1) auditorio para eventos y brinda todas las ayudas audiovisuales y apoyo logístico.

Salón Almendros

- Ancho 12,2 mts
- Largo 20,3 mts
- Área 248 (m²)

Capacidades:

- Tipo "U" doble: 90 personas
- Tipo "U": 78 personas
- Tipo aula: 150 personas
- Tipo auditorio: 340 personas
- Tipo espina de pescado: 150 personas



Foto. No. 12

Auditorio Mangos

Salón 1

- Ancho 4,9 mts
- Largo 9,8 mts
- Área 48 (m²)

Capacidades:

- Tipo "U": 20 personas
- Tipo aula: 35 personas
- Tipo auditorio: 40 personas



Foto. No. 13

Salones 2 y 3*

- Ancho 7,1 mts
- Largo 14,8 mts
- Área 106 (m2)

Capacidades:

- Tipo "U": 42 personas
- Tipo aula: 80 personas
- Tipo auditorio: 100 personas
- Tipo espina de pescado: 70 personas



Foto. No. 14

Salón 4 *Sin dividir

- Ancho 45 mts
- Largo 12,7 mts
- Área 63 (m2)

Capacidades:

- Tipo "U": 25 personas
- Tipo aula: 40 personas
- Tipo auditorio: 45 personas



Foto. No. 15

Salón Ocobos

- Ancho 9,9 mts
- Largo 11,5 mts
- Área 114 (m2)

Capacidades:

- Tipo "U": 40 personas
- Tipo aula: 85 personas
- Tipo auditorio: 100 personas
- Tipo espina de pescado: 60 personas



Foto. No. 16

D. Alimentos y Bebidas - Catering Colsubsidio.

❖ Quiénes Somos.

Catering Colsubsidio presta el servicio de alimentos y bebidas a domicilio con un equipo humano idóneo y comprometido con la calidad en los procesos de producción y servicio al cliente.

❖ Que Queremos.

Ofrecer a los clientes un servicio integral en el suministro de alimentos con recurso humano comprometido en el cumplimiento de estándares de calidad y servicio, y con procesos y recursos adecuados para garantizar su satisfacción.

❖ Estos son Nuestros Servicios.

Catering Colsubsidio ofrece un portafolio integral de servicios con diversidad de productos que responde a sus requerimientos para garantizar el éxito de sus reuniones de trabajo, seminarios, congresos, lanzamientos de producto y eventos sociales entre otros.

- Portafolio de alimentos y bebidas variado y acorde con diversos segmentos de población.
- Servicio profesional de meseros.
- Montaje para todo tipo de evento.
- Servicio de transporte.

3.2. Valores Corporativos Restaurante Hotel Peñalisa de Colsubsidio Girardot.

Como alternativa de solución frente a las necesidades administrativas del área de alimentos y bebidas

Se presenta un plan corporativo y estrategias claras y especializadas para concretar sobre la realidad, el desarrollo efectivo y la vinculación de todo el Hotel Peñalisa – Colsubsidio. Para mejorar las condiciones corporativas y asegurar su desarrollo sostenible.

En la actualidad en el hotel Peñalisa – Colsubsidio en su área de alimentos y bebidas no contamos con un portafolio corporativo donde ofrecemos el centro de convenciones, capacitaciones y reuniones como un esquema complementario para PASA DÍA de reuniones, capacitaciones y diplomados; ofreciendo a los municipios de la región (Girardot, Ricaurte, Flandes, Tocaima, Agua de Dios, Nilo, Viota, Nariño y Guataquí) para implementar todo lo relacionado con educación y demás. Ofreciendo piscina, centro de recreo y deporte (bolera, billar, tenis de mesa, cancha de tenis y canchas múltiples) salón de eventos con todos los equipos necesarios, alimentación, refrigerios y zona de bebidas.

Con relación a todo lo anterior podemos adicionar la gran cantidad de apartamentos que poseen residentes de Bogotá, los cuales estarán ocupados el fin de semana, puentes y vacaciones; ofreceremos atención como restaurante y bar para todos los visitantes de Ricaurte debido a la falta de restaurante y lugar de recreativo para pasar un día.

Con lo cual se plantea para afiliados y no afiliados a COLSUBSIDIO de un programa identificado con una manilla de PASA DÍA. El cual le ofrecerá unos servicios ilimitados de alimentación, pasa bocas, comidas rápidas y bebidas por tragos, además piscina, canchas de tenis, cancha múltiple, juegos de mesa, billar, tenis de mesa; la utilización de la bolera en unos horarios determinados.

3.3. Misión.

El Restaurante Bajo Las Estrellas del Hotel Peñalisa es un área de mucha importancia en la cadena productiva de alimentos autóctonos y propios de nuestro país; cuyo objetivo principal es llevar satisfacción sensorial a nuestros clientes con experiencias gastronómicas especial y diferenciada en calidad y servicio. Como la mejor alternativa para el paladar de nuestros usuarios en todos los niveles.

3.4. Visión.

Convertir a nuestra área de Alimentos y Bebidas en una experiencia sensorial gastronómica por excelencia en parte fundamental para nuestros residentes en el hotel para el año 2040, liderando nuestro segmento de mercado para posicionarlo a nivel regional y nacional como parte fundamental de su estadía y visitas. Con una proyección como centro de encuentro de familias, seminarios y congresos.

3.5. Objetivos Institucionales del Área de Alimentos y Bebidas. Hotel Peñalisa – Colsubsidio.

- Proponer un recetario estándar con porciones y medidas por escrito de los platos a preparar.
- Guía coctelera de las bebidas y fusiones de bebidas alcohólicas con medidas, copas y vasos utilizados para la preparación en las jarras cocteleras y agitadores de preparación.
- Reestructurar unas áreas del hotel para atender los pasa día en alimentación, snacks, comidas rápidas, helados y bebidas

- Proponer el área de alimentos y bebidas como un servicio principal para organización de convenciones, reuniones empresariales, seminarios y despedidas empresariales de la región del Alto Magdalena y parte del Tolima.
- Apoyar una reingeniería. Del área de alimentos y bebidas del Hotel Peñalisa – Colsubsidio.

3.6. Valore Institucionales Gestión Humana.

El ser humano es el centro de nuestra organización, donde las personas generaran un alto contenido de responsabilidad social como nuestros aliados estratégicos dentro y fuera de nuestra entidad. – Hotel Colsubsidio Peñalisa.

Honestidad: La verdad y la realidad organizacional será el centro de nuestras acciones para un bienestar general y social proyectado la institución y empresa.

Responsabilidad: Nuestra palabra es el fundamento de nuestro trabajo bajo el estricto cumplimiento de los deberes de trabajo y de las acciones que buscan un bienestar general de nuestra empresa.

Ética: Realizar nuestras actividades comerciales, tecnológicas y de relacionamiento humano bajo el modelo de constante lealtad, servicio, respeto por el ser humano y sus necesidades gastronómicas.

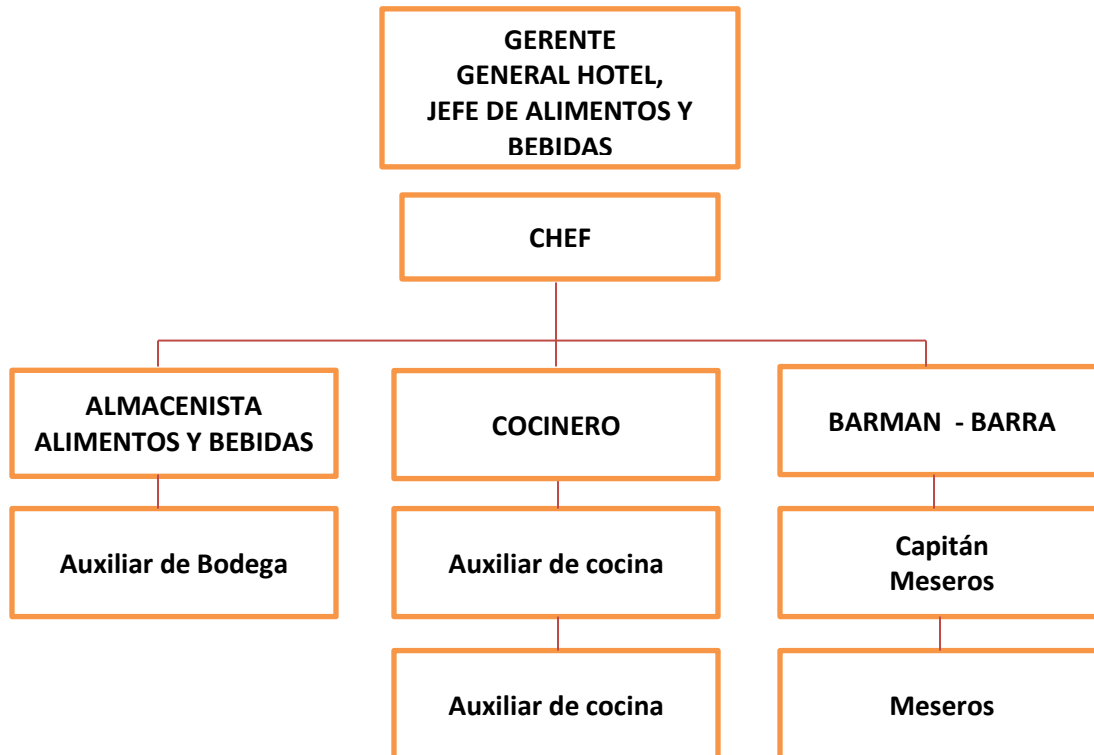
Confianza: Entregar lo mejor de cada uno de nosotros con el resultado de obtener credibilidad y generar una relación constante para compartir nuestro saber con las necesidades de los clientes internos y externos del hotel.

Calidad: La excelencia en nuestras labores con resultados de alta satisfacción de nuestro aliado principal, nuestros clientes, es la esencia del trabajo.


Desarrollo: Aseguramiento constante de crecimiento personal de quienes están en contacto como seres humanos de éxito.


Innovación: Crear para crecer es el fundamento de la evolución de nuestra organización con el objetivo de hacer de nuestros clientes los portadores de nuevas experiencias en “Un sin igual de sabores”.


3.7. Estructura Organizacional del Restaurante Bajo Las Estrellas del Hotel Peñalisa – Colsubsidio.





3.8. Estructura Organizacional del Restaurante Bajo las Estrellas del Hotel Peñalisa – Colsubsidio.


| | | |
|---|------------------------|--------------------------|
|  | Nombre Genérico | Nombre Especifico |
| | CHEF | CHEF |
| | Creado | 30/09/2018 |
| | Versión | 2 |
| MISIÓN | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Realizar la creación de cartas de menú y líder de la producción gastronómica en los Hoteles operación de centros de convenciones y eventos. Conocimiento adicional Alimentación en Salud y Manejo de personal. | | |
| Experiencia | | |
| Restaurantes – Casa de Banquetes. | | |
| Personalidad | | |
| El jefe de cocina debe mostrar liderazgo y eficiencia en los procesos, y buena relación interpersonal con sus colaboradores. | | |
| Perfil Profesional | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Técnico – Tecnólogo en Cocina. Chef | | |
| Relaciones de Autoridad. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Jefe Inmediato: Gerente Hotel Subordinados directos: Cocinera, Auxiliar de Cocina, Parrillero, Stewart, Auxiliar de Almacén-bodega de Alimentos, Auxiliar de Bebidas Calientes y Jugos | | |
| Propósito del Puesto. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Organizar todas las actividades de la cocina. | | |
| Funciones Generales. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Organizar el personal de cocina para un buen desempeño en equipo Mantener el inventario de cocina – bodega de suministros con lo necesario. Supervisar y controlara alistamientos | | |
| Funciones Específicas. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Delegar las tareas diarias Informar al gerente del Hotel, Auxiliar de Almacén y Almacenista los productos necesitados Controlar la calidad de los productos de cocina. | | |
| Responsabilidad. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Tener a tiempo todo lo que debe ser preparado para el día de trabajo Preparar alimentos | | |
| Comunicación. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Horizontal con el jefe de parrilla, jefe de meseros, y es ascendente de la cocinera, Auxiliares de cocina, preparación de bebidas calientes y frías, jugos y descendiente del gerente del hotel. | | |
| | | |
| | | |
| Elaboro | Reviso | Autoriza |
| | | |

| | | |
|---|------------------------|--------------------------|
|  | Nombre Genérico | Nombre Especifico |
| | Cocinero(a) | Cocinero(a) |
| | Creado | 30/09/2018 |
| | Versión | 2 |
| MISIÓN | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Realizar los menús planteados por el chef Conocimiento adicional Alimentación en Salud. | | |
| Experiencia | | |
| Restaurantes - Manejo en manipulación y preparación de alimentos | | |
| Personalidad | | |
| Debe ser una persona que se desenvuelva rápidamente ante cualquier acontecimiento, buen trato con sus compañeras de trabajo | | |
| Perfil Profesional | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Técnico – Tecnólogo en Cocina. | | |
| Relaciones de Autoridad. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Jefe Inmediato: Chef Subordinados directos: Ninguno | | |
| Propósito del Puesto. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Alistar y elaborar procesos de cocina | | |
| Funciones Generales. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Organizar ante durante y después la cocina Realizar las labores según los pedidos Alistar todos los acompañamientos de cocina | | |
| Funciones Específicas. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Asear la cocina Despachar los pedidos según las ordenes de pedido | | |
| Responsabilidad. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Realizar los despachos de pedidos a tiempo con excelente terminado presentación | | |
| Comunicación. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Horizontal parrillero, mesero. Ascendente auxiliares de cocina, lavaplatos, jugos. Descendente jefe de cocina | | |
| Elaboro | Reviso | Autoriza |
| | | |

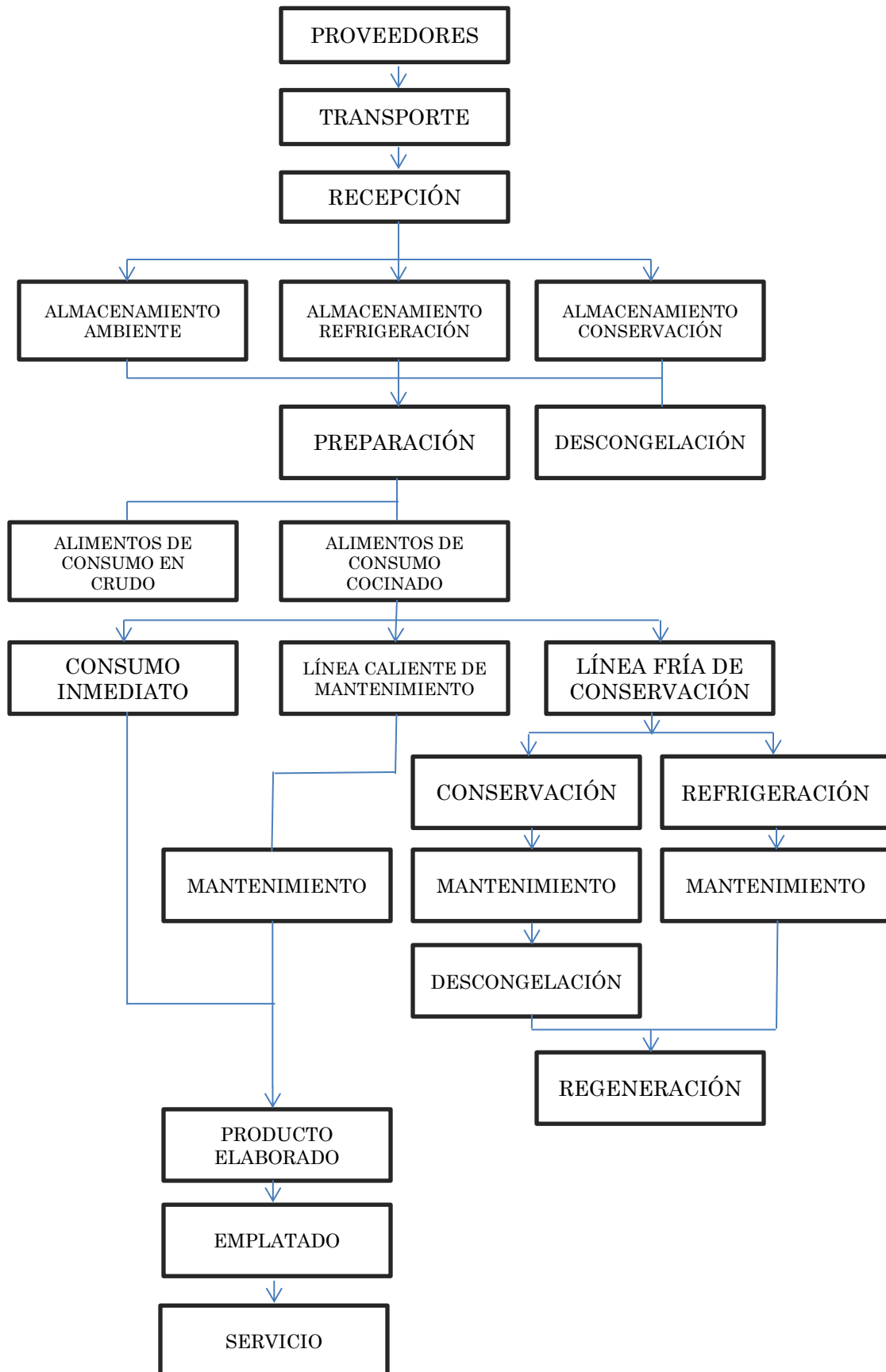
| | | |
|---|---------------------------|--------------------------|
|  | Nombre Genérico | Nombre Especifico |
| | Auxiliar de Cocina | Auxiliar de Cocina |
| | Creado | 30/09/2018 |
| | Versión | 2 |
| MISIÓN | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Realizar en pre alistamiento, cocina caliente y fría, manejo de BPM labores de aseo y desinfección de utensilios equipos | | |
| Experiencia | | |
| Bachiller – Técnico o Tecnólogo en cocina. | | |
| Personalidad | | |
| Debe ser una persona que se desenvuelva rápidamente ante cualquier acontecimiento, buen trato con sus compañeras de trabajo | | |
| Perfil Profesional | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Técnico – Tecnólogo en Cocina. | | |
| Relaciones de Autoridad. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Jefe Inmediato: Chef Subordinados directos: Ninguno | | |
| Propósito del Puesto. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Alistar y elaborar procesos de cocina Lavar utensilios, aseo general. | | |
| Funciones Generales. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Organizar ante, durante y después la cocina Realizar las labores según los pedidos Alistar todos los acompañamientos de cocina Mantener limpio y organizados todos los implementos de cocina y parrilla Lavar todos los utensilios que retornan a la cocina después de ser usados Mantener aseada su zona de trabajo | | |
| Funciones Específicas. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Asear la cocina Despachar los pedidos según las ordenes de pedido Colaborar con las funciones de la cocinera Lavar implementos de parrilla y cocina después de ser utilizados por los clientes Clasificar los desperdicios | | |
| Responsabilidad. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Realizar los despachos de pedidos a tiempo con excelente terminado presentación Mantener limpios y organizados los utensilios de cocina y parrilla para agilizar el Trabajo de parrilla y cocina | | |
| Comunicación. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Descendente de cocinera. | | |
| | | |
| | | |
| Elaboro | Reviso | Autoriza |
| | | |

| | | |
|--|------------------------|--------------------------|
|  | Nombre Genérico | Nombre Especifico |
| | Jefe Meseros | Jefe Meseros |
| | Creado | 30/09/2018 |
| | Versión | 2 |
| MISIÓN | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Programar horarios de los Meseros y Barman. • Realizar labores de servicios de mesa, bar y atención al cliente | | |
| Experiencia | | |
| Restaurantes – Salón d Eventos – Bares | | |
| Personalidad | | |
| Debe ser una persona que se desenvuelva rápidamente ante cualquier acontecimiento, buen trato con sus compañeras de trabajo | | |
| Perfil Profesional | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Bachiller Académico. • Conocimientos en Mesa y Bar | | |
| Relaciones de Autoridad. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Jefe Inmediato: Chef – Gerente • Subordinados directos: meseros – volantes | | |
| Propósito del Puesto. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Organizar e instruir los meseros y volantes | | |
| Funciones Generales. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Recibir el personal de meseros y volantes • Organizar el personal • Distribuir tareas • Capacitar a sus subalternos | | |
| Funciones Específicas. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Controlar la llegada puntual de los meseros y volantes • Repartir las tareas por zonas • Asignar funciones de alistamiento en la zona de servicio • Enseñar y corregir los comportamientos de los meseros y volantes en el momento de la atención. • La interacción con el cliente | | |
| Responsabilidad. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Realizar los despachos de pedidos a tiempo con excelente terminado presentación • Mantener limpios y organizados los utensilios del bar. Vasos, copas, jarras entre otros. | | |
| Comunicación. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Dirigir el personal que tiene a su cargo | | |
| | | |
| Elaboro | Reviso | Autoriza |
| | | |

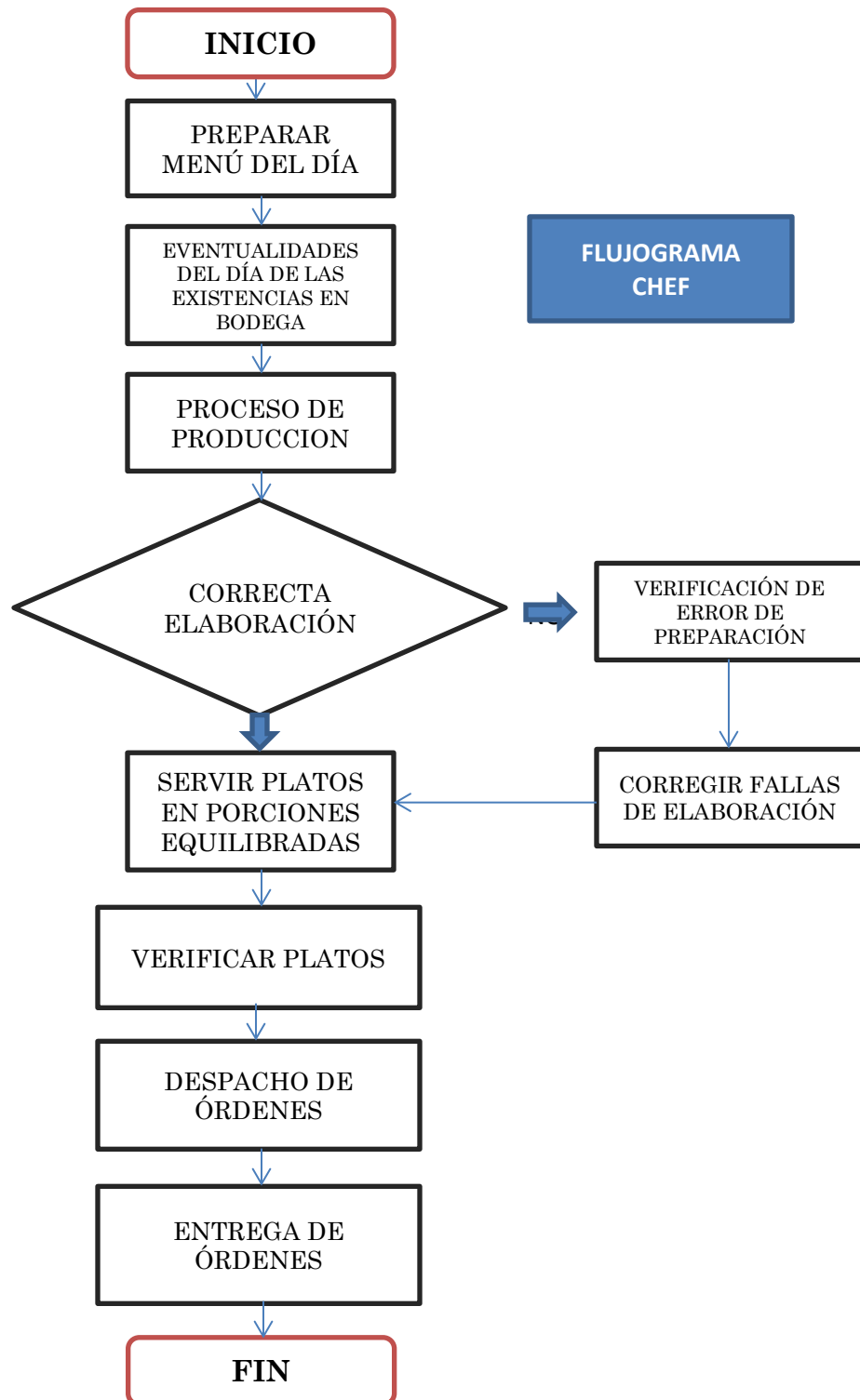
| | | |
|---|------------------------|--------------------------|
|  | Nombre Genérico | Nombre Especifico |
| | Meseros | Mesero |
| | Creado | 30/09/2018 |
| | Versión | 2 |
| MISIÓN | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Realizar labores de servicios de mesa, bar y atención al cliente | | |
| Experiencia | | |
| Restaurante – Salón de Eventos – Mesa y Bar | | |
| Personalidad | | |
| Debe ser una persona que se desenvuelva rápidamente ante cualquier acontecimiento, buen trato con sus compañeras de trabajo | | |
| Perfil Profesional | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Bachiller Académico. Conocimientos en Mesa y Bar | | |
| Relaciones de Autoridad. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Jefe Inmediato: Jefe Meseros – Chef Subordinados directos: Ninguno | | |
| Propósito del Puesto. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Servicio a la mesa. | | |
| Funciones Generales. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Atención directa al cliente | | |
| Funciones Específicas. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Tomar pedidos Llevar bebidas Entradas y platos fuertes Llevar a la mesa la factura de venta | | |
| Responsabilidad. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Dar al cliente un excelente servicio | | |
| Comunicación. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Ascendente al volante y descendente al jefe de meseros. | | |
| Elaboro | Reviso | Autoriza |
| | | |

| | | |
|---|------------------------|--------------------------|
|  | Nombre Genérico | Nombre Especifico |
| | Jefe Parrilla | Parrillero. |
| | Creado | 30/09/2018 |
| | Versión | 2 |
| MISIÓN | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Maduración de carnes, calidad de carnes, manejo de personal. | | |
| Experiencia | | |
| Restaurantes – Manejo de Parrilla. | | |
| Personalidad | | |
| Debe ser una persona organizada, con conocimientos en productos cárnicos, capaz de desempeñarse coordinadamente con sus subalternos, además de su limpieza y pulcritud. | | |
| Perfil Profesional | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Manejo de personal y control de calidad de las carnes • Conocimiento certificado de cortes y maduración de carne bovina y porcina – Pollo y pascado. | | |
| Relaciones de Autoridad. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Jefe Inmediato: Chef • Subordinados directos: Parrilleros y auxiliares de parrilla. | | |
| Propósito del Puesto. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Realizar el proceso de porción y cocción de la carne | | |
| Funciones Generales. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Revisar los procesos de alistamiento de la carne - Realizar el alistamiento de parrilla • Controlar las cantidades de los productos necesarios - Realizar el proceso de cocción de las carnes • Organizar personal a cargo - Organizar los auxiliares de parrilla | | |
| Funciones Específicas. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Revisar la carne al llegar a la parrilla • Controlar gramajes - Porcionar la carne • Evaluar la calidad de la carne • Alistar acompañamientos • Procesar la carne para servirla al cliente | | |
| Responsabilidad. | | |
| Manejo y control del funcionamiento de la parrilla y sus encargados - Realizar eficientemente el proceso de parrillada | | |
| Comunicación. | | |
| ascendente de parrilleros y auxiliares de parrilla y descendente del administrador - Ascendente de auxiliares de parrilla y descendente jefe de parrilla | | |
| | | |
| Elaboro | Reviso | Autoriza |
| | | |

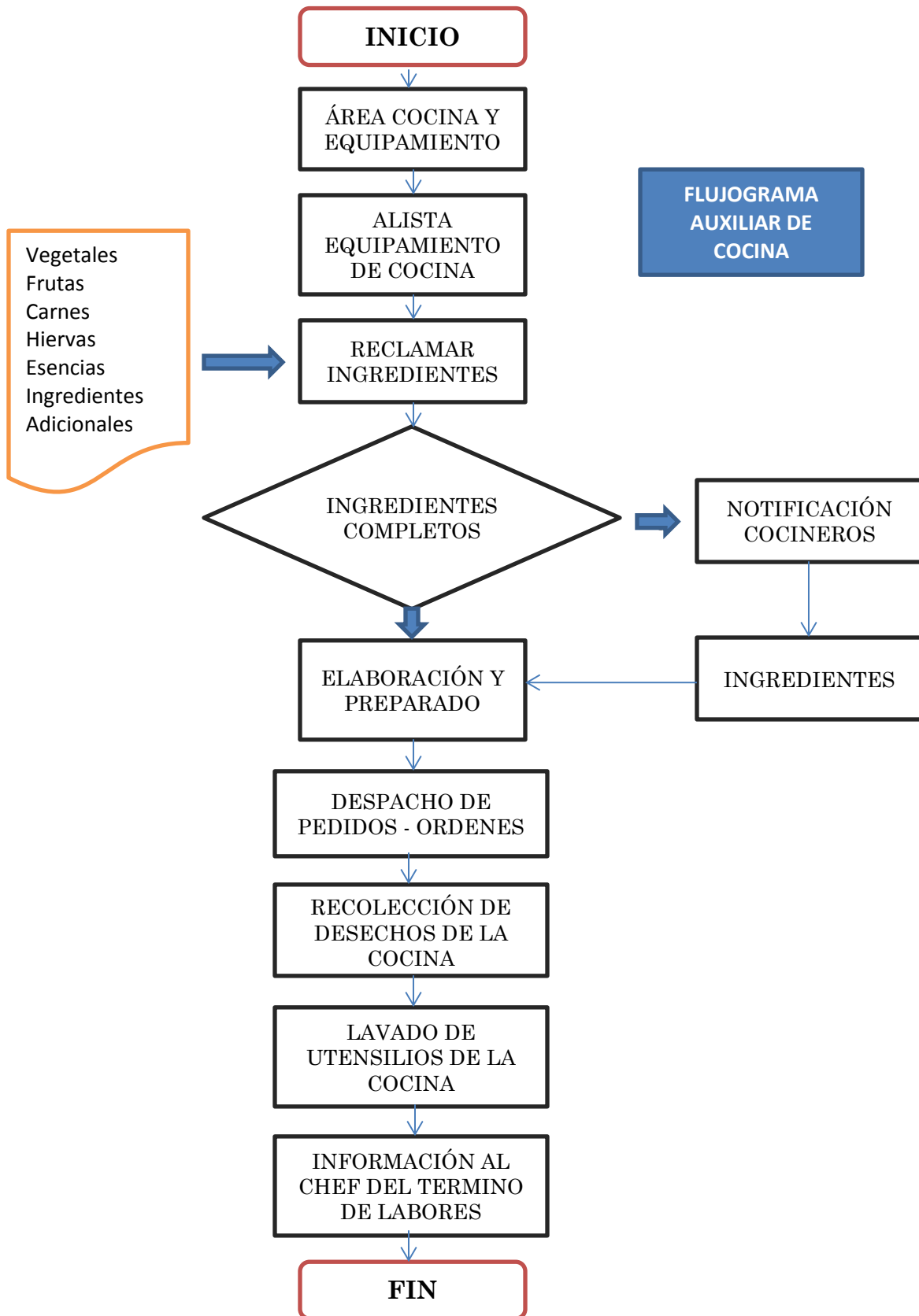
3.9. Diagrama de Flujo del Restaurante Bajo Las Estrellas del Hotel Peñalisa – Colsubsidio.



3.9.1. Flujo Grama del Chef.



3.9.2. Flujo Grama Auxiliar de Cocina.



3.10. Recetario de Comidas del Restaurante Bajo Las Estrellas del Hotel Peñalisa. Desde la descripción del CHEF.

Los platos colombianos varían en su preparación e ingredientes por región, zona o área e incorporan las tradiciones de las culturas españolas, mestizas y afro. Algunos de los ingredientes más comunes son los cereales, el maíz y el arroz además de la papa y la yuca, carnes como la vacuna, gallina, cerdo, pescados y mariscos, También esta gastronomía toma importancia por su variedad de frutas tropicales como el mango, banano, lulo, guayaba y maracuyá.

La gastronomía colombiana es resultado de prácticas y tradiciones culinarias; de la fusión de alimentos que deleitan los paladares de aquellos quienes degustan de ella, pero bien es difícil encontrar un plato típico o representativo del país, por lo cual hay muchos que destacan, entre ellos la arepa y el sancocho, quienes figuran como los más representativos de esta gastronomía.



Entradas



Amasijos



Sopas



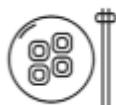
Bebidas



Plato Fuerte



Postres

ENTRADAS.

- Alcachofas Rellenas con Ragout de Hongos.
- Acorda de Langostinos.
- Árbol de Navidad de Frutas.
- Arroz a la Naranja.
- Alitas a la Naranja.
- Aperitivos Papa Noel.
- Aros de Cebolla.
- Atún Encebollado.
- Bocadillo de Pollo.
- Buñuelos de Lechuga.
- Brochetas Crocantes.
- Buñuelos Rellenos de Aceitunas.
- Camarones a la Colombiana.
- Canastita de Atún.
- Carimañolas
- Camarones en Apuro.
- Ceviche de Mango
- Ceviche de Queso.
- Champiñones Rellenos.
- Champiñones al Ajo.
- Chicharrones de Tocino.
- Colombinas de Pollo.
- Chorizos Caseros.
- Empanadas de Pipián.
- Empanadas de Espinacas.
- Ensalada Ahumada.
- Ensalada Criolla.
- Ensalada Con Salsa de Manzana.
- Ensalada de Tomate y Aguacate.
- Ensalada de Frijoles.
- Ensalada de Frutos del Mar.
- Ensalada de Langostinos
- Ensalada de Atún.
- Ensalada de maíz y Manzana.
- Ensalada de Queso.
- Ensalada Buenas Noches.
- Enyucado.
- Papas Choreadas.
- Papas Criollas Rellenas.
- Pasabocas de Ciruelas con Tocineta.
- Pasabocas Dulce y Sal.
- Pataconas Desmechadas.
- Patacones con Tomate y Pimentón.

- Pate de Cebolla y Atún.
- Pate de Jamón.
- Pizza Rellena.
- Salchicha Picante.
- Salpicón con Atún.
- Sándwiches ahumados.
- Tacos Fantasmas.
- Torta de Chócolo.
- Tortillas de Camarones.
- Torta de papa.

SOPAS.



- Caldo de Costilla.
- Caldo de pescado.
- Caldo de pajarilla.
- Changua.
- Crema Campestre.
- Crema de Champiñones.
- Crema de Choclo.
- Crema de Zanahoria.
- Crema de Langostinos.
- Sopa de Indio.
- Cuchuco con Espinazo.
- Sopa de Indio.
- Sopa de Plátano.
- Sopa de Pollo.
- Sopa de Tomate.
- Sopa de Arroz.
- Sopa de camarones.
- Sancocho de Cola.
- Sancocho de Pollo.
- Sancocho de Gallina.
- Sancocho de pescado.
- Sancocho Tolimense.
- Sancocho Trifásico.

PLATO FUERTE.



- Alitas de Pollo al Curry.
- Arroz al Curry.
- Arroz Atollado Ahumado.
- Arroz con Camarones.
- Arroz con Champiñones.

- Arroz con Pollo.
- Arroz con Canela.
- Arroz Marinero.
- Arroz Campestre.
- Arroz con Coco y Camarones.
- Arroz Criollo.
- Asado Huilense.
- Asado Típico Colombiano.
- Bagre en Salsa.
- Bagre Frito.
- Bandeja Paisa.
- Boca chico en Leche de Coco.
- Bistec a Caballo.
- Butifarra.
- Cabrito al Horno.
- Camarones en Salsa de Coco.
- Camarones al Ajillo.
- Canelones de Carne.
- Cañón de Cerdo.
- Carne en Bistec.
- Cazuela de Langostinos.
- Cazuela de Mariscos.
- Cerdo al Curry.
- Churrasco a la Parrilla.
- Colombinas de Pollo.
- Costillas en Miel.
- Costillas de Cerdo al Café.
- Costilla de Cerdo a la Barbacoa.
- Crepes de Pollo.
- Ensalada Clásica.
- Ensalada de Pasta y Carne.
- Ensalada Fía.
- Ensalada de Pollo.
- Ensalada Marinada.
- Ensalada Navideña.
- Espaguetis Alfredo.
- Espaguetis con Pollo.
- Espaguetis con Tocino.
- Frijoles.
- Frijoles Rancheros.
- Lasaña de Carne y Queso.
- Lasaña de Atún.
- Lechona.
- Lentejas a la Criolla.
- Lentejas con Chorizo.
- Lomo al horno.
- Lomo a la Cartagena.

- Lomo de Res en Salsa de Café.
- Macarrones con Verduras,
- Merluza Rellena.
- Mojarra Frita.
- Morcilla
- Muchacho Relleno.
- Muchacho con Panela.
- Papas Rellenas.
- Papas Campesinas
- Papas de Arroz.
- Papas de Atún.
- Papas Rellenas de Champiñones.
- Pastas de Atún.
- Pastas Campesinas.
- Pastel de arroz.
- Pechugas en Salsa de Queso.
- Pechugas con Champiñones
- Pepinillos Rellenos.
- Pescado a la Pimienta.
- Pescado en Salsa de Naranja.
- Picada Colombiana.
- Pizza Tex Mis.
- Pollo a la Cazadora.
- Pollo a la Cerveza.
- Pollo a la Criolla.
- Pollo en Mostaza.
- Pollo a la Naranja.
- Pollo en Salsa BBQ.
- Pollo a la Parrilla.
- Risotto.
- Robalo Apanado.
- Ropa Vieja.
- Rollo de Pollo.
- Viudo de Pescado.
- Viudo de Boca chico.
- Salmon al Whisky.
- Salmon al Horno.
- Salchicha al Vino.
- Salchipapas.
- Sobre barriga al Horno.
- Sobre barriga en Salsa.
- Espaguetis primavera.
- Ternera a la Llanera.
- Torta Mexicana.
- Tortillas de Huevo con Atún.
- Torta en Carnitas de Cerdo.
- Parrillada.

AMASIJOS.

- Arroz con Coco.
- Arroz de Leche.
- Batido de Turrón.
- Biscochos con Manzanas.
- Biscocho Tenebroso.
- Bizcochuelo.
- Brazo de Reina
- Brujas Heladas.
- Bocado con Queso.
- Brevas con Arequipe.
- Crepes al Café.
- Creppes en Mantequilla de Naranja.
- Dulce de Coco.
- Dulce de Limón.
- Encanto de Tuti Fruti.
- Ensalada de Frutas.
- Flan de Café.
- Flan de Coco.
- Frio de limón.
- Galletas Navideñas.
- Galletas Multicolores.
- Gelatinas Multicolor.
- Gelatina de Fresa.
- Manjar Blanco.
- Mielmesabe.
- Mousse de Piña.
- Mango en Chocolate.
- Pastel de Banano.
- Pastel de Manzana.
- Pastel de Café.
- Pastel de Maracuyá.
- Pastel de Yogurt.
- Pastel de Queso – Fresa.
- Postre Mango.
- Postre Borracho.
- Postre de Fresa.
- Postre de Natas.
- Postre de Vino.

BEBIDAS.

- Canelazo.
- Capuchino.
- Caspiroleta.

- Masato
- Ponche de Piña.
- Sorbete de Kiwi.
- Crema de Limón.
- Crema de Café.
- Crema de Chocolate.
- Sorbete de Naranja.
- Sorbete de Limón.
- Yogurt de Chocolate.

POSTRES.



- Bananos Calados.
- Batido de Turrón.
- Bizcocho de Manzana.
- Bizcocho de Arequipe.
- Bizcochuelo.
- Cocadas.
- Dulce de Coco.
- Dulce de Limón.
- Encanto de Tuti Fruti.
- Torta de Frutas
- Torta de Chocolate.
- Trufas
- Trufas de Café.

BEBIDAS – LICORES Y COCTELES.



Cóctel Alexander

Cóctel Alexandra

Cóctel Alisios de Pasión

Cóctel Americano

Cóctel Apple de Liria

Cóctel Apple Martin

Cóctel Arrival

Cóctel Aviation

Cóctel B-52

Cóctel Bacardi

Cóctel Barracuda

Cóctel Black Russian

Cóctel Bloody Mary

Cóctel Casino

Cóctel Cosmopolitan

Cóctel Cubalibre

Cóctel Daiquiri

Cóctel French 75

Cóctel French Martin

Cóctel God Father

Cóctel God Mother

Cóctel Ilusión

Cóctel John Collins

Cóctel Lemon Drop Martini

Cóctel Manhattan

Cóctel Margarita

Cóctel Mojito

3.11. Manejo y Recepción de Materias Primas para Preparación de Alimentos.²⁴

3.11.1. Recepción y Almacenaje.

El control de las existencias de materia prima es indispensable en un establecimiento de alimentos y bebidas, para ello es necesario establecer una serie de medidas que permitan en todo momento, tener un control total de las existencias que evitará pérdidas innecesarias y lo más importante, se evitará la paralización de la producción por la falta imprevista de algún ingrediente.

Las compras se realizan de acuerdo a las requisiciones del chef/ jefe de producción, el cual se basa en el manejo de los inventarios diarios para poder una vez que se ha revisado la lista de compras, se procede a realizar el pedido a los proveedores. Cuando se entrega el pedido, el encargado de la bodega recibe las compras, verificando que los productos estén en correcto estado, luego se encarga de almacenar correctamente cada uno de los productos.

Para el almacenamiento de la materia prima, se debe tener en cuenta que hay dos clases de productos:

Productos Perecederos: necesitan frío para su conservación, y podemos mencionar los siguientes:

Frescos: son aquellos que se presentan en el mercado sin ningún tratamiento previo de conservación y son para consumir o transformar en un breve periodo de tiempo. Entre estos

²⁴ Fuentes: <https://www.scribd.com/document/361597026/Manual-de-Bodega> - <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9022/tesis136.pdf;sequence=1>

tenemos: frutas, hortalizas, carnes, pescados, productos lácteos no esterilizados (quesos frescos, yogures, mantequillas, etc.)

Congelados: son productos o preparados que han sido sometidos a muy bajas temperaturas para prolongar su vida útil.

Semi – Conservas: son aquellos productos que vienen envasados y preparados, y necesitan frío para su mantenimiento, como las latas de anchoas, ahumados, etc.

Productos No Perecederos:²⁵ no necesitan de frío para su conservación, aunque sí unas condiciones mínimas de almacenaje. Entre estos tenemos:

Conservas: productos enlatados o en tarros, conservas de pescados (atún, sardinas, etc.), vegetales (espárragos, alcachofas, judías verdes), preparados como mermeladas, etc.

Otros: especias, harinas, vinos, licores, leche en polvo, esterilizadas o UHT, etc.

3.11.2. Normas Básicas para el Almacenaje de los Productos.²⁶

- Los productos para ser recibidos en la bodega deberán ser perfectamente revisados por el bodeguero quien verifica el peso, calidad, frescura, olor y color.
- Una vez recibidos se firmara la ficha para que exista constancia que el producto llegó de forma adecuada.
- Los productos no deberán colocarse nunca sobre el suelo, deben estar en estanterías a una altura mínima de 15 cm. del piso.

²⁵ Fuentes: <https://www.scribd.com/document/361597026/Manual-de-Bodega> - <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9022/tesis136.pdf;sequence=1>

²⁶ Fuentes: <https://www.scribd.com/document/361597026/Manual-de-Bodega> - <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9022/tesis136.pdf;sequence=1>

- Debe existir la suficiente separación entre los productos para que exista una buena circulación de aire.
 - Nunca se deben colocar las mercancías recién recibidas sobre las que llevan más tiempo. (FIFO)
 - Se debe separar los productos por su naturaleza.
 - Comprobar los envases y verificar la fecha de elaboración.
 - Los productos de limpieza se almacenarán físicamente por separado.
 - Las temperaturas de almacenaje en seco es de 10°C y 21°C, y una humedad relativa entre el 50% y 60%.
 - Los alimentos no pueden estar expuestos a la luz del sol.
 - Se debe mantener los cuartos limpios y secos.
 - Los empaques no deben estar rotos ni húmedos.
- ❖ **Normas para el almacenaje de productos refrigerados.**
- Mantener una temperatura de 4°C o menos, para evitar el crecimiento bacteriano.
 - Se debe revisar diariamente la temperatura del refrigerador.
 - Se debe almacenar los productos de manera que la circulación del aire sea la correcta.
 - Se debe cubrir los alimentos para evitar la contaminación cruzada.
 - Las puertas del refrigerador deben permanecer cerradas la mayor parte del tiempo posible.
- ❖ **Normas para el almacenaje de productos congelados.²⁷**
- Comprobar en la zona de recepción si han sido transportados de manera correcta.

²⁷ Fuentes: <https://www.scribd.com/document/361597026/Manual-de-Bodega> - <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9022/tesis136.pdf;sequence=1>

- Pasarlos rápida y directamente al congelador.
- La temperatura del congelador es de -18°C.
- Poner la fecha de recepción.
- Asegurar la rotación de los productos congelados (Método FIFO). Revisar la temperatura del congelador a diario.

3.11.3. Proceso de Almacenamiento de Carnes y Salsamentaría.

❖ Carnes.

- Recibir el producto y comprobar el peso, calidad y registro sanitario.
- Proceder a limpiar el producto.
- Pesar el desperdicio y el producto limpio.
- Se proporcionara de acuerdo a requerimientos e indicaciones del Chef o Sous Chef.
- El proceso de empackado se hace en plástico film y colocando la etiqueta.
- Refrigerar o congelar para la conservación según la necesidad.

Salsamentaría y Vísceras.

- Recibir el producto y comprobar el peso, calidad y registro sanitario.
- Proceder a limpiar el producto.
- Pesar el desperdicio y el producto limpio.
- Se proporcionara de acuerdo a requerimientos e indicaciones del Chef.
- El proceso de empackado se hace en plástico film y colocando la etiqueta.
- Llevar al frío para su conservación.

Proceso de almacenamiento de aves y caza.²⁸

- Recibir el producto y comprobar peso y calidad.
- Limpiar el producto.
- Pesar el producto limpio y el desperdicio.
- Proporcionar de acuerdo a requerimientos del Chef.
- Empaquetar en plástico film y etiquetar.

Proceso y almacenamiento de frutas y vegetales.

- Las frutas serán recibidas por la persona encargada de bodega.
- Realizar un chequeo previo del producto en lo que se refiere a color y olor.
- Los productos que no se encuentran en buen estado serán desechados.
- Se etiqueta colocando su peso y la fecha de recibo.
- Se almacenaran alejados del piso a temperatura ambiente en lugares frescos, secos, ventilados y con poca luz (caso de papas, naranjas y bananos).
- El control de entrada y salida de estos productos se realizarán mediante un kárdex utilizando el método PEPS.

Proceso de Almacenamiento de Pescados y Mariscos.²⁹**❖ Pescados.**

- En el momento de entrega verificar su frescura y las condiciones higiénicas.

²⁸ Fuentes: <https://www.scribd.com/document/361597026/Manual-de-Bodega> - <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9022/tesis136.pdf;sequence=1>

²⁹ Fuentes: <https://www.scribd.com/document/361597026/Manual-de-Bodega> - <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9022/tesis136.pdf;sequence=1>

- Deben estar a una temperatura permanente de 7°C de preferencia en expositores inclinados para evitar que se bañen en líquidos contaminantes.
- Si se va a retirar de refrigeración se debe mantener en abundante hielo.
- Proporcionar según necesidades del Chef.
- Manipular con sumo cuidado ya que son alimentos perecederos y su tiempo de almacenamiento dependerá de las condiciones recibidas y el tiempo fuera del frío.

❖ **Mariscos Frescos**

- Enjuagar los mariscos con agua fría, secar y colocar en un contenedor con tapa, almacenar por no más de 2 días en el área más fría del refrigerador.
- No almacenar productos vivos en agua salada porque eso reduce su tiempo de vida y en agua dulce mueren inmediatamente.
- Mantener separados los mariscos crudos de los cocidos para evitar contaminación cruzada.
- Los mariscos como gambas, camarones, langostinos y calamares deben colocarse en un recipiente tapado. Si durante el almacenamiento algunas conchas se abren se da un golpecito, si se cierran están vivos, caso contrario se desechan.
- Mantener en refrigeración a una temperatura no mayor a 4°C

❖ **Productos Congelados.**

- Almacenar productos congelados inmediatamente después de adquirirlos.
- Mantener los mariscos congelados en fundas plásticas para congelar a prueba de humedad.
- Si se van a guardar por más tiempo es recomendable envolver la funda en papel aluminio.

- Proceso de Almacenamiento de Lácteos Perecibles y no Perecibles
- Es importante verificar la procedencia o fábrica de lácteos del proveedor.
- Verificar la fecha de elaboración y fecha de vencimiento.
- Almacenar en refrigeración en la parte baja a temperatura de 2°C a 4°C por tiempo máximo de 3 a 4 días.
- Refrigerar asegurándose que tengan la etiqueta con la fecha de ingreso y la fecha máxima de consumo en un lugar visible.

3.11.4. Almacenamiento de Licores y Vinos.

- Guardar en sitio aireado, seco, oscuro y sobre todo que no esté expuesto a cambios bruscos de temperatura.
- Colocar en posición horizontal.
- Los vinos tintos deben mantenerse a temperatura ambiente entre 15°C y 17°C.

3.11.5. Proceso de Almacenamiento de Abarrotes y Granos Secos

- Usar tarros contenedores que estén completamente secos, llenarlos hasta el 80% o 90% de su capacidad para tener mejores resultados
- Almacenar los envases en un lugar fresco, oscuro y seco sin que tenga contacto con el piso.
- No almacenar en sacos o fundas plásticas
- Los productos que se almacenan en seco, para evitar el crecimiento de moho, hongos o levaduras deberán estar alejados a 20 cm de la pared y en un espacio con suficiente ventilación.
- No se almacena productos en cartones, sacos o costales.

- El producto siempre estará a una distancia de 30 cm del suelo.

3.11.5.1. Proceso de Almacenamiento de Enlatados y Envasados.³⁰

- Colocar la etiqueta en cada envase para aplicar el sistema PEPS o FIFO.
- Abrir solo para el uso inmediato, una vez abierto pasar a un recipiente de cristal o plástico adecuado, tapado herméticamente a 4°C en refrigeración.
- Realizar le control manual, verificar la fecha de expiración, registro sanitario y calidad de las latas.
- En caso de defectos de la lata, desechar inmediatamente y realizar una hoja de baja en el stock por mala condición y luego pasar la información al Chef ejecutivo o Sous chef.

3.11.5.2. Proceso de Almacenamiento de Grasas y Aceites.

- Al recibir el producto colocar la etiqueta especificando su fecha de entrada y su tiempo de duración.
- El empaque del producto no deberá tener ningún golpe.
- Se almacena alejado del piso a temperatura ambiente en un lugar fresco, seco, con poca luz y ventilado.

³⁰ Fuentes: <https://www.scribd.com/document/361597026/Manual-de-Bodega> - <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9022/tesis136.pdf;sequence=1>

3.12.5. Recepción de Mercancía.

| RECEPCION DE MERCANCIA | | | | | | | |
|------------------------|----------|--------|---------------------|-----------------|----------------|---------------|-----------|
| Área | | | | | | Mes | |
| Producto | Cantidad | Unidad | Estado del Producto | Fecha Recepción | Hora Recepción | Observaciones | Proveedor |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| Responsable | | | | | | Firma | |

3.12.8. Control de Temperatura.

| CONTROL DE TEMPERATURA | | | | | | | | |
|-------------------------------|--------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Equipo | Semana | Mes | Año | Código | | | | |
| | | | | | | | | |
| Temperatura T° | Días de la Semana | | | | | | | |
| | L | M | M | J | V | S | D | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | Nombre/Firma | Nombre/Firma | Nombre/Firma | Nombre/Firma | Nombre/Firma | Nombre/Firma | Nombre/Firma | Nombre/Firma |
| Supervisor | | | | | | | | |
| Observación | | | | | | | | |

3.13. Estrategias de Mercado.³¹

El plan de mercadeo de un negocio es la herramienta gerencial que permite al hotel/restaurante visualizar el conjunto de oferentes y demandantes que se involucran en el mercado donde la empresa participará. Así mismo, el plan de negocios es un plan diseñado para poner en ejecución las estrategias planteadas por el gerente, de forma que se alcancen las metas trazadas a cabalidad.

3.14. Concepto del Producto o Servicio.

En el restaurante se ofrece tanto un portafolio de productos como una atención y servicios complementarios.

Dentro de los productos que se ofrecen se encuentran los distintos platos fuertes, postres, entradas y bebidas que encuentran los clientes en el restaurante del Hotel. Por otro lado el servicio que se ofrece es un proceso de atención que empieza desde que el cliente entra al restaurante y termina cuando este se retira del establecimiento.

Es de vital importancia destacarse en ambos aspectos ya que de esa forma se consigue satisfacer completamente al público; cuando se presenten fallas en alguno de estos conceptos se deben implementar estrategias para mejorar esta situación lo más rápido posible, porque el restaurante y el hotel puede perder clientes en poco tiempo.

3.14.1. Estrategias de Precio.

“El precio es el único elemento de combinación de mercadeo que genera ganancias, los otros elementos generan costos. Además, el precio es uno de los elementos más flexibles de la combinación

³¹ Fuentes: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9022/tesis136.pdf;sequence=1>

de mercadeo, dado que se puede modificar en el corto plazo, a diferencia del producto y de los componentes de canalización”.

Así mismo, el hotel debe analizar continuamente dichos factores y estar pendiente de cualquier imprevisto, para poder modificar la estrategia de precios utilizada en caso de algún cambio brusco del mercado. De esta manera se aprovecha la segunda característica de los precios que menciona *Campeen*, que se refiere a la flexibilidad de estos frente a variaciones en el entorno.

El restaurante manejará precios justos y competitivos, pero manteniendo un alto nivel dado que está dirigido a los estratos -sectores 3, 4, 5 y 6; además se debe tener en cuenta que la ubicación del mismo será en un lugar estratégico de la vía panamericana entre Ricaurte y Girardot esto aumenta el valor del establecimiento así como de su comida.

Frente a la competencia, los platos del restaurante rondarán los mismos niveles de precios que los de los otros establecimientos de comida típica - fusión, pero la ventaja está en el valor agregado de recreación, juegos de mesa, piscina entre otros, es decir que las personas recibirán mayores beneficios por el mismo precio, y de esta manera se maneja una estrategia de precios justa y competitiva.

Dentro del precio de cada plato se pueden discriminar los siguientes rubros:

- Composición del plato.
- Servicio prestado.
- Servicios básicos (Luz, agua, teléfono, etc.).
- Mano de obra.
- Costos de mantenimiento.
- Disfrute de la piscina, juegos de mesa, canchas de tenis y canchas múltiples.

3.14.2. Estrategias de Venta.

La estrategia de ventas es un elemento fundamental de éxito en cualquier negocio porque representa la forma en la que se logrará aumentar o maximizar el nivel de beneficios para la organización. Por lo general la estrategia de ventas responde alguna de las siguientes preguntas:

¿Cómo maximizar los beneficios del Restaurante Bajo Las Estrellas?

¿Cómo se puede ofrecer a los clientes lo que ellos quieren y/o necesitan de manera que se maximicen los beneficios?

Ambas preguntas tienen como objetivo el aumento de las utilidades del restaurante del hotel, pero la gran diferencia es que la segunda busca un beneficio tanto para los clientes potenciales como para el mismo hotel; es por esto, que los funcionarios del restaurante se dedicarán a brindarle a sus clientes lo que estos quieren y necesitan, guiándose siempre por unos parámetros definidos, lo cual permitirá flexibilidad y efectividad en el servicio y a largo plazo aumentará la fidelidad hacia el restaurante.

A parte del servicio, el ambiente familiar del lugar también juega un papel vital para conquistar los sentidos de los clientes y hacer que estos se sientan realmente cómodos. Es por esto que el restaurante tendrá un ambiente suave y tranquilo, pero al mismo tiempo alegre el cual, acompañado de música Lounge y Chill Out (mezclas de Jazz y Blues con música electrónica suave) permitirán el ambiente perfecto para disfrutar de cada plato, conversar y compartir un rato agradable.

3.14.3. Estrategias de Promoción.³²

Las estrategias de promoción es una de las más importantes, ya que a través de esta se da a conocer el restaurante y el servicio que se prestará al mercado objetivo. La estrategia que se va a utilizar es de atracción, para realizar está se necesita invertir en publicidad y promoción, con el fin de crear una mayor demanda. Por otra parte se implementará un programa que denominaremos PASA DIA, para así aumentar las ventas, y tener un mayor posicionamiento del hotel y su restaurante Bajo Las Estrellas en el mercado.

También se implementarán las siguientes herramientas promocionales:

Publicidad: se planteara una publicidad en todos los condominios y a los visitantes de los municipios de Ricaurte y Girardot con volantes directamente; cuñas radiales en emisoras de la región.

Promoción de ventas: Se darán incentivos de corto plazo con el fin de que la gente visitas al restaurante. Por ejemplo, durante el mes de mayo se ofrecerá un cupón de descuento especial para las madres y también durante el mes de los padres se harán descuentos y promociones sorpresa.

Relaciones: se refiere al fortalecimiento de las relaciones, tanto internas como externas, para así de esta manera crear una buena imagen ante los clientes. Esto se logra mediante reuniones de integración, asistencia a los distintos eventos, invitando al restaurante a las diferentes agentes que hacen parte de este medio, etc.

3.14.4. Estrategias de Comunicación.

Como se ha mencionado anteriormente, el restaurante de comida fusión – regional y típica, se encargará de combinar los platos e ingredientes de la comida colombiana con los de la comida

³² Fuentes: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9022/tesis136.pdf;sequence=1>

italiana, americana y latina, lo cual aún no existe en la región y es el arma principal de comunicación y publicidad.

Los medios de comunicación que se pueden utilizar se dividen en:

- Above The Line (ATL): se refiere al uso de medios masivos, tradicionales e indirectos. Los escogidos para el restaurante son los periódicos, revistas, radio, TV Regional e Internet.
- Below The Line (BTL): se refiere al uso de medios no tradicionales, alternativos y directos. Aquí se ubican el marketing directo, el marketing promocional (las promociones de ventas), el marketing relacional: las relaciones públicas, patrocinios, merchandising, etc., donde no se emplean medios masivos.

Mediante el uso de estos tipos de comunicación se busca atraer la atención y la curiosidad de un gran número de personas, así como generar expectativas en ellos y lograr que conozcan el restaurante y disfruten la experiencia de la comida Típica colombiana en fusión italiana-latina completamente.

3.14.5. Estrategias de Servicio.³³

La estrategia de servicio es muy importante ya que “es una forma de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen a la venta y que son básicamente intangibles y que no tienen como resultado la obtención de la propiedad de algo”. La estrategia que se va a utilizar en el restaurante es el PASA DIA TODO INCLUIDO CON BEBIDAS, la cual consiste en bienes y servicios todo incluido para la familia, esto significa que el cliente lo que busca es una buena comida y recreación familiar. Con un buen servicio el restaurante va alcanzar una posición sólida en el mercado objetivo que se quiere atender.

³³ Fuentes: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9022/tesis136.pdf;sequence=1>

Por otro lado como prestador del servicio se debe interactuar eficazmente con los clientes para que así este quede satisfecho con los servicios prestados desde la llegada al restaurante hasta su partida.

Para que el servicio sea óptimo debe tenerse en cuenta “la cadena de utilidades que es la que vincula las utilidades del restaurante con la satisfacción de los empleados y de los clientes”. Esta cadena tiene cinco eslabones y tiene como característica principal que cada eslabón depende del cumplimiento de su eslabón anterior (es decir, que para que se cumpla el segundo se debe dar el primero en su totalidad):

Calidad interna del servicio: Se debe seleccionar y capacitar a los empleados que hagan parte del restaurante, que el clima organizacional sea bueno, ya que este es el que refleja las actitudes, comportamientos y satisfacción de los empleados tanto en la organización como en el trato que le da a los clientes.

Empleados de servicios productivos y satisfechos: Cuando los empleados están satisfechos con los tratos que la organización les brinda, son leales a esta y, por ende, son más trabajadores.

Mayor valor del servicio: Se crea valor para el cliente y la entrega del servicio es más eficiente y eficaz.

Clientes satisfechos y leales: Cuando los clientes quedan satisfechos mantienen la lealtad y por ende vuelven al restaurante y lo recomiendan a sus amigos.

Utilidades y crecimiento saludables: La organización presta un servicio superior y mejor que la competencia.

3.14.6. Estrategias de Aprovisionamiento.

Es importante precisar las estrategias de aprovisionamiento a utilizar para definir la forma en que se va a adquirir la materia prima como carnes, salsas, frutas, verduras, pastas y demás, y así aumentar los niveles de eficiencia disminuyendo al mismo tiempo los costos.

Se han identificado distintos proveedores principalmente para las carnes, las salsas y las frutas y verduras. El propósito es ganar la confianza de cada uno de estos, con el fin de obtener mejores promociones en un futuro, y así aumentar el margen de utilidad.

Implementando esta estrategia se logrará disminuir los costos de compras, mejorar las condiciones en cuanto a precio, oportunidad y servicio y disminuir las pérdidas por fallas en el aprovisionamiento. Todo esto da como resultado un mejoramiento de la posición del restaurante, el cual se verá reflejado en una mayor rentabilidad.

CAPITULO IV.

APORTES SIGNIFICATIVOS DE LA EXPERIENCIA EN LO HUMANO.

La industria hotelera y la gastronomía como complemento significativo dentro de los portafolios de servicios se encuentran en un momento excepcional de posicionamiento y renovación que influye de manera positiva en nuestro país.

La industria gastronómica en Colombia ha experimentado un desarrollo constante que se refleja en la creciente demanda y especialización del sector. Es necesario recalcar cambios demográficos y en estilos de vida de las personas, que han conducido a la creación de nuevos servicios por parte de los hoteles y sus restaurantes

Consumidores ocupados no tienen el tiempo de cocinar; es por esto que buscan alternativas diferentes, como salir a comer; Quieren el sabor de pan fresco sin el lío de la horneada. Quieren comidas sabrosas y nutritivas sin platos que lavar

Cifras que nos están indicando que el segmento de mercado de los hoteles con restaurante gourmet, está creciendo vertiginosamente en todo el país; El mercado del hotel Peñalisa en su segmento de restaurante ha crecido debido a la necesidad de un lugar familiar que ofrezca los servicios de restaurante y recreación. Por consiguiente nuestra propuesta quiere suministrar un servicio de pasa día con restaurante y recreación.

4.1. Aportes Significativos de la Experiencia en lo Humano.

El desarrollo de competencias como profesional “en lo personal” para lograr herramientas en base a la labor y experiencia en actividades como fuente de aprendizaje a través de las interrelaciones sociales que se apropia de nuestra realidad convirtiéndose en medio para expresar conocimientos, saber, pensamiento e ideología profesional que sirva como fundamento en la puesta en marcha de mí proyecto de vida, teniendo como apoyo fundamental mí empresa en la que he evolucionado como profesional.

El Hotel – Restaurante propicia un ambiente de integración y educación donde las relaciones interpersonales basadas en el respeto, la tolerancia y con ello garantizar mejor desempeño en el contexto laboral y sociocultural en el área del restaurante del hotel. Planteando en la sección de alimentos y bebidas se encuentra rodeada en un ambiente de aprendizaje y valores de participación como profesional que hace parte del restaurante bajo las estrellas.

Al establecer estándares administrativos, procesos y procedimientos generamos un modelo guía para seguir bajo la reconstrucción del diagrama organizacional teniendo como principio la integralidad, participación y competencia en las áreas de trabajo para lograr la convivencia amena con metas propias trazadas para alcanzar como persona y metas colectivas con el equipo de trabajo.

Lograr que el nuevo modelo de negocios sea institucional y se integre con el esquema de mercadeo del Hotel – Restaurante y el nuevo mercado naciente y el cual queremos segmentar con la máxima participación a favor de nuestro restaurante; proponiendo lineamientos y un enfoque integral donde la multiplicidad de servicios integrales se convierta

en nuestra fortaleza para logramos posesionar como el primer restaurante familiar con servicios complementarios de recreación y esparcimiento.

La experiencia en cuanto a lo humano permite mejorar las relaciones interpersonales, fortalecer los conceptos profesionales y lograr una mejor interacción en la organización como empresa y mi correlación con un grupo humano de trabajo dinámico, donde el apoyo mutuo es la fortaleza de un grupo de trabajo joven y con ganas de hacer las cosas bien.

4.2. Aportes Significativo en lo Social.

El Hotel Peñalisa – Colsubsidio agregan a sus objetivos la inversión en lo social en comunidades de la región, escuelas de formación en deporte, cultura y el cuidado del medio ambiente. Invertir en los micros empresarios de la región, comprándole productos y generando desarrollo sostenible.

En un nivel básico, la responsabilidad corporativa involucra ir más allá de las ganancias para incluir un compromiso más amplio de edificar una sociedad mejor. Eso puede hacerse mediante las propias actividades empresariales o a través de acciones "extracurriculares" como donaciones caritativas o proyectos voluntarios que involucren al personal y la administración del municipio.

Haciendo planteamientos auténticos, de otra manera la gente se vuelve escéptica acerca de quiénes somos como empresa y que poder de convocatoria tenemos en “pro” de los beneficios de la comunidad con hechos. Planteando, planes, programas y proyectos que ayuden a la recuperación de tejido social.

COLSUBSIDIO como empresa que atiende diferentes sectores comerciales se encuentra día a día con desafíos corporativos en un mundo de negocios donde se está comenzando a pensar que invertir en lo social; ayuda a posicionarse como mejor empresa, en este caso inversión en lo social en los productores de la región con ayudas técnicas agrícolas, financieras y de mercados en posicionamiento.

Como hotel de la región se debe tener prioridad en la contratación con los habitantes de los municipios vecinos y su comunidad, dando una imagen en lo social por preferencias en los oriundos de estos municipios.

4.3. Aporte Significativo en lo Económico o Técnico desde la Administración de Empresas y el Estudio de Procesos y Mercados.

El hotel Peñalisa y su restaurante bajo las estrellas; Está viviendo una nueva oportunidad de mercado por consiguiente implementa nuevos programas de marketing para posicionarse en un mercado naciente en la región debido al creciente número de familias que llegan a vivir permanentemente y transitoria de fin de semana provenientes de Bogotá y los municipios del alto Magdalena y área del Sur del Tolima; cuyo fin será el conquistar un posicionamiento como el restaurantes que ofrece una amplia diversidad de productos innovadores para todos los gustos, con alta calidad en el servicio.

El cliente es la prioridad número uno. Sus esfuerzos en la calidad e innovación de sus platillos obedecían a la estrategia de anticiparse a las expectativas de sus comensales para mantenerlos completamente satisfechos. El objetivo consiste en brindar a nuestro cliente la mejor experiencia en alimentos y bebidas, a través de productos elaborados artesanalmente, sin conservadores o colorantes artificiales sin dejar el toque gourmet de nuestro restaurante.

4.3.1. Punto de Venta.

Para el año 2018 el restaurante bajo las estrellas del hotel Peñalisa ubicado en el municipio de Ricaurte, Implementara un nuevo plan de consumo y visita a las instalaciones llamado PASA DÍA; donde este será identificado por unas manillas de colores con asesó a algunos servicios del hotel como piscina, juegos de mesa, cancha de tenis, canchas múltiples, lugar de snacks, bar y bolera en tiempo y días indicados.

4.3.2. Productos y Servicios.

El restaurante tendrá especial cuidado en la calidad de los productos que ofrecerá a sus clientes. Como parte de este compromiso había contratado la asesoría de nutricionista que les brindara la confianza en la elaboración de los platillos. Este especialista había sido llamado para lograr una diversificación de platillos, entre los que se encontraba la línea *light*, de tal manera que hubiera congruencia entre la presentación y el equilibrio nutritivo de los mismos. El sabor será el resultado de los más altos estándares en higiene, calidad, limpieza y uso de alimentos siempre frescos.

4.3.3. La Carta y Menú.

El restaurante manejara una carta con una variedad de platos que reflejara vanguardia, limpieza y confianza en los platillos. En éstas se podían localizar el logotipo de la empresa. Al interior de la carta se leerá el agradecimiento a los clientes por brindarles la oportunidad de servirlos y asegurarles que para la gente del hotel y restaurante atenderlos era un placer.

El clima dentro del restaurante será muy agradable e invitara a tomar un café, té o chocolate, ambientado con música relajante, manejada con buen volumen; contara con una

excelente iluminación, colores cálidos de tono pastel, lámparas modernas clásicas y decoración relacionada con el sol y río. En un ambiente muy de la región y su idiosincrasia.

4.3.4. Identidad Corporativa.

La identidad corporativa de la cadena de hoteles y servicios de COLSUBSIDIO descansada en su visión de "ser el hotel - restaurantera más ameno, con sabor colombiano y rentable de la región", cuya misión es de popularizar la experiencia de comer en un restaurante bufet familiar con asés a los beneficios del hotel. La estrategia del restaurante era descrita como "pasión por servir siempre, en la mesa, alimentos y bebidas frescas, con su sazón, en un ambiente con energía, joven y casual, con un servicio cálido en donde siempre haya algo para todos.

Como parte de la filosofía empresarial, los empleados eran motivados continuamente y se fomentara en ellos la lealtad hacia la empresa y el compromiso para brindar servicios de calidad a los clientes. El restaurante realizara acciones para estimular la calidad de vida de los colaboradores y sus familias, así tenían, por ejemplo, el Programa Enlace, diseñado para su personal, al cual se le da iniciativa de palabra y opinión "Hablar con libertad y confianza de sus inquietudes en el trabajo". Otra acción para favorecer a su personal será la implantación de la campaña interna en beneficio de familia e hijos de los empleados, a la cual denominaran "empleado y familia".

4.3.5. Estrategias Corporativas.³⁴

³⁴ Fuentes: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/40541/42373>

Una iniciativa clave consistía en consolidar sus proyectos productivos, ya que los proveedores, productores de la región incrementarían su nivel de vida al ser parte de la cadena productiva, cuyo programa de responsabilidad social manifestaba lo siguiente: "no los hacemos ricos, los dignificamos al tener ingresos suficientes para que tengan un nivel de vida digno."

Otra estrategia de negocios consistía en fortalecer los programas de responsabilidad social en beneficio de los diversos grupos de interés, como serán clientes, colaboradores, fuerzas vivas de la región, autoridades y comunidad.

La afiliación de un día familiar todo incluido a la administración municipal de Ricaurte, Girardot y Flandes. Los funcionarios y sus familias con el cual se crearía un sentido de pertenencia por el restaurante.

4.3.6. Hotel Peñalisa – Restaurante Bajo Las Estrellas y su Idiosincrasia en la Educación Institucional.

Debido a la propia filosofía empresarial del hotel Peñalisa y su restaurante bajo las estrellas, un factor clave lo representa su gente, a quienes les conferían especial importancia. Por esta razón cuenta con un área de capacitación especializada corporativa de Colsubsidio y SENA a través de convenios.

El hotel se encargara de potenciar y brindar el conocimiento y desarrollar las habilidades técnicas y humanas, que requería cada uno de los colaboradores en su puesto de trabajo que conforma la familia de corporativa del hotel.

4.3.7. Empresa Socialmente Responsable.

Al igual que otras empresas altamente involucradas con el bienestar social, el compromiso será voluntariamente asumido por la empresa. Se tratara de un compromiso estratégico, planeado a largo plazo y con alcance general, hechos que orientaban la conducta y la cultura de la empresa.

Las acciones a favor del Restaurante Bajo Las Estrellas; mediante lo que ellos denominaron "Patrocinios por evento", que consistirá en realizar aportaciones monetarias a proyectos de beneficencia pública, Las sociedades de las alcaldías y gobernación con intereses de inversión y protección social, donde la empresa hará presencia corporativa como patrocinadora en esta causa social.

Las etapas de responsabilidad social de COLSUBSIDIO habían evolucionado desde su creación. En 2008 comenzó a implementar el proyecto "cambiando vidas a los campesinos productores de Cundinamarca", con lo que se dio origen a los proyectos productivos. A partir de 2011, la empresa emprendió acciones relacionadas con el medio ambiente, la sustentabilidad y el cambio climático.

La alta dirección corporativa del hotel Peñalisa determinó el contenido y alcance del compromiso social y ambiental de la empresa, como una de las primeras acciones para ser compartida con todos los empleados y a todos los públicos directos de la organización. La cadena de hoteles y sus directivos tenían una visión muy amplia, pero también un gran compromiso con la sociedad. una organización privada sin ánimo de lucro, que pertenece al Sistema de Protección y Seguridad Social, su evolución ha estado marcada tanto por el reconocimiento de las personas como seres integrales con necesidades dinámicas, múltiples e interdependientes, como por las transformaciones que ha tenido el Estado colombiano en

el desarrollo de su función social. Con programas, proyectos productivos, se buscan productos naturales, artesanales y de calidad elaborados por diferentes comunidades del país.

El concepto de responsabilidad social que asumió el hotel Peñalisa de Colsubsidio se aceptó como una nueva visión empresarial que contemplaba la plena conciencia de los directivos por coa ayudar a la incorporación de mejoras en materia de beneficios sociales para sus empleados. El Restaurante valora mucho el compromiso con sus colaboradores (empleados), con sus valores éticos, con el respeto al medio ambiente y a la comunidad a la que servía.

Los principales programas de Responsabilidad Social que la empresa tenía eran:

1. Proyectos productivos de proveedores.
2. Alianzas con universidades, alcaldías, gobernación, policía, ejército, organizaciones no gubernamentales, fundaciones.
3. Adhesión a la normatividad nacional del medio ambiente.

4.3.8. Apalancamiento Empresarial en la Cotidianidad Comunitaria.³⁵

Hotel Peñalisa – Restaurante - Colsubsidio con su vinculación comunitaria, debe lograr cambiar ideas y conductas en las comunidades, con las cuales interactúe y tener la posibilidad de orientar a grupos sociales en el fortalecimiento de sus relaciones sociales, a

³⁵ Fuentes: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/40541/42373>

través de acciones que permitieran estimular a las comunidades para comprender las formas de actuar del hotel, así como un mayor compromiso con los proyectos que esta empresa presentaba a la comunidad.

Con los proyectos productivos, el Hotel – Restaurante Peñalisa – Colsubsidio lograra impactos positivos con la promoción de su imagen ante las comunidades, quienes la identificarán como una organización gestora de causas sociales y proyectos diferentes a los económicos. Tal fortalecimiento crea un factor diferencial de la empresa dentro de la cadena de valor y aumentaba el conocimiento de los productos y servicios que ofrece el hotel, provocando la circulación de la información sobre ella, de boca en boca, lo cual se convertía en una estrategia adecuada en Cundinamarca, Bogotá y aquellas regiones rurales, a través de estrategias de mercadeos alternativas.

Dentro de los productos comunitarios comercializados por el Hotel – Restaurante Peñalisa se encuentran:

1. Granja de huevos y pollo de la región.
2. Cooperativa de agricultores de Cundinamarca, Boyacá y Meta.
3. Asociación de ganaderos y porcinos del Meta y Cundinamarca.
4. Empresas de lácteos del interior.
5. Asociación de cultivadores de frutas y hortalizas.
6. Empresa de licores de Cundinamarca.

4.3.9. Los Empleados - Colaboradores y la Responsabilidad Social.

La dinámica empresarial del Hotel – Restaurante; involucra al personal y colaboradores del restaurante del hotel; -"cuando hacemos el clima organizacional de la

empresa, se percibe como una fuerte sensación de orgullo entre los colaboradores lo que hacemos por estas comunidades, por el medio ambiente y las cuestiones filantrópicas, es decir, la gente al interior sí sabe que somos una empresa con responsabilidad social. La responsabilidad social es un compromiso de todos. Los meseros cuando ofrecen alguno de los productos de los proyectos productivos, puede ser que no sepan los detalles técnicos del proceso pero definitivamente saben que se trata de un proyecto que está haciendo algo por la gente de esta región".

Las acciones de responsabilidad social del Hotel - Restaurante Peñalisa – Colsubsidio tenían varios beneficiarios: clientes, colaboradores, comunidades, inversionistas y sociedad en general.

Entre las acciones sociales y estratégicas que apoya y actuar como empresa el Hotel – Restaurante Peñalisa – Colsubsidio. Esta el apoyo a profesionales, técnicos y tecnólogos de la regio. Gran base y coyuntura que deja este estudio son las alianzas con entidades educativas universitarias y SENA; con el fin de lograr nuevos espacios profesionales y técnicos que nacen por los cambios sociales y estructurales de la región (Girardot, Ricaurte, Flandes, Agua de Dios, Nilo, Melgar y Carmen de Apicala) – (Cundinamarca – Tolima – Boyacá – Meta); Que conforma el ámbito del servicio del hotel.

Estamos con la iniciativa de crear convenios con empresarios que actúen como prestador de servicio en las instalaciones del hotel en unas áreas nuevas y confortables que sean el lugar de atención y servicio de los PASA DÍAS para clientes externos al hotel, los cuales serán atendidos con productos de altos índices de calidad y en un espacio confortable y amigable para las familias de nuestros visitantes.

Además, se apoyara a productores de bajos ingresos, otorgándoles donativos financieros para fortalecer las actividades productivas, capacitaciones a pequeños empresarios y productores para el desarrollo de habilidades comerciales, prácticas empresariales al SENA, prácticas universitarias. Involucrando a profesionales del hotel como apoyo a los micro empresarios para mejorar sus estándares de calidad de los productos finales al consumidor, darles adicionalmente apoyo logístico en instalaciones, inmobiliario y mobiliario para lograr afirmar sociedades empresariales y productivas.

Impulsar un proyecto social y ambiental con el colegio departamental de Ricaurte “Institución Educativa Departamental - Antonio Ricaurte” impulsado en el reciclaje en el colegio en conjunto con los estudiantes en las instalaciones de los hoteles, plazoletas de comidas y condominios construidos por COLSUBSIDIO. El programa ambiental lo desarrollaremos desde el concepto global de las 3R (Reducir – Reciclar - Reutiliza), cuidados del agua, energía y enfocados a los productos amigables con el medio ambiente.

4.3.10. Retos Sociales Actuales.³⁶

COLSUBSIDIO, (Hoteles, Centros Recreacional, Supermercados, Centró de Convenciones y Eventos, Colegio. Etc.), es reconocida a nivel nacional como una empresa con alto sentido de responsabilidad social, lo cual se evidenciaba con sus diferentes proyectos donde destacaba su cadena de suministro basada en proveedores comunitarios, el hecho de mantener la ventaja competitiva de ser una empresa socialmente responsable implicaba y demandaba estrategias de innovación para mantener e incrementar la rentabilidad e imagen

³⁶ Fuentes: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/40541/42373>

de la empresa, considerando que la responsabilidad social era clave para el posicionamiento y trascendencia de la marca.

La elaboración del plan estratégico para consolidar el liderazgo corporativo como empresa socialmente responsable en su área de restaurante, alimentos y bebidas; todo ello alineado a los compromisos nacionales y empresariales. Logrando consolidar el mercado con servicio eficiente y a precios competitivos con el poder adquisitivo de la región y nuestros visitantes.

4.4. Principales Aprendizajes para el Perfil Profesional.

Trabajar en el hotel Peñalisa – Colsubsidio. Deja en mi vida profesional y como profesional grandes experiencias, enseñanza, trabajo en equipo, hacer parte de una de las empresas más importantes y solidas del país apoyándome y ofreciendo la empresa como lugar de trabajo colocando mis conocimientos profesionales en “pro” de los cambios positivos corporativos teniendo en cuenta que la academia se complementa con las practicas profesionales que se generan en dicha organización.

En el área de restaurante logre llevar mis conocimientos y competencias profesionales para el beneficio y reingeniería administrativa, los conceptos de manejo de los puestos de trabajo, manejo de bodega inventarios facturas conceptos de normas internacionales, compras, proceso administrativo y procedimientos, manuales, convenios y estrategias de mercadeo.

Mi alcance como profesional para el interior de la empresa se está construyendo y consolidando en un área de trabajo donde la modernización desde el punto de vista administrativamente está sufriendo una transformación para adecuarse al mercado.

Inicialmente se estaba planteando una adecuación y estructuración del área de compras y bodega del restaurante bajo las estrellas del hotel; pero con el pasar de los días la empresa y la orientación del documento lo llevamos por la toma de un nuevo mercado naciente y no atendido en la región de un restaurante dinámico y familiar.

Cuando hablamos de incrementar las ventas y nuevo mercado debemos de tener en cuenta; estrategias de mercadeo y el nicho de mercado el cual hemos decidido atender. Para lo cual se ha creado directamente por el documento una estrategia la cual hemos denominado PASA DÍA con todo incluido para visitantes de un día donde pueda utilizar parte de los servicios complementarios del hotel como parte del beneficio. La idea fundamental del nuevo programa será atender las familias con alimentación, bebidas ilimitadas y la utilización de nuestras áreas de juegos de mesa, piscina, canchas múltiples de juegos y bolera.

En síntesis estoy muy orgulloso que mis ideas y conceptos sean tomados en cuenta en el programa del restaurante. – PASA DIA TODO INCLUIDO.

4.5. Aprendizajes Abordados desde la Perspectiva de la Experiencia.

La Identificación de los indicadores que permitan delimitar el alcance y las condiciones del contexto en ejercicio a las técnicas aprendidas y conocimientos profesionales.

La caracterización de los puestos de trabajo, tratamiento de la información y los procesos y procedimientos lograron enriquecer mis conceptos e enriquecer mis conocimientos como profesional. Haber laborado en COLSUBSIDIO fortaleció mis valores

personales y manejó de las situaciones de trabajo analizando las ponencias vistas en la parte académica, logrando escalar un espacio como profesional en la empresa en cual se evidencio motivación laboral con el ánimo de entender en contexto empresarial dentro de la administración como ciencia.

CONCLUSIONES.

El hotel Peñalisa Colsubsidio pertenece a una de las cajas de compensación familiar más sólidas del país, en él se tiene gran variedad de servicios y paquetes de hospedaje, recreación y centro de convenciones. Entre los servicios que se ofrecen se suministra alimentación y bebidas a los hospedados en paquetes de hotelería de fin de semana, vacaciones y puentes festivos.

Con el crecimiento poblacional y de hábitat del municipio de Ricaurte, la construcción de más de 3.000 apartamentos y casas, nace la necesidad de prestar nuevos servicios a la comunidad afiliada y externos no afiliados. El municipio con su nuevo desarrollo y la carencia de restaurantes y lugares familiares de suministrar un espacio de alimentos y bebidas a la comunidad.

La reestructuración del manejo de almacén, compras y bodega. El planteamiento de una nueva carta de alimentos y bebidas. Se crea una nueva expectativa de atención a nuestros usuarios en paquetes todo incluido.

Como empresa debemos afrontar los nuevos retos del mercado naciente ofreciendo un nuevo servicio para los visitantes de fin de semana al municipio a sus condominios; ofreceremos un paquete familiar, amigos de Colsubsidio pasa día. Con servicio todo incluido de alimentos y bebidas y lugares de entretención.

Descripción del paquete todo incluido. Por persona Almuerzo tipo bufet. – Snacks. – Cena tipo bufet.- Bebidas ilimitadas – bebidas licorosas ilimitadas desde horas acordadas – áreas de recreación (Piscina – Juegos Infantiles – Tenis de Mesa – Billar - Cancha Múltiple – Bolera).

Con relación al restaurante se quiere explorar nuevas alternativas de menús y cocteles. Por consiguiente se modifica total el almacenaje y embodegado de materia prima, carnes, granos, frutas y verduras. En búsqueda de nuevos sabores gourmet colombianos e internacionales. Se quiere ofrecer comida típica de la región.

Lo anterior, buscando incursionar en nuevas alternativas y a su vez poder así generar ventajas competitivas frente a los competidores, que se puedan llegar a desarrollar en el mercado. Tomando la delantera y lograr obtener el posicionamiento y el resultado esperado mediante la expansión en el mercado de la gastronomía cundí – tolimense, colombiana e internacional.

Es importante destacar que este mercado está dirigido principalmente a un consumidor urbano de nivel socioeconómico medio y medio alto, el cual se siente desatendido en la región donde se ofrezca un pasa día todo incluido de alimentos, bebidas y recreación familiar. El restaurante creara nuevos espacios (nuevo comedor – nuevo lugar de snack - Lugar de recreación – lugar de bebidas – licores).

Con la reestructuración del almacén y bodega; se planteó nuevos formatos de entradas y salidas de materia prima para la preparación de alimentos y bebidas. Decimos que teniendo en cuenta el aumento de ventas por consiguiente aumento la rotación de almacén es mayor.

Se puntualizó procesos y procedimientos teniendo en cuenta los flujos gramas administrativos planteados; los cuales sean puestos en práctica en el área de alimentos y bebidas, los nuevos diseños de rotación de inventarios nos han llevado tener exactamente los datos de existencias en bodega.

Como resumen a estas conclusiones se puede afirmar que el mercado regional se encuentra las condiciones necesarias para el desarrollo de este tipo de negocio que con los objetivos iniciales del trabajo de reestructurar el restaurante bajo las estrellas. Que con la modernización de procesos internos se generó una nueva estructura.

Con el desarrollo de la región se generó un mercado nuevo. Que debido a esto se decidió dar un salto total a los mercados de consumo; pasa día todo incluido.

Se tiene proyectado por parte del hotel de crear una plazoleta de comidas con ambientes juveniles, familiares y viejo teca. Que sea punto de encuentro de todos los habitantes de Ricaurte y la región.

RECOMENDACIONES.

Se debe tener en cuenta el hotel Peñalisa – Restaurante Bajo Las Estrellas busca la posibilidad de traspasar nuevas fronteras y caracterizarse por ofrecer una gastronomía exquisita y tradicional de la cultura cundí-tolimense; partiendo de un nuevo modelo para la región.- PASA DIA TODO INCLUIDO.

Se debe implementar un nuevo plan de negocios que sirva como herramienta para trazar las nuevas oportunidades de mercado. Partiendo de un plan de mejoramiento, nuevo manejo de bodega y compras, nuevas cartas de alimentos y bebidas.

Se debe crear una comercialización y publicidad del restaurante Bajo las Estrella donde este sea el centro de visita al hotel con volantes, vallas, cuñas radiales, TV regional y nacional.

Con el pasa día, se debe de pensar también en un programa de cliente frecuente con algunas rebajas y atenciones en épocas de bajas temporadas. Clientes de la región y clientes familiares.

Mantener un servicio consistente y de calidad en todos los turnos fortaleciendo las capacitaciones en atención al cliente, programas de motivación y supervisión directa.

Recomendación que los futuros estudios se amplié la investigación de costo-beneficio, nuevas estrategias de mercado y servicio del restaurante del hotel a cuantos.

Se debe realizar alianzas estratégicas con las entidades prestadoras de servicio de la región del alto magdalena y sur del Tolima; con el fin de fortalecer lasos empresariales y de servicio a las entidades de transporte, pequeña y mediana empresa, empresas de eventos,

empresas de proveedores del hotel y productores de en general para crear un trabajo mancomunado suministrando bienes y servicios. (Empresarios de lechona – Empresarios de Tamales – Cooperativa de transportadores de la Regio – Etc.).

Además, porque el Gerente ejecutivo y chef tiene una amplia experiencia y sus relaciones sociales y políticas tanto dentro como fuera del país le contribuirán a la expansión del negocio en un mediano y largo plazo.

BIBLIOGRAFÍA.

- CHIAVENATO, Idalberto. Administración de Recurso Humano. Editorial Mc Graw Hill.
- HEIRZ, Weihrich – KOONTZ, Harold. Administración una Perspectiva Global. Editorial Mc Graw Hill.
- KOONTZ Harold & O'donnell Cyril. Administración moderna. Ed. McGraw-Hill. México 2007.
- GALINDO MUNCH, Lourdes. Fundamentos de Administración. Casos y Prácticas. Ed Trillas. 2da Edición. México. 2006.
- STONER, FREEMAN, GILBERT JR. Administración. Ed. Pearson Educación. 6ta Edición. 2006.
- REYES PONCE, Agustín. Administración de empresas 2: Teoría y Práctica. Ed. Limusa. México. 2005.
- EVANS James. LINSAY William. Administración y Control de Calidad. 7ª Edición. México. 2008.
- L. M. GALINDO & J.G. MARTINEZ. Administración de empresas. 2do Ed. Mc Grw Hill. México. 2005.
- GUIDO Jack; CLEMENTS James P. Administración exitosa de proyectos. Thomson Editores. México 2009.
- IMPI. "Metodología para el Diagnóstico Tecnológico de PYMEs". 2005.

Bibliografía Internet.

Fuente: <http://www.panalimentos.org/comunidad/educacion1.asp?id>.

Fuente: <https://docplayer.es/10110333-Modelo-de-gestion-administrativa-para-el-restaurante-charly-granada-en-la-ciudad-de-cali-maria-fernanda-castano-restrepo.html>

Fuente: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9022/tesis136.pdf;sequence=1>

Fuentes: <https://www.scribd.com/document/361597026/Manual-de-Bodega>

Fuente: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis91.pdf>

Fuentes: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/40541/42373>