

**MODELAMIENTO DE LOS PROCESOS RELACIONADOS CON EL
ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO DE LAS PYMES DE ALOJAMIENTO Y
HOSPEDAJE DE BOYACÁ**

MIRTIAN MELISA SÁNCHEZ TORRES

**PROYECTO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE INGENIERO
INDUSTRIAL**

DIRECTOR

HELIEN PARRA RIVEROS

INGENIERO INDUSTRIAL

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE INGENIERÍA

PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

BOGOTÁ D.C.

2021

**MODELAMIENTO DE LOS PROCESOS RELACIONADOS CON EL
ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO DE LAS PYMES DE ALOJAMIENTO Y
HOSPEDAJE DE BOYACÁ**

MIRTIAN MELISA SÁNCHEZ TORRES

**PROYECTO DE GRADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE INGENIERO
INDUSTRIAL**

**DIRECTOR
HELIEN PARRA RIVEROS
INGENIERO INDUSTRIAL**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
INGENIERÍA INDUSTRIAL
BOGOTÁ D.C.**

2021

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

1. TABLA DE ILUSTRACIONES	6
2. LISTA DE TABLAS	7
3. INTRODUCCIÓN	8
4. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	9
5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
6. JUSTIFICACIÓN	14
7. OBJETIVOS	17
7.1. OBJETIVO GENERAL	17
7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
8. MARCO REFERENCIAL.	18
8.1. MARCO CONCEPTUAL	18
8.1.1. Mejoramiento de procesos	18
8.1.2. Modelo de gestión	18
8.1.3. Encadenamiento productivo	18
8.2. MARCO TEÓRICO.	19
8.1.1. Ingeniería de negocios en el sector de alojamiento y hospedaje	20
8.1.2. Beneficios de la implementación de ingeniería de negocios	20
8.1.3. Consecuencias de la implementación de ingeniería de negocios.	21
8.1.4. Necesidades de los turistas	21
9. ALCANCE	23
10. DISEÑO METODOLÓGICO	24
10.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	24
10.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	25
10.3. POBLACIÓN	26
11. PRESUPUESTO	29
12. CRONOGRAMA	30
13. MODELO DEL NEGOCIO.	32
13.1. DESCRIPCIÓN VERBAL.	32
14. TESIS DE NEGOCIO	33

14.1. TIPO DE MODELO DE NEGOCIO	33
14.2. PROPUESTA DE VALOR	34
14.3. MISIÓN Y VALORES FUNDAMENTALES	35
14.4. CREACIÓN DE VALORES Y ACTIVIDADES.	35
15. PROCESO DE NEGOCIO PARA LA TRANSFORMACIÓN	37
15.1. TASCOI	37
15.2. MAPA DE REQUERIMIENTOS	38
15.3. MAPA DE PROCESOS	38
15.4. RASI	39
15.5. PROCEDIMIENTOS	41
15.6. PLAN DE CONTROL	42
15.7. INDICADORES	42
15.8. MATRIZ DE RIESGO	44
15.9. CARACTERIZACIÓN	44
16. SITUACIÓN ACTUAL	47
16.1 MODELAMIENTO DEL PROCESO (AS – IS)	47
16.2 PATRONES DE PROCESO DE NEGOCIO	47
16.3 PROBLEMAS U OPORTUNIDAD IDENTIFICADA	47
17. PROPUESTA DE REDISEÑO	49
17.1. DECLARACIÓN DE LA PROPUESTA DE TRANSFORMACIÓN DE PROCESO DE NEGOCIO.	49
17.1.1. Variación de la tesis de negocio	49
17.1.2. Alcance de rediseño	50
17.2. DISEÑO DEL PROCESO MODIFICADO	50
17.2.1. Análisis de requerimiento	50
17.2.2. Modelamiento de procesos	50
18. PLAN DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL.	54
18.1. MISIÓN.	54
18.2. VISIÓN.	54
18.3. OBJETIVOS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL	55
18.4. ESTRATEGIA PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL	55
18.5. EQUIPO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL	56

18.6.	ESTADO ACTUAL	57
18.6.1.	Brecha Persona y Cultura Digital	57
18.6.2.	Brecha Procesos Digitales	58
18.6.3.	Brecha de Tecnología	59
18.7.	ESTADO DE LA MADUREZ	60
18.8.	MAPA DE CALOR	60
18.9.	ESTADO AL QUE QUEREMOS LLEGAR	61
18.9.1.	Indicadores para la transformación digital y hoja de ruta de desarrollo.	62
18.9.2.	Plan para eliminar barreras.	62
18.9.3.	Plan de gestión del cambio cultural.	63
18.9.4.	Plan de Implementación de Tecnologías emergentes.	64
19.	CONCLUSIONES	67
20.	RECOMENDACIONES	69
21.	BIBLIOGRAFÍA	70
	REFERENCIAS	70
22.	ANEXOS.	73

1. TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Estadísticas de llegadas de visitantes extranjeros no residentes por departamento destino.	11
Ilustración 2: Estadísticas de llegadas de visitantes extranjeros no residentes por departamento destino.	12
Ilustración 3: Participación de la economía del turismo en el PIB total y el empleo.	20
Ilustración 4: Propuesta Valor.	36
Ilustración 5: Mapa de Procesos.	40
Ilustración 6: Modelamiento de procesos AS - IS Posada Villa Rouse.	48
Ilustración 7: Modelo TO-BE Posada Ecoturística Villa Rouse.	52
Ilustración 8: Modelo TO-BE: Diseño de plan turístico Posada Ecoturística Villa Rouse	52
Ilustración 9: Modelo TO-BE: Diseño de actividades Posada Ecoturístico Villa Rouse.	53
Ilustración 10: Modelo TO-BE: Programar actividades Posada Ecoturístico Villa Rouse.	54
Ilustración 11: Actividades básicas ecoturística Villa Rouse	75
Ilustración 12: Procedimiento de Contacto	76
Ilustración 13: Procedimiento de Reserva	77
Ilustración 14: Procedimiento de Actividades Turísticas	78
Ilustración 15: Procedimiento de egreso	79
Ilustración 16: Niveles de Madurez	88
Ilustración 17: Estado de Madurez	88

2. LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Técnicas y fases del proceso	27
Tabla 2: Población.	28
Tabla 3: Presupuesto.	30
Tabla 4: Cronograma.	31
Tabla 5: SIPOC. Modelo Actual.	35
Tabla 6: Convenciones RASI.	43
Tabla 7: Matriz RASI documentación	43
Tabla 8: Indicadores V1	45
Tabla 9: Indicadores V2.	46
Tabla 10: Indicadores	46
Tabla 11: Caracterización integración de operadores.	47
Tabla 12: Amenazas y Oportunidades.	51
Tabla 13: Equipo de Transformación Posada Villa Rouse.	58
Tabla 14: Equipo de Operadores Turísticos Atractivo Natural.	58
Tabla 15: Equipo de Operadores Turísticos Experiencia Vivencial.	58
Tabla 16: Equipo de Operadores Turísticos Histórico - Cultural.	59
Tabla 17: Brecha Persona y Cultura Digital	60
Tabla 18: Brechas Procesos Digitales.	60
Tabla 19: Brecha de la Tecnología.	61
Tabla 20: Mapa de Calor.	63
Tabla 21: Mapa de ruta de desarrollo.	64

3. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto investigativo tiene como objetivo establecer una automatización de los procesos del sector hotelero y turístico del departamento de Boyacá, logrando fortalecer el desarrollo económico y la implementación de las herramientas tecnológicas.

El sector hotelero y turístico vuelve a resurgir después de una crisis sanitaria que trajo como consecuencia una crisis económica, de igual forma se visualizan varias falencias en cuanto a la implementación de recursos tecnológicos. Un elemento clave para lograr restaurar su situación económica haciendo uso de la cadena de valor y de las herramientas de innovación, para lograr un avance en la competitividad y avance, es fundamental comprender cómo funciona la industria del turismo cuando se implementan redes de asociatividad y cooperatividad entre la empresa con la cual se llevó a cabo el proyecto Villa Rouse, también es importante entender los operadores turísticos que son los encargados de organizar, promocionar y vender el producto o servicio, logrando así disminuir la informalidad y pérdidas empresariales.

4. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Este proyecto pertenece a la línea de investigación de Mejoramiento de Procesos y al área de Ingeniería de Negocios. Para su elaboración se cuenta con el respaldo de espacios académicos como: Investigación de Mercados, Modelamiento, Optimización y Mejoramiento de Procesos aplicando conocimientos de: Arquitectura Organizacional y Toma de decisiones.

5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Colombia actualmente se está implementando la reactivación económica, a causa de la pandemia del Covid-19, debido a que los países no estaban preparados para afrontar una crisis de esta magnitud [1]. Aunque Colombia es considerado un país en vía de desarrollo este fue uno de los países que no tuvo un mayor impacto en su economía en comparación con otros países debido a que ocupó el sexto puesto, encima de Chile, con unas previsiones del pronóstico para enero del 2020 del 3,5 % aproximadamente en su PIB, pero para el mes de junio tuvo un pronóstico del -5% en su PIB [2]. Además, de acuerdo las Un informe estadístico frente al comportamiento del PIB de parte del DANE [Departamento Administrativo Nacional Estadístico] se informó que el Producto Interno Bruto contó con una reducción del 5.8% para el año 2020, por ese motivo Colombia lleva más de un año en depresión económica desde que inició la pandemia, en el año 2020, con un crecimiento negativo puesto a la caída tanto a nivel mundial como nacional de la economía en donde se ve reflejado en su PIB con un decremento del 6,8% [3]. A nivel de América Latina Colombia cuenta con un desempeño inferior que Chile, cuyos datos oficiales arrojaron una pérdida de PIB de 5,8%, similar al que anunció recientemente Uruguay, de 5,9%, los mejores desempeños del PIB se presentaron por parte de Brasil, que con una caída de 4,1%, el cual se encuentra entre los países que mejor supieron llevar la crisis económica gracias a que desplegó el mayor estímulo de América Latina [4]. Sin embargo, si analizamos bien la situación de Colombia, podemos observar que independientemente del golpe económico debido a la situación sanitaria que se presentó a nivel mundial, Colombia es un país que cuenta con un fortalecimiento económico a lo largo de aproximadamente 10 años y su comportamiento económico ha sido homogéneo, esto se debe a la perseverancia y la búsqueda de salida de la crisis por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia [5].

Debido a la caída del PIB se puede analizar que uno de los sectores más afectados por la pandemia COVID – 19 es el sector Turístico, debido al confinamiento que se llevó a cabo en el año 2020, para cuidar a la ciudadanía de esta. El Departamento Administrativo Nacional Estadístico [DANE] reportó un retroceso del -15,2% del comercio, transporte, turismo, alojamiento y servicios de comida [6]. En el Departamento de Boyacá se evidencia que del 2014 al 2019 que existe una recesión por parte del turismo. Por otra parte, se observa que en el cambio del 2019 al 2021 existe un decremento de parte de los visitantes del exterior [7]. La situación en Boyacá no cuenta con la mejoría esperada, según El periódico El diario la ocupación hotelera para la época de vacaciones escolares y laborales tuvo un 39,34% de ocupación en el año 2021. Por otro lado, en el año 2020 la ocupación fue del 0,83%. Este es un inicio a la reactivación del sector de alojamiento y hotelería, la reactivación va a tomar un tiempo para lograr el auge que se tenía anteriormente, el sector ve las cifras de una buena manera [8].

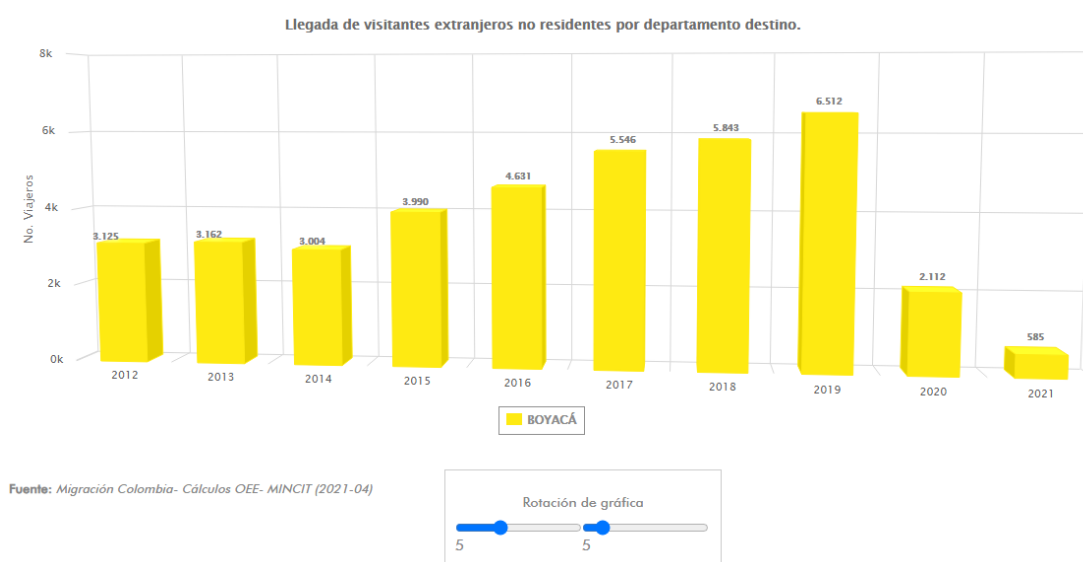
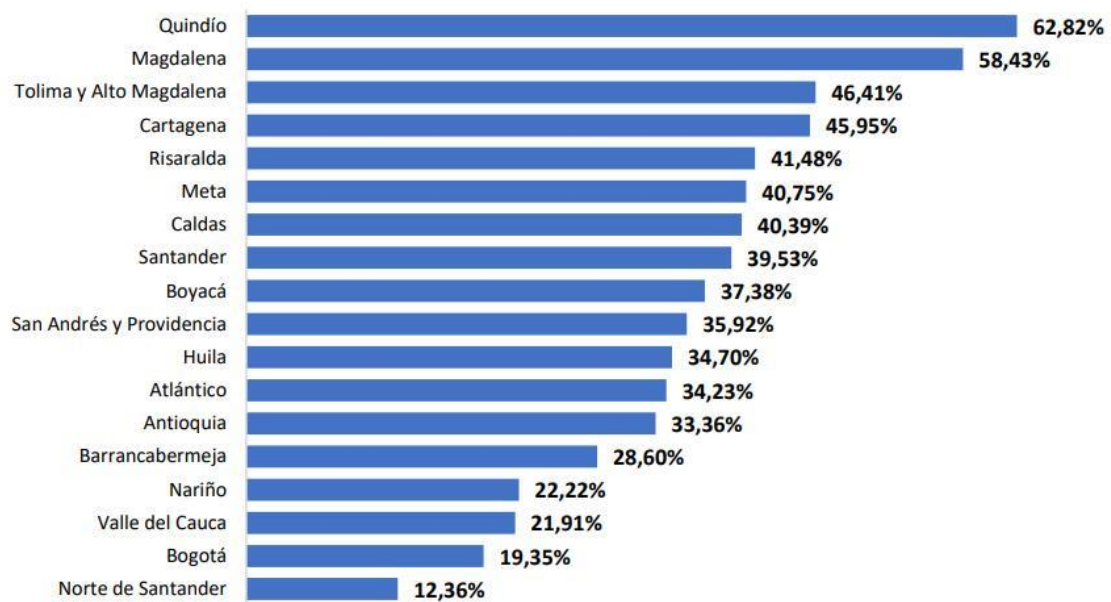


Ilustración 1: Estadísticas de llegadas de visitantes extranjeros no residentes por departamento destino.

Fuente: Migración Colombia – Cálculos OEE- MINCIT (2021 - 04)

La ocupación hotelera en el departamento de Boyacá en el periodo de fin de año 23/12/2020 al 10/01/2021 fue de un 37,38%, ocupando el 9 puesto de los 32 departamentos de Colombia, en primer lugar lo obtuvo Quindío con un 62,8%, Magdalena se encuentra de segundo lugar con un 58,43%, esto refleja que las personas prefieren visitar lugares en donde puedan encontrar sitios abiertos y una experiencia en donde se relacionen con la naturaleza, el bienestar y la salud [9]

Ocupación hotelera por regiones para la temporada de fin de año 23/12/2020 al 10/01/2021



Fuente: Sistema de Información Hotelero – SIH de Cotelco

Ilustración 2: Estadísticas de llegadas de visitantes extranjeros no residentes por departamento destino.

La agencia gubernamental ProColombia ha realizado un plan para la activación del turismo interno que se basa en cuatro tácticas que son las siguientes: Mejorar la conectividad, otorgar recursos a la industria del turismo que consiste en brindar capacitaciones virtuales al personal, Promover el encadenamiento Productivo y por último Recuperar la confianza del viajero [10].

Actualmente en Colombia el MinComercio y Colombia Productiva está fomentando los encadenamientos productivos de las diferentes empresas, en sector hotelero y turístico, para ofrecer un acompañamiento orientado al encadenamiento entre empresas. Con el que se tienen en cuenta cinco pautas, las cuales son [11]:

- 1 Sofisticación: por medio de la modernización se logra incrementar la productividad, las exportaciones e ingreso de recursos a las empresas.
- 2 Encadenamiento: mediante la unión entre MiPymes y pymes o entre ellas mismas se puede generar un mejoramiento de los procesos productivos y aparece el valor agregado.
- 3 Calidad: logra mejorar procesos y aumento de las exportaciones o incremento de los visitantes.
- 4 Transferencia de conocimiento: aumento del conocimiento tanto para el sector privado como público.
- 5 Productividad: crecimiento de la producción de las empresas y con un mejor resultado.

Uno de los beneficios más grandes que reciben las empresas es la transformación digital para el mejoramiento y aceleración de los procesos productivos en este caso enfocado al turismo en el servicio al cliente y el mercadeo [12].

En virtud de lo propuesto en los párrafos anteriores, se realiza un proyecto enfocado en el gremio hotelero de Boyacá orientado en el encadenamiento productivo para modelar los procesos de negocio relacionados con este en los pequeños establecimientos de alojamiento y hospedaje. En consecuencia, se formula y dará respuesta a ¿Cuáles son los procesos que permiten desarrollar propuestas de encadenamiento productivo basado en la propuesta valor para los pequeños establecimientos de alojamiento y hospedaje del departamento de Boyacá?

6. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se realiza debido a que el sector turístico es fundamental para la economía a nivel mundial y a nivel nacional [13], ya que se ha considerado el segundo petróleo de Colombia para sector turístico que también es una de las fuentes de los ingresos del país, es un sector esencial el cual afecta directamente el PIB, a tal punto que lo compararon con el petróleo de este tiempo. El sector turístico seguido del sector minero – energético han ayudado a impulsar la economía, porque mediante el turismo se logra captar la atención de diferentes empresarios e inversionistas del mundo [14]. Para Colombia el turismo debe estar encaminado con el encadenamiento productivo nacional, con el objetivo de crecer tanto económicamente como en desarrollo sostenible. Pero para lograr esto, todo debe ir encaminado en un mismo sentido, en otras palabras, son fundamentales las alianzas para disminuir la informalidad de empresarios y servicios turísticos logrando que entre todos se trabaje para fortalecer el turismo y que el cliente se sienta en un ambiente agradable y cómodo [15].

Para ello es esencial la implementación del encadenamiento productivo mediante la planificación, la verificación y la organización. Permitiendo la adecuada organización de lo que se pueda llegar a presentar, buscando que el cliente se sienta cómodo y tenga una experiencia única, logrando atraer su atención a tal punto de quiera repetir la experiencia, en donde exista una relación sostenible con el medio ambiente y de confianza al cumplir todos los estándares de calidad y satisfacción [16].

Al momento de lograr encontrar una estrategia, un sello diferenciador para el turismo en cuanto a hospedaje y hotelería, se incrementan los ingresos del departamento; teniendo en cuenta que cuando el turismo crezca, el PIB crece de igual forma [17]. Además, para lograr que este incremento, es necesario que tanto las Pymes como la MiPymes creen lazos logrando un encadenamiento productivo y asociatividad. Para que se vean beneficiadas tanto por la competitividad, su calidad, y el desarrollo

de nuevos negocios, logrando ser un atractivo turístico innovador, amigable con el medio ambiente y evitando ser un atractivo turístico común y corriente por medio de las herramientas gerenciales y tecnológicas que representan una parte fundamental, por lo contrario, pensando en lo que los clientes y turistas quieran ver y experimentar en su estadía [18].

Por esta razón, con este proyecto se modela los procesos de negocio relacionados con el encadenamiento productivo de los pequeños establecimientos de alojamiento y hospedaje. Con el fin de identificar cuáles son los procesos que permiten desarrollar propuestas de encadenamiento productivo basado en el valor para estos establecimientos del departamento de Boyacá, que puedan apoyar la reactivación económica mediante la cooperación y asociatividad de los operadores turísticos para generar un mayor flujo de personas mediante el aprovechamiento de los diferentes factores y recursos con los que se cuentan [19]. Por consiguiente, se estima un beneficio para el gremio hotelero, para los empresarios y para la economía colombiana. Asimismo, con este proyecto se ayudará y facilitará la reactivación de la economía a mediano y largo plazo, agregando valor no solo para el empresario sino también a los consumidores con la etiqueta de un “Viaje seguro y disfruta la experiencia” [20].

En virtud de lo anterior, para lograr el proyecto mencionado anteriormente se definirá y documentará el modelo de negocio de alojamiento y hospedaje en el marco de la integración en red de estos servicios. Después, se fijarán y documentará los procesos de negocio del encadenamiento productivo de los pequeños establecimientos de alojamiento y hospedaje; de esta manera diseñar la ruta de transformación digital de las actividades críticas de los procesos relacionados con el encadenamiento productivo de las pymes de alojamiento y hospedaje de Boyacá.

La importancia del Ingeniero Industrial de la Universidad Santo Tomás en el proyecto es enfrentarse a un sector muy importante para la economía del país, buscando implementar soluciones a los desafíos que se presenten mediante el mejoramiento continuo de los procesos al enfocarse en la necesidad del cliente, al tener presente la eficiencia, aumentar la satisfacción del cliente, identificar los posibles riesgos para anticipar, disminuir y asumir el plan para la prevención de riesgos, aumentar la competitividad y la implementación del encadenamiento productivo en el sector.

7. OBJETIVOS

7.1. OBJETIVO GENERAL

Modelar los procesos de negocio relacionados con el encadenamiento productivo de los pequeños establecimientos de alojamiento y hospedaje del departamento de Boyacá en los años 2021 y 2022

7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir y documentar el modelo de negocio de alojamiento y hospedaje en el marco de la integración en red de servicios de alojamiento y hospedaje.
- Definir y documentar los procesos de negocio del encadenamiento productivo en los pequeños establecimientos de alojamiento y hospedaje del departamento de Boyacá.
- Diseñar la ruta de transformación digital de las actividades críticas de los procesos relacionados con el encadenamiento productivo de las pymes de alojamiento y hospedaje de Boyacá.

8. MARCO REFERENCIAL.

8.1. MARCO CONCEPTUAL

8.1.1. Mejoramiento de procesos

Consiste en una serie de lineamientos que permiten la configuración de los diferentes procesos que se realicen en una empresa o en un sector en específico mediante el siguiente método que consiste en documentar, diseñar y mejorar los procesos de la compañía o sector, esto permite visualizar las etapas de cada uno de estos y la circulación de los diferentes procesos, dando paso a la comprensión de forma sencilla para la comunicación asertiva, mejorar los procesos e implementación de la automatización para la automatización de los procesos que se desarrollan en el sector como en las empresas, permitiendo la Eficiencia, la estandarización y la agilidad [21].

8.1.2. Modelo de gestión

Es el encargado de permitir la optimización de los recursos, para mejorar el sistema mediante obtención de resultados favorables, con una la mejora de la rentabilidad [22]. Mediante el modelo se dirige e implementa, de una excelente forma las actividades del sector para obtener beneficios a la hora de mejorar la rentabilidad la calidad del servicio o producto, el ambiente en donde se ofrece el servicio, buscando el bienestar y satisfacción del cliente [23].

8.1.3. Encadenamiento productivo

Se basa en establecer vínculos entre las Pymes y MiPymes que componen cada eslabón de un determinado proceso productivo con la finalidad de incrementar el nivel de competitividad, Incorporación y cooperación en las cadenas de valor, permite fluir la información, y estar al tanto de las tendencias del mercado Internacional como Nacional, permitiendo la satisfacción y productividad de todos los actores de la cadena de producción [24].

8.2. MARCO TEÓRICO.

El papel que toma el sector de hotelería y turismo es clave para la economía a nivel mundial, debido a que aporta en gran manera a un progreso económico, por medio de este se permite la producción de divisas, los ingresos, las exportaciones, ya algo fundamental el PIB [25], el comportamiento que tenga este sector afecta directamente al empleo, genera efectos negativos en la parte cultural, económico y en lo sociopolítico [26]. Al observar la siguiente gráfica, se puede deducir el gran impacto que tiene el Turismo en el PIB de toda América latina y El Caribe [27].

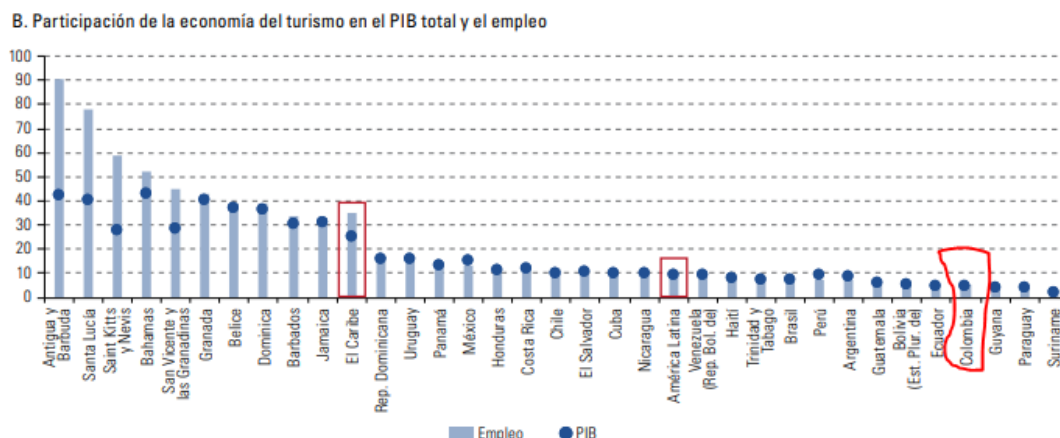


Ilustración 3: Participación de la economía del turismo en el PIB total y el empleo.

Fuente: DANE

Se puede observar que el comportamiento que tiene Colombia frente a los otros países de América Latina y el Caribe no es el mejor ni con su PIB ni con el empleo que hay en el país debido a la situación. El turismo permite que las personas cuenten con una mayor probabilidad de obtener un trabajo, cabe mencionar que sin turistas tanto internos como extranjeros la MiPymes son las más afectadas, debido a que decayeron un 29,9% del cual la actividad de Alojamiento y servicios de comida contribuyeron con un - 3.7 porcentuales [24], para poder mejorar la situación en el

sector es fundamental saber cuáles son los peones en la cadena de valor y cuáles son los factores que afectan el sector, un estudio que tiene como finalidad Analizar la capacidad empresarial en el sector hotelero frente a la innovación en donde se identifican dos líneas generales del conocimiento la primera es la Innovación en la tecnología y segunda es la innovación organizativa en donde al implementar estas dos el sector aumenta su rentabilidad, y contar con la capacidad de estar actualizado a lo que estén buscando [28].

8.1.1. Ingeniería de negocios en el sector de alojamiento y hospedaje

La implementación de la ingeniería de negocios permite adquirir conocimientos sobre los procesos de alojamiento y hospedaje mediante la arquitectura del sector hotelero dando paso a analizar la información de cada una de las actividades que se realizan en el sector y las metodologías aplicadas para cada una ellas, para tener en claro qué necesidades existen o tiene los turistas y cómo actuar frente a ellas [29] ; Asimismo se considera una herramienta fundamental que ha cobrado fuerza a lo largo del tiempo evolucionando constantemente permitiendo llevar a cabo la innovación, el desarrollo continuo, la transformación tecnológica y evaluando continuamente la calidad del servicio para obtener la satisfacción del cliente [1] De acuerdo con un artículo de la revista de economía del caribe cuatro aspectos los cuales son: Determinar el tipo de cliente que se va a atender, la conexión que del cliente y la empresa, la importancia de la cadena de valor y el valor añadido y por último los beneficios que se brindan por el valor añadido que se brinda a los clientes. [2]

8.1.2. Beneficios de la implementación de ingeniería de negocios

Al implementar la Ingeniería de negocios se permite trabajar en cuatro líneas que favorecerá al máximo el desarrollo de la gestión de procesos, la tecnología de información, estrategia empresarial y el gestionar planes que tenga el establecimiento de hotelería y turismo [32]. Adicionalmente, se impulsa la

implementación del trabajo colaborativo junto con el trabajo creativo, un mejor capital social, aumento de la calidad eso no implica que por el tamaño se vea afectado la implementación, se incrementa la agilidad del sector y busca un modelo dimensional tanto sostenible como sustentable [33].

8.1.3. Consecuencias de la implementación de ingeniería de negocios.

El impacto que la ingeniería de procesos puede causar en el sector puede ser tanto positiva en cuanto las personas se capaciten y tengan en cuenta el encadenamiento productivo, los factores que pueden llegar afectarlos ya que existen factores externos que no se pueden prevenir, Innovación limitadas en cuanto a la mano de obra y la tecnología ya que se debe realizar un aprovechamiento al máximo de la mano de obra como del recurso de la tecnología. Es fundamental no caer en la trampa de no saber direccionar el mensaje adecuado a los compañeros de trabajo [34].

8.1.4. Necesidades de los turistas

De acuerdo con James Cook el afirma que el turista tiene necesidades a la hora de viajar, como lo propuso Maslow en la pirámide que se basó conforme a los incentivos del ser humano [3]; Sin embargo James Cook modifica las cinco necesidades que presentó Maslow por las siguientes en donde afirma que el turista hace uso de cada una de ellas que son las siguientes: 1. Necesidad de relajación, 2. Necesidad de estimulación, 3. Necesidad social, 4. Necesidad de autoestima (desarrollo personal, cultural, histórico), 5. Necesidad de autorrealización. En el turismo se encuentran tres aspectos en los cuales las personas se basan para encontrar sus destinos los cuales son: escape, descanso y deseo. [4]

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente la finalidad del proyecto es identificar y trabajar con las falencias que se presentan en el encadenamiento productivo para generar en los turistas una vivencia y experiencia única en donde

esté presente la sostenibilidad y la innovación para generar recuerdos, teniendo en cuenta los estándares que buscan como una excelente comodidad, precio, vivencias. Adicionalmente promover la seguridad de los turistas con las medidas sanitarias protegiendo su vida de forma segura y eficientemente [37].

8.1.5. Recomendaciones a la hora de implementar la ingeniería de procesos.

Conforme con los estudios realizados es importante la organización de trabajo colaborativo, para empezar, contar con servicio web, en donde se permita intercambiar la información con el solicitante del servicio e interactuar si llegan a tener preguntas, dudas o inquietudes, la comunicación entre los otros actores que se encuentran vinculados en la cadena de valor para ofrecer un servicio eficiente y eficaz con los turistas satisfechos y aumento de la ocupación del sector hotelero [38].

Adicionalmente existen siete pasos que van a permitir un éxito en la Ingeniería de Negocios:

1. Descubrir qué es lo que no me funciona o no es necesario realizar y buscar la forma de hacer las cosas de forma más sencilla.
2. Captar información relevante que me va a ayudar a mejorar cada vez más.
3. Estar activos (as) en redes sociales o en las páginas en donde brinda información y le solicitan.
4. Diseñar estrategias asertivas e ir mejorando poco a poco mediante la opinión de los huéspedes.
5. Optimizar al máximo recursos
6. Implementar planes de mejora y ejecutarlos.
7. Estar monitoreando las actividades para lograr una mejora continua.

9. ALCANCE

El presente proyecto tiene como objetivo modelar los procesos de negocio relacionados con el encadenamiento productivo en los pequeños establecimientos de alojamiento y hospedaje del departamento de Boyacá, pero este no incluye la implementación o una prueba piloto por el tiempo y el compromiso de los empresarios. Por otra parte, el número de los empresarios que van a participar en el proyecto y se dispondrán en los encuentros van a ser reducidos por que el estudio depende de la disponibilidad que ellos tengan.

10. DISEÑO METODOLÓGICO

10.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para el estudio que se realizará en el departamento de Boyacá con el fin de modelar los procesos de negocio relacionados con el encadenamiento productivo los pequeños establecimientos de alojamiento y hospedaje del departamento de Boyacá. Se llevará a cabo una **investigación descriptiva cualitativa**, debido a que en primera instancia el problema surge de lo que sucedió en los hoteles por la llegada del Covid 19 al país y de las experiencias de los empresarios que han tenido para la reactivación económica del sector por medio de las herramientas tecnológicas ya que es el medio más asertivo para utilizar en estos momentos y es el medio por el cual podemos realizar el estudio. También debido al alcance porque la metodología no incluye una implementación o prueba piloto sino solo el diseño de la ruta tecnológica. Además, según el alcance este estudio es un **estudio de caso** ya que el objetivo fundamental es diseñar la ruta de transformación digital de las actividades críticas de transformación digital de los procesos relacionados con el encadenamiento productivo de las pymes de alojamiento y hospedaje de Boyacá.

El tipo de investigación en el cual está enfocado este estudio es debido al objetivo que se va a trabajar, el cual es modelar los procesos de negocio relacionados con el encadenamiento productivo en los pequeños establecimientos de alojamiento y hospedaje del departamento de Boyacá. Por tanto, se va a definir y documentar el modelo de negocio de alojamiento y hospedaje en el marco de la integración en red de servicios de alojamiento y hospedaje para poder después definir y documentar los procesos de negocio que el encadenamiento productivo los pequeños establecimientos de alojamiento y hospedaje para entregarle a la población un diseño de la ruta de transformación digital de las actividades críticas de transformación digital de los procesos relacionados con el encadenamiento productivo de las pymes de alojamiento y hospedaje de Boyacá.

10.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Para la recolección de datos se analizará los procesos operacionales y los servicios que ofrecen y el analizar si se genera un encadenamiento productivo en el sector de Alojamiento y Hospedaje del departamento de Boyacá, Analizar y Evaluar los diferentes procesos que tiene relación con la transformación digital, el encadenamiento productivo con cada una de las empresas, determinar los procesos prestados para evaluar la calidad con la cual los brindan. De acuerdo con el proyecto de grado está enmarcado dentro del Proyecto Fodein Multicampus se utilizarán las siguientes:

Tabla 1: Técnicas y fases del proceso

OBJETIVO ESPECÍFICO	FASE DEL PROCESO	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	TÉCNICA DE ANÁLISIS
Definir y documentar el modelo de negocio de alojamiento y hospedaje en el marco de la integración en red de servicios de alojamiento y hospedaje.	Modelo de negocio actual	1. Investigación Literaria del sector de alojamiento y turismo. 2. Encuentros con los empresarios.	<u>Descripción verbal</u> <u>Tesis de Negocio</u> • Tipo de Modelo de Negocio • Propuesta de Valor • Misión y Valores Fundamentales • Creación de Valor y Actividades Básicas • Modelo de Ingresos • Modelo Organizacional
Definir y documentar los procesos de negocio que el encadenamiento productivo los pequeños establecimientos de alojamiento y hospedaje del	Proceso de negocio para la transformación	1. Investigación Literaria del sector de alojamiento y turismo. 2. Encuentros con los empresarios.	<u>Descripción del Proceso</u> • Descripción TASCOT del proceso • Mapa de requerimientos • Mapa de procesos • RASI • Procedimientos • Plan de control

departamento de Boyacá.			• Indicadores • Matriz de riesgos • Caracterización
	Situación actual		• Modelamiento del proceso (AS-IS) • Patrones de proceso de negocio identificados • Problema u oportunidad identificada
Diseñar la ruta de transformación digital de las actividades críticas de transformación digital de los procesos relacionados con el encadenamiento productivo de las pymes de alojamiento y hospedaje de Boyacá.	Propuesta de rediseño	11. Investigación Literaria del sector de alojamiento y turismo. 12. Encuentros con los empresarios.	<u>Declaración de la propuesta de transformación de procesos</u> • Declaración de la transformación pretendida • Variación de la tesis de negocio • Alcance del rediseño <u>Diseño del proceso modificado</u> • Análisis de requerimientos • Modelamiento de proceso TO-BE <u>Diseño de la aplicación</u> • Diagramas de casos de uso • Diagramas de componentes • Diagramas de clases • Diagramas de secuencia

Fuente: Elaboración conjunto Proyecto FODEIN Investigación 2021-1

10.3. POBLACIÓN

De acuerdo con lo establecido en el proyecto FODEIN Multicampus se seleccionó un conjunto de empresas, las cuales se encuentran ubicados en el departamento

de Boyacá para el desarrollo del proyecto de investigación, de acuerdo con lo establecido; Sin embargo solo se trabajó con La Posada Ecoturística Villa Rouse, debido a que colaboró en todo el proceso y permitió que el proyecto se basará en la Posada Ecoturística específicamente.

Tabla 2: Población.

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	DIRECCIÓN DE LA EMPRESA	MUNICIPIO DE DOMICILIO DE LA EMPRESA
Leidy Yohana Ramos Rojas	Vereda El Volcán De Paipa	Boyacá
Libélula Cabaña & Glamping	Callejuela 10 Vereda La Trinidad	Duitama
Hotel-Fundación Casa Museo La Posada Del Molino	Carrera 3 No. 7-51	El Cocuy
Hostal El Caminante De El Cocuy	Carrera. 4#7-30	El Cocuy
Hostal Cocoy	Carrera 5 N 9-37	El Cocuy
Refugio Vida Nativa	Km 9 Vía Sogamoso - Iza Vereda Gotua	Firavitoba
Posada Ecoturística Villa Rouse Sas	Vereda Hatillo Y Socha Km 5,4 Vía A Santa Sofía	Gachantivá
Cabañas Peña Blanca	Vereda El Tabor	Güicán
Vittorio Hotel	Cl 8 6 26	Jenesano
Spa Posada 4 Esquinas	Calle 6 4 -09	La Uvita

Villa De Libertad Df	Pantano De Vargas	Paipa
Hipermercado R&R	Carrera 3 No. 2 - 42	Pisba
Hotel Portón De Los Jeroglíficos	Km 1.5 Vía Ramiriquí A Viracachá	Ramiriquí
El Edén De Guayas Hotel Y Restaurante	Vereda Resguardo Bajo - Sector Puente Guayas	Ramiriquí
Ubalдино Casas Castillo	Vereda La Candelaria	Ráquira
Posada San Esteban	Vereda Centro	Sutamarchán
Hotel Cabañas Pedro De D Merchán	Calle 1 # 1 86	Sutamarchán
Casa Del Viejo Territorio Muisca	Vereda Ruche Kilómetro 4.5	Tibaná
Hotel Zaguán De La Rueda	Cra. 2 #4-34	Tinjacá
Hospedaje Villa De Piedra	Vereda Providencia Lote El Tesoro	Tinjacá
Hotel Santa Elena Norte	Calle 54 # 6-20	Tunja
Angela Marcela Mancipe Abril	Ventaquemada	Ventaquemada
Hotel Santa Viviana	Diagonal 8 # 12a 76	Villa De Leyva
Posada Rural Casa Del Aire	Vereda Centro Rural. Sector Llano Largo	Zetaquirá

11. PRESUPUESTO

Para la elaboración del proyecto se estipula el siguiente presupuesto de acuerdo con las actividades a realizar.

Tabla 3: Presupuesto.

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN	UNIDADES	COSTO POR PERSONA
Equipo	Computador	1	\$ 1'800,000
Conexión a Internet	Plan Claro	1	\$ 120.000
Investigadora	Honorarios	1	\$ 380.000
Tutor	Honorarios tutor 1 hora semanal x 8 meses	1	\$ 60.000
Mantenimiento de equipos	Actualización del computador hardware o software	1	\$ 380.000
Total	-	-	\$ 2'740.000

Fuente: Propia

12. CRONOGRAMA

Tabla 4: Cronograma.

OBJETIVOS DEL PROYECTO	ACTIVIDAD	JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Definir y documentar el modelo de negocio de alojamiento y hospedaje en el marco de la integración en red de servicios de alojamiento y hospedaje.	Encuentro con los empresarios																
	Revisión Literaria																
	MODELO DE NEGOCIO ACTUAL																
	1. Descripción verbal																
	2. Tesis de Negocio																
	1. Tipo de Modelo de negocio																
	2. Propuesta de Valor																
	3. Misión y valores fundamentales																
	4. Creación de valor y actividades básicas																
	5. Modelo de ingresos																
6. Modelo organizacional																	
Definir y documentar los procesos de negocio que el encadenamiento productivo los pequeños establecimientos de alojamiento y hospedaje del departamento de Boyacá	PROCESO DE NEGOCIO PARA LA TRANSFORMACIÓN																
	1. Descripción del proceso																
	1. Descripción TASCOI del proceso																
	2. Mapa de requerimientos																
	3. Mapa de procesos																
	4. RASI																
	5. Procedimientos																
	6. Plan de control																
	7. Indicadores																
8. Matriz de riesgo																	

[illegible]

13. MODELO DEL NEGOCIO.

13.1. DESCRIPCIÓN VERBAL.

Para el desarrollo del proyecto de acuerdo con las empresas que se encuentran vinculadas al proyecto FODEIN, se escogió la posada Ecoturística Villa Rouse, gracias a la colaboración e interés en el proyecto.

La posada Ecoturística Villa Rouse SAS está ubicada en el municipio de Gachantivá, el cual limita con Villa de Leyva, Arcabuco y Moniquirá, es un alojamiento rural que conecta el paisaje natural con la tranquilidad y las tradiciones del territorio. El hospedaje proporciona experiencias inolvidables que permite despertar en una mañana de concierto con el canto de las aves en cualquiera de las tres áreas de albergue: la habitación “Té verde” para dos personas, la cabaña “Flor de Jamaica” para seis personas y la cabaña “Bugambil” para tres personas, que están inspiradas en el descanso, la tranquilidad y armonía que ofrece el campo. Además, la Posada ofrece exquisitos platos propios de la gastronomía boyacense de los cuales el hotel incluye el desayuno típico personalizado de acuerdo con las condiciones del usuario. También, brinda otros servicios como seguro hotelero, parqueadero, Wi-fi, áreas sociales, BBQ y parque infantil. Adicionalmente, el alojamiento ofrece diversas actividades como Talleres de Amasijos ancestrales, avistamiento de aves, SPA campestre y otros atractivos naturales que orientan al usuario a vivir una mejor experiencia [39]

14. TESIS DE NEGOCIO

14.1. TIPO DE MODELO DE NEGOCIO

Posada Ecoturístico Villa Rouse SAS cuenta con un modelo de negocio Bricks and Clicks que consiste en la combinación entre la tienda física y la venta de un producto o servicio online, permitiendo la venta de servicios asociados con mayor atracción debido a que sus clientes requieren de una venta en tienda física que en este caso son las instalaciones del hotel, pero también la venta en tienda online por medio de su página web. Este busca satisfacer no solo las necesidades de alojamiento y hospedaje sino también satisfacer las necesidades vivenciales de los clientes. Es decir, que su modelo de negocio no es vender alojamiento sino vender momentos y experiencias mediante actividades vivenciales, talleres demostrativos, sitios naturales y bienes culturales. Por lo tanto, este negocio está dirigido a consumidores turísticos nacionales e internacionales que cuentan con la facilidad para la adquisición de estos servicios.

Tabla 5: SIPOC. Modelo Actual.

S	I	P	O	C
PROVEEDORES	ENTRADAS	PROCESOS	SALIDAS	CLIENTES
Cliente	Necesidades del cliente Requerimientos del cliente	1 Proceso de mercadeo 2 Proceso de reserva 3 Proceso de alistamiento	Perfil del cliente	Cliente, turista
Agencias de Viajes	Prestación de servicios	4 Proceso de ingreso	Ofertas de servicios	Turista de agencia, operador turístico,
Operadores Sitios Naturales		5 Proceso de hospedaje	Estímulo	

Operadores Experiencias Vivenciales		6	Proceso de egreso	de la experiencia y emociones del cliente	Cliente, Turista
		7	Proceso de alimentación		
Operadores Atractivos Históricos Culturales		8	Proceso de recreación		
		9	Proceso de servicio postventa		

Fuente: Elaboración conjunto Proyecto FODEIN Investigación 2021-1

14.2. PROPUESTA DE VALOR

El turismo se mueve bajo un impulso permanente y constante de conocer cosas y lugares nuevos, de compartir experiencias y salir de la rutina. En la actualidad, hay dos tendencias que ofrecen grandes oportunidades a esta realidad. La primera tiene que ver con el deseo de reconectar con la naturaleza y espacios abiertos, la segunda con la voluntad de pasar unas vacaciones con un servicio de lujo a un precio cerrado.

En el caso de Villa Rouse se maneja una propuesta de valor muy particular enfocada a cada tipo de cliente y que busca satisfacer todas las expectativas basadas en las emociones que las personas quieren experimentar durante la estadía. Por lo tanto, es importante conocer muy bien qué es lo que emociona al cliente y cuáles son las emociones que quiere percibir, a partir de esto serán satisfechas las necesidades a través de los recursos con los que cuenta el hotel, ofreciendo actividades que se ajusten al perfil del cliente y a lo que busca.



Ilustración 4: Propuesta Valor.

Fuente: Elaboración conjunto Proyecto FODEIN Investigación 2021-1.

14.3. MISIÓN Y VALORES FUNDAMENTALES

Es una opción de alojamiento que contribuye al medio ambiente ya que aprovechan en gran manera el entorno mediante la conservación rural, por medio de las actividades que se realizan en la naturaleza, llevando a cada persona a tener en claro que todos pueden ayudar mediante grandes o pequeñas acciones para la conservación del medio ambiente. Esto es posible mediante el trabajo local para brindar apoyo o mediante el reciclaje de las cáscaras de vegetales de la cocina, La finalidad de todo esto es concientizar a las personas a dejar un legado de que todos pueden ayudar a mejorar o a no dejar perder los recursos que nos quedan [40].

14.4. CREACIÓN DE VALORES Y ACTIVIDADES.

La Posada Ecoturística Villa Rouse, situada en el corazón del altiplano cundiboyacense, brinda un servicio de alojamiento que trae armonía y plenitud a sus clientes, debido a que está rodeada de paisajes encantadores y atractivos

naturales. De esta forma, los visitantes logran un acercamiento a la geografía silvestre y a vivencias extraordinarias que solo la vida rural del Boyacá profundo puede ofrecer.

Recíprocamente, Villa Rouse está comprometida con el cuidado de la fauna y la flora de la región, mediante la reintroducción de especies en peligro de extinción, el reciclaje y la producción de abono orgánico; logrando así, la conservación y prolongación de la vida silvestre al tiempo que refuerza la experiencia de los huéspedes. [39] Ver Anexo 1.

Para visualizar de una mejor forma, dar Click: [ACTIVIDADES BÁSICAS.](#)

15. PROCESO DE NEGOCIO PARA LA TRANSFORMACIÓN

15.1. TASCOI

El TASCOI es una herramienta que se utiliza para la explicación de la identidad de la posada Villa Rouse, identificando las partes que se ven involucradas dentro de los procesos, para lograr la identificación de los actores involucrados dentro del proceso mediante la descripción de la transformación del proceso. [1].

Transformación: Prestación de servicios de alojamiento, hospedaje y experiencias vivenciales de Posada Ecoturística Villa Rouse y prestación de servicios rurales, naturales, histórico-culturales y experiencias vivenciales de prestadores para turistas nacionales e internacionales.

Actores: Posada Ecoturística Villa Rouse y los prestadores de servicios ubicados en el departamento de Boyacá.

Suministros o Proveedores: Gobierno y secretaria de turismo de Boyacá, entidades de educación superior, empresas o personas que suministran alimentos, recursos físicos, artesanías, servicios públicos y demás.

Clientes o Usuarios: Consumidores nacionales e internacionales que están interesados en adquirir un servicio de alojamiento y hospedaje en el departamento de Boyacá con preferencia en viajes cortos para turismo y recreación.

Owners o Dueños: Gerente o administradora de Posada Ecoturística Villa Rouse y Prestadores de servicios en Boyacá que cuenta con un registro ante la cámara de comercio del departamento que estén dispuestos a implementar una transformación digital.

Intervinientes: Ministerio de comercio, industria y turismo; secretaría de turismo departamental junto con los consejos provinciales de turismo, alcaldías y gobernación de Boyacá, entidades de salud local y territorial, entidades de formación para el trabajo y educación superior.

15.2. MAPA DE REQUERIMIENTOS

En el mapa de requerimientos para la integración de operadores se analizaron las necesidades, expectativas y especificaciones de los requerimientos durante el proceso de alojamiento y actividades turísticas. Se establecieron los requerimientos de los clientes que quieran vivir la experiencia turística, la posada Villa Rouse, los prestadores de servicios vivenciales, naturales e histórico/cultural.

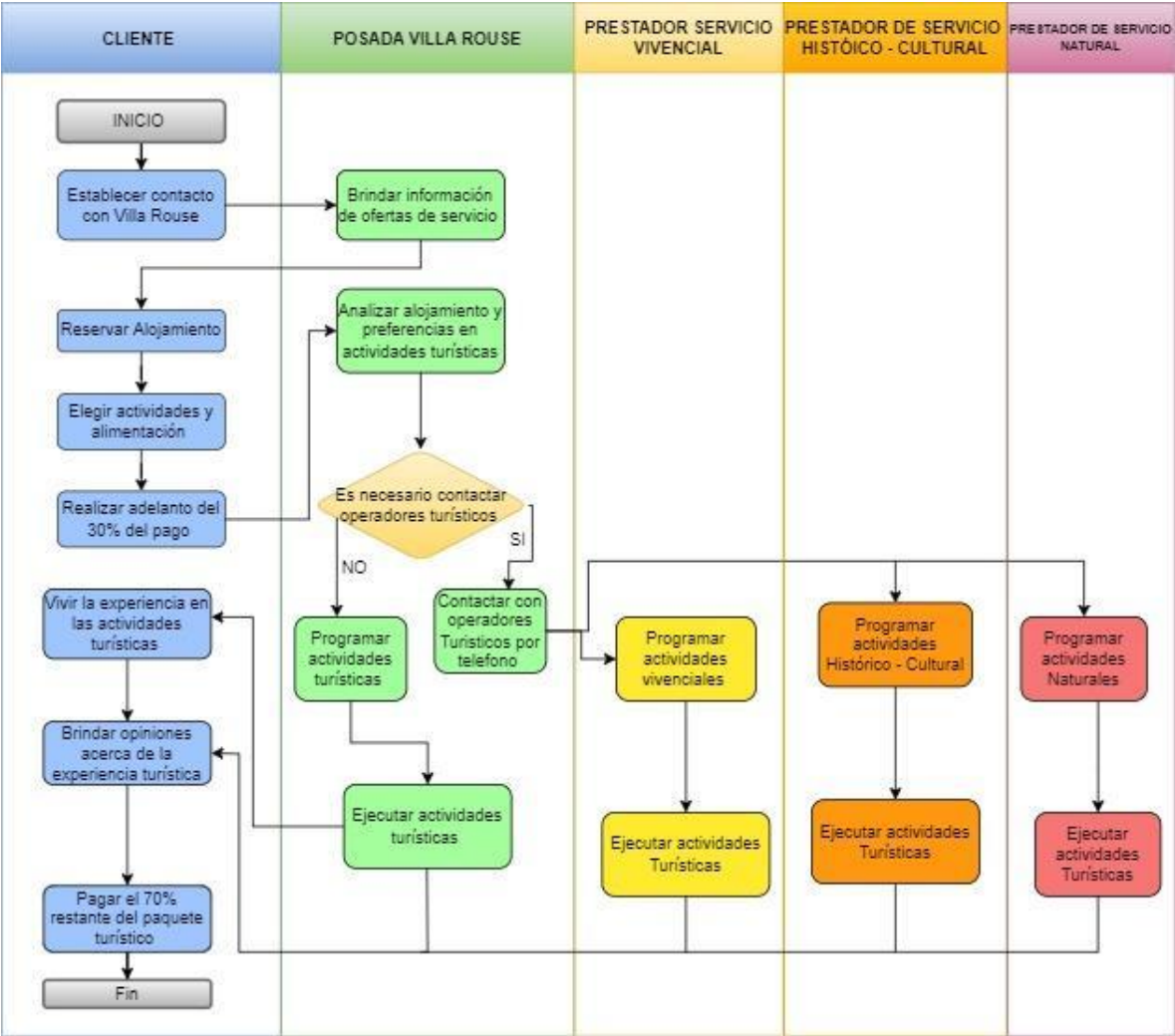
En el mapa de requerimientos se establecieron 3 clientes principales: el usuario, los prestadores de servicios turísticos y la posada Ecoturístico Villa Rouse, donde se ven reflejadas las necesidades y expectativas del requerimiento, así mismo, se especifican los apartados correspondientes a la revisión de requisitos.

Para ver a detalle el mapa de requerimientos, hacer clic en [MAPA DE REQUERIMIENTOS](#)

15.3. MAPA DE PROCESOS

En el mapa de procesos se involucraron al cliente, posada de Villa Rouse, los prestadores de servicios vivenciales, naturales e histórico/cultural. [MAPA DE PROCESOS](#).

Ilustración 5: Mapa de Procesos.



Fuente: Elaboración conjunto Proyecto FODEIN Investigación 2021-1.

15.4. RASI

La matriz RASI se realizó de acuerdo con cada tipo de atractivo que en este caso son: Atractivos naturales, Atractivos de Experiencias Vivenciales y Atractivos Histórico-Culturales y de acuerdo con cada atractivo que estuviera dentro de estas categorías. Por otra parte, los roles que hacen parte son el hotel, el turista y/o cliente y los prestadores de servicio. Para tener acceso al formato de la matriz dar clic en [Matriz RASI](#). De acuerdo con esto, se presentan 7 convenciones de los roles que

tienen cada uno de nuestros partícipes en el proceso como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 6: Convenciones RASI.

R	RESPONSABLE	S	SUPERVISOR
A	ASESOR	I	INFORMADO
R&S	RESPONSABLE Y SUPERVISOR	S&A	SUPERVISOR Y ASESOR
S&I	SUPERVISOR E INFORMADO		

Fuente: Elaboración conjunto Proyecto FODEIN Investigación 2021-1

La matriz RASI se realizó de acuerdo con la documentación implementada durante el proceso que en este caso es:

1. Proceso de identificación de las emociones.
2. Proceso de caracterización de las emociones.
3. Proceso de construcción de método de evaluación.
4. Proceso de evaluación directa con los clientes.
5. Proceso de análisis de datos recopilados.

Tabla 7: Matriz RASI documentación

PROCESOS	ACTIVIDAD	ROLES		
		Hote I	Turista y/o Cliente	Prestadores del servicio
Medición de la experiencia turística	Matriz de atractivos turísticos (uso de la rueda de emociones)	R&S	I	A
	Matriz de caracterización de emociones	R&S	I	I

	Modelo de evaluación	R&S	I	A
	Customer Journey Map	R&S	I	I

Fuente: Elaboración conjunto Proyecto FODEIN Investigación 2021-1

15.5. PROCEDIMIENTOS

Existen 4 procedimientos dentro del proceso de alojamiento de un hotel como se muestran en las siguientes ilustraciones.

Dar Click para visualizar: [Procedimiento de Contacto.](#)

El contacto que se genera entre el cliente y el turista es un aspecto primordial, ya que es la segunda imagen que tiene el cliente del sitio, y las expectativas que se tienen de los diferentes servicios que presta el hotel.

Dar Click para visualizar: [Procedimiento de reserva.](#)

El procedimiento de reserva se puede realizar por 3 canales donde después se pasa al pago por medio de dos canales y se confirma la reserva también por dos canales

Dar Click para visualizar: [Procedimiento de actividades turísticas.](#)

El procedimiento de reserva se puede realizar por 3 canales donde después se pasa al pago por medio de dos canales y se confirma la reserva también por dos canales.

Dar Click para visualizar: [Procedimiento de egreso.](#)

El procedimiento de egreso se produce cuando el cliente realiza las actividades y ya cuando se va a ir paga el 70% del total por dos medios y da una retroalimentación de las actividades realizadas.

Ver Anexo 2.

15.6. PLAN DE CONTROL

En el plan de control para la integración de operadores turísticos se analizaron los requerimientos, especificaciones del proceso, objeto de control e indicadores. Se establecieron los requerimientos de los clientes que quieran vivir la experiencia turística, la posada Villa Rouse, los prestadores de servicios vivenciales, naturales e histórico/cultural.

En el plan de control para la medición de la satisfacción del cliente se analizaron los requerimientos, especificaciones del proceso, objeto de control e indicadores. Se establecieron los requerimientos de los clientes que quieran vivir la experiencia turística, también los de la posada Villa Rouse y los prestadores de servicios turísticos.

Para ver a detalle el plan de control, hacer clic en [PLAN DE CONTROL.](#)

15.7. INDICADORES

Según el mapa de requerimientos existen 8 indicadores dentro del proceso de integración de operadores que son: - Indicador de actividades turísticas cumplidas durante el día - Check-list de elementos de bioseguridad a diario - Indicador de satisfacción del cliente - Indicador del control de talleres realizados a diario - Indicador del nivel de satisfacción del servicio de los talleres vivenciales.- Indicador de los lugares más visitados - Control de la programación de los itinerarios diarios - Control de desempeño de los profesionales.

De estos indicadores hay algunos que son la misma fórmula, pero son utilizados en las diferentes experiencias que proporcionan tanto el hotel como los prestadores de servicios como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 8: Indicadores V1

INDICADOR GENERAL	INDICADOR AL QUE TAMBIÉN SE PUEDE APLICAR
Indicador de actividades turísticas cumplidas durante el día	Indicador del control de talleres realizados a diario Control de la programación de los itinerarios diarios
Indicador de satisfacción del cliente	Indicador del nivel de satisfacción del servicio de los talleres vivenciales

Hay otros indicadores que son únicos durante el proceso y otros que no se pueden realizar mediante una fórmula, pero sí se pueden realizar mediante análisis de gráficos desde la base de datos como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 9: Indicadores V2.

INDICADOR ÚNICO	INDICADOR POR ANÁLISIS DE GRÁFICOS
Check-list de elementos de bioseguridad a diario	Indicador de los lugares más visitados
Control de desempeño de los profesionales.	

Tabla 8: Indicadores V2

De acuerdo con esto. para ver los indicadores generales y únicos dar clic en [INDICADORES](#)

Ver Anexo

Adicionalmente Según el mapa de requerimientos existen 2 indicadores dentro del proceso de medición de la experiencia turística: - Indicador de planes turísticos seleccionados por los usuarios y Customer Journey Map.

Tabla 10: Indicadores

Descripción	Indicadores
Usuario: A partir del requerimiento identificado, se estableció un indicador que permite al responsable hacer seguimiento al proceso de selección del plan turístico por parte del cliente.	Promedio de los resultados de las evaluaciones de las emociones presentes en los planes de la experiencia turística
Prestadores Turísticos y Posada Villa Rouse: El indicador establecido para los dos clientes es el mismo ya que pretende hacer seguimiento a la satisfacción emocional del usuario	Resultados positivos o negativos según los arrojados por la herramienta digital que se desarrollará: Customer Journey Map.

15.8. MATRIZ DE RIESGO

El análisis de riesgos del proceso estuvo basado en el modelo del Consejo de Auditoría Interna del Gobierno Chileno, cuyo enfoque es una adaptación de la Norma Chilena de Gestión de Riesgos NCh-ISO 31000:2012; y tiene en cuenta, además de los riesgos asociados a cada actividad del proceso, los controles aplicados a estos, para finalmente darles una calificación y clasificación.

La matriz se puede visualizar en el siguiente enlace: [MATRIZ DE RIESGOS.](#)

15.9. CARACTERIZACIÓN

La caracterización del proceso de integración de operadores se basa en el ciclo PHVA (Planear, Hacer, Verificar y Actuar) y se especifican cuáles son las actividades que hay en cada una de estas etapas.

Tabla 11: Caracterización integración de operadores.

CARACTERIZACIÓN PROCESO DE INTEGRACIÓN DE OPERADORES				
PROCESO	Alojamiento			
RESPONSABLE	Administrador del Hotel			
OBJETIVO	Gestionar el proceso de preventa, venta y postventa mediante la identificación de necesidades turísticas, negociación y prestación del servicio, buscando la satisfacción del cliente en calidad y servicio.			
S	I	P	O	C
PROVEEDORES	ENTRADAS	PROCESOS	SALIDAS	CLIENTES
Cliente	Necesidades del cliente Requerimientos del cliente	Planear: En esta etapa hace parte la fase de preventa que contiene actividades de establecer contacto con el cliente, brindar información, conocer las necesidades del cliente, realizar reserva y seleccionar actividades turísticas Hacer: En esta etapa hace parte la fase de venta que contiene actividades de	Perfil del cliente	Cliente, turista
Agencias de Viajes	Prestación de servicios		Ofertas de servicios	Turista de agencia, operador turístico, Cliente, Turista
Operadores Sitios Naturales			Estímulo de la experiencia y emoción	
Operadores Experiencias Vivenciales				

Operadores Atractivos Históricos Culturales		recibir anticipo del pago, analizar preferencias turísticas, contactar con operadores y programar actividades turísticas. Verificar: En esta etapa hace parte la fase de venta que contiene actividades de recibir anticipo del pago, analizar preferencias turísticas, contactar con operadores y programar actividades turísticas. Actuar: En esta etapa hace parte la fase de postventa que contiene las actividades de ejecutar las actividades programadas, vivir las experiencias, completar pago y brindar retroalimentación	s del cliente	
--	--	--	------------------	--

Fuente: Elaboración conjunto Proyecto FODEIN Investigación 2021-1.

16. SITUACIÓN ACTUAL

16.1 MODELAMIENTO DEL PROCESO (AS – IS)

Para la integración de operadores turísticos se tuvo en cuenta el siguiente modelo con la Posada Ecoturística.

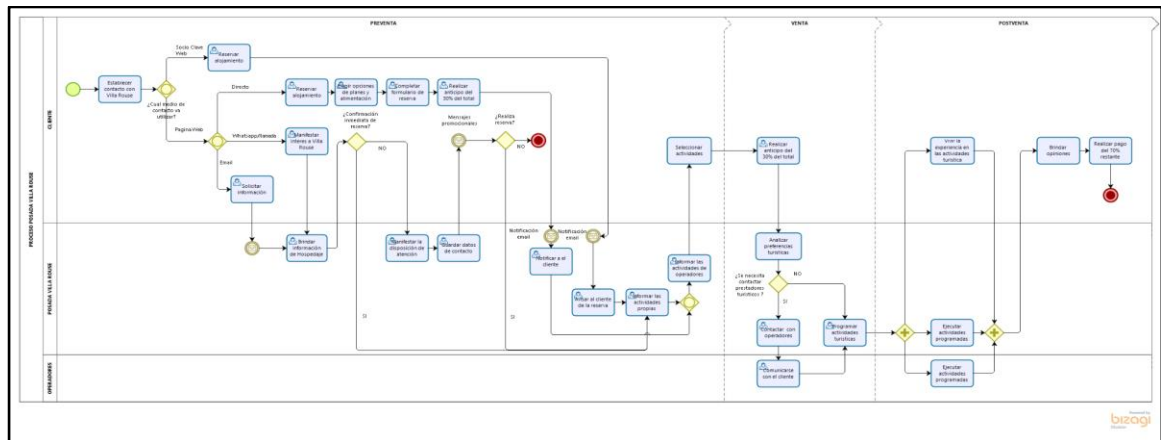


Ilustración 6: Modelamiento de procesos AS - IS Posada Villa Rouse.

Fuente: Elaboración conjunto Proyecto FODEIN Investigación 2021-1.

Para poder visualizar el modelo completo con mejor calidad, dar Clic: [AS - IS](#).

16.2 PATRONES DE PROCESO DE NEGOCIO

Los patrones identificados en la Posada Ecoturística Villa Rouse que se brindan a los clientes para el servicio son: 1. Hospedaje tradicional. 2. El realizar actividades que generen experiencias en los turistas como el Taller de Amasijos Ancestrales, Avistamiento de Aves, conocer la cueva y la cascada el Hayal, entre otros lugares. 3. Relajación mediante Sauna, Baño turco y jacuzzi.

16.3 PROBLEMAS U OPORTUNIDAD IDENTIFICADA

El sistema no cuenta con una herramienta que acerque a los clientes a las experiencias turísticas basadas en sus emociones que brinda el hotel y los prestadores externos. Asimismo, no cuenta con una estructura que integre a los

prestadores de servicio, produciendo pérdidas de ventas y poca fidelización de clientes.

Así mismo se observan unas oportunidades que se presenta en la Posada, en consecuencia de la pandemia, actualmente los turistas buscan posada en las zonas rurales en donde sientan mayor seguridad debido a que cuentan con todos los protocolos de seguridad y adicionalmente cuentan con espacios al aire libre. De la misma forma el valor patrimonial del destino logra ser un incentivo para los turistas vivir una experiencia inolvidable.

17. PROPUESTA DE REDISEÑO

17.1. DECLARACIÓN DE LA PROPUESTA DE TRANSFORMACIÓN DE PROCESO DE NEGOCIO.

Para la propuesta de rediseño se tiene en cuenta una transformación pretendida, en donde se analizan la problemática buscando las oportunidades en los prestadores turísticos.

Tabla 12: Amenazas y Oportunidades.

ANÁLISIS DE PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES				
MATRIZ DE PROBLEMAS, OPORTUNIDADES, OBJETIVOS Y RESTRICCIONES				
ANÁLISIS CAUSA-EFECTO			OBJETIVOS DE DISEÑO	
PROBLEMA	EFFECTOS	CAUSAS	OBJETIVO DE MEJORA	RESTRICCIÓN
Los clientes no cuentan con un sistema que los acerque a las experiencias turísticas de las actividades que brinda el hotel y los servicios prestados por los operadores.	Pérdidas de ventas y poca fidelización de clientes.	Falta de integración de operadores. Falta de un plan que alinea las emociones con las experiencias. Poca variedad de canales de comunicación	Contar con una arquitectura de negocio que tenga en cuenta las expectativas de los consumidores al momento de reservar y abra la posibilidad de comunicación con los mismos a través de diversos canales.	La posición geográfica actual presenta baja conectividad, así mismo la infraestructura tecnológica (ordenadores, teléfonos inteligentes, etc.) de los prestadores de servicios es débil.

Fuente: Elaboración conjunto Proyecto FODEIN Investigación 2021-1.

17.1.1. Variación de la tesis de negocio

Se pretende pasar de un modelo bricks and clicks a un modelo macro de economía compartida donde por medio de los buscadores, que serían los consumidores turísticos, a través de la plataforma de Villa Rouse se pueden acceder a los clientes que en este caso serían los Operadores de prestación de servicios y un modelo micro de negocio colectivo donde por medio de la integración de los operadores de

prestación de servicios turísticos se juntan recursos en un emprendimiento, que en este caso es Villa Rouse para obtener una ampliación de resultados.

17.1.2. Alcance de rediseño

Al terminar el proyecto se contará con un sistema web y una nueva arquitectura empresarial a partir de los requerimientos establecidos por el cliente que servirá para vincularlo con la experiencia por medio de la integración de operadores. De esta manera, el cliente contará con múltiples opciones para comunicarse y seleccionar la experiencia que más se ajuste con sus expectativas y deseos.

17.2. DISEÑO DEL PROCESO MODIFICADO

17.2.1. Análisis de requerimiento

En el análisis de requerimientos para la integración de operadores turísticos, utilizamos la herramienta conocida como las 3C's (Card, Conversation and Confirmation), donde analizamos las historias de clientes que quieran vivir la experiencia turística, la posada Villa Rouse, los prestadores de servicios vivenciales, naturales e histórico/cultural.

Para ver a detalle la historia de usuario, hacer clic en [HISTORIA DE USUARIO.](#)

17.2.2. Modelamiento de procesos

El modelo TO-BE se basa en la parte operativa de la integración de operadores en los hoteles donde en primer lugar el cliente se acercará a la experiencia, selecciona esta experiencia, después hace el proceso de alojamiento y reservas para proceder al pago donde se realiza una coordinación para programación de actividades turísticas con operadores como se muestra en la figura. Dar clic para acceder al [TO - BE.](#)

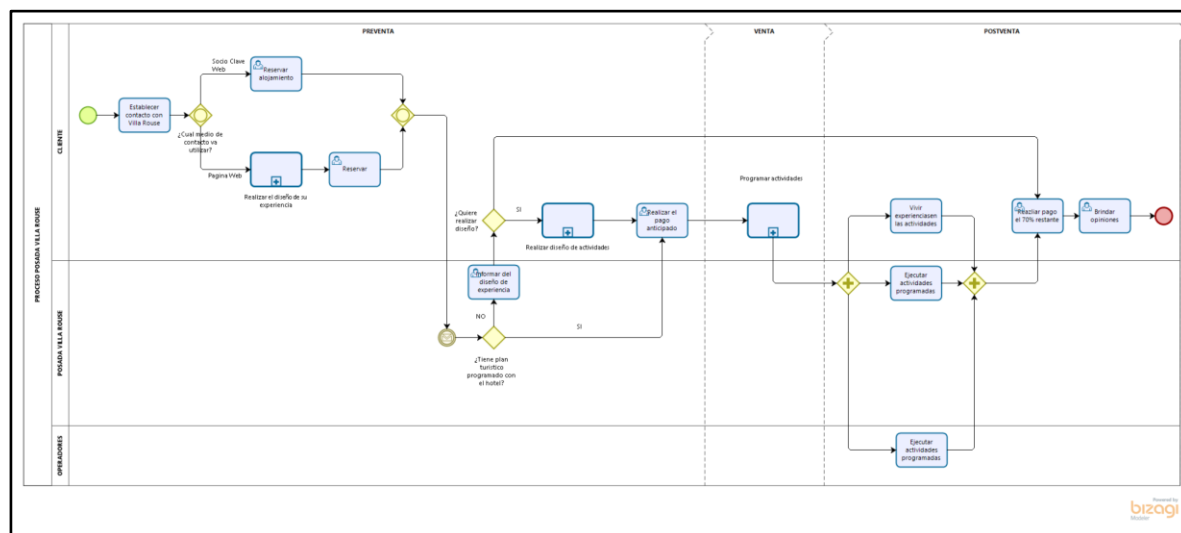


Ilustración 7: Modelo TO-BE Posada Ecoturística Villa Rouse.

Fuente: Elaboración conjunto Proyecto FODEIN Investigación 2021-1

Para acercar al cliente a la experiencia turística, se implementa el diseño de un plan turístico donde el turista de acuerdo con sus emociones va respondiendo a las preguntas diseñando su plan y el programa verifica disponibilidad tanto de actividades del hotel y prestadores de servicio como alojamiento para no ilusionar al cliente con algo que no se puede prestar sino con actividades que estén acordes a lo que él quiere en sus fechas preferidas como se muestra en la figura. Dar clic en [Subproceso Diseño de Plan Turístico](#).

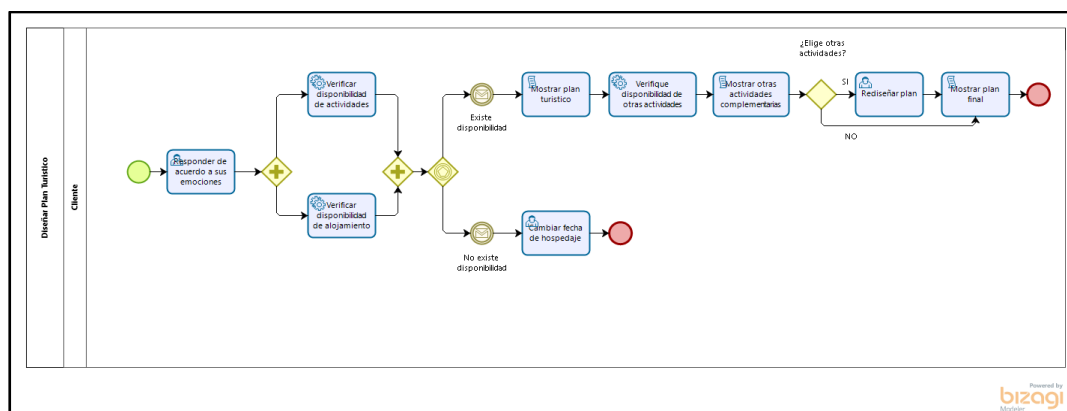


Ilustración 8: Modelo TO-BE: Diseño de plan turístico Posada Ecoturística Villa Rouse

Fuente: Elaboración conjunto Proyecto FODEIN Investigación 2021-1.

Existe la posibilidad de que clientes se comuniquen y realicen reserva a través de socios claves terceros como booking, expedia, etc. Se presenta la cuestión de que ellos reservan alojamiento más no actividades. Para este caso, el sistema tendrá una segunda visualización o entrada en donde las personas no pasan a diseñar el plan turístico sino solo el diseño de actividades de acuerdo con sus emociones y realizar sus reservas correspondientes como se muestra en la figura.

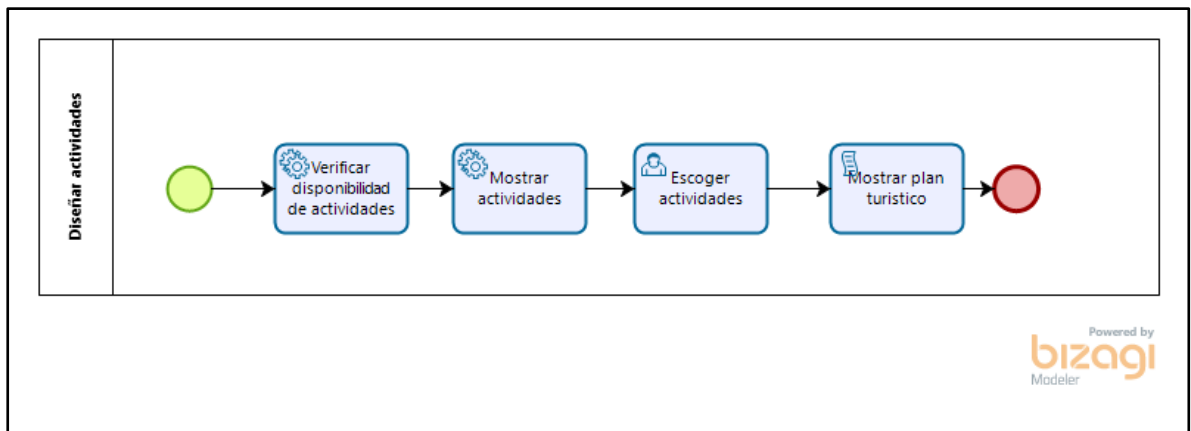


Ilustración 9: Modelo TO-BE: Diseño de actividades Posada Ecoturístico Villa Rouse.

Fuente: Elaboración conjunto Proyecto FODEIN Investigación 2021-1

Ya independientemente del medio por el cual se comuniquen, después de realizar el pago y si realizan el plan turístico o diseñan las actividades, se programan las actividades donde automáticamente el sistema programará el itinerario turístico el cual será mostrado a los turistas de acuerdo con la verificación de disponibilidad elaborada anteriormente como se muestra.

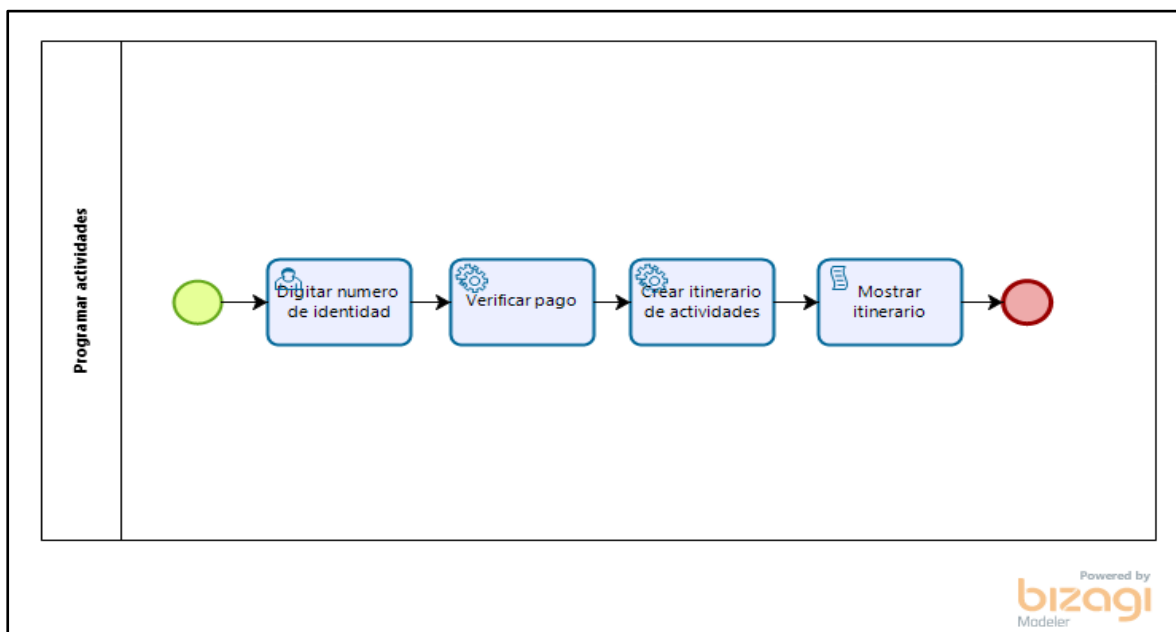


Ilustración 10: Modelo TO-BE: Programar actividades Posada Ecoturístico Villa Rouse.

Fuente: Elaboración conjunto Proyecto FODEIN Investigación 2021-1.

De esta manera finaliza toda la parte operacional del sistema a implementar que llevará al turista a vivir su experiencia favorita.

A continuación se observa en el diagrama BPM, en donde se realiza una síntesis de los procesos que se realizan en la Posada Villa Rouse, en donde se evidencia la ruta de desarrollo de los principales procesos. Dar Click para visualizar La [Ruta de procesos Posada Villa Rouse](#)

18. PLAN DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL.

Para lograr implementar la transformación digital en los procesos de la Posada Ecoturística relacionados con el encadenamiento productivo de las pymes de alojamiento y hospedaje. Basado en El Plan De Transformación Digital del Ministerio De Tecnología de la Información y Comunicaciones de Colombia (MinTIC).

18.1. MISIÓN.

Fortalecer la implementación y evaluación de las capacidades digitales, al prestar un excelente servicio de calidad en alojamiento y hospedaje en el departamento de Boyacá, con la finalidad de cumplir con las necesidades del cliente por medio del aprovechamiento y la conservación como una pieza fundamental de la filosofía de conservar la tierra, la vida silvestre y las personas, al tomar menos y dar más a través de acciones grandes y pequeñas.

18.2. VISIÓN.

Para el 2023, Posada Villa Rouse será reconocido como un referente en la implementación de la Tecnología en el sector de Hotelería y Turismo mediante el desarrollo de iniciativas que aporten a la Transformación Digital, siendo un referente en el aprovechamiento de los recursos naturales y actividades para la determinación de decisiones basadas en experiencias y vivencias que aportan al sector turístico, mejorando la eficiencia y la calidad del servicio aportando a un turismo sostenible. De acuerdo con lo mencionado anteriormente, el 70% de los servicios tendrá una implementación elementos tecnológicos como respuestas automatizadas conocido como Chatbots, y estar en sintonía con los elementos de la transformación digital y de la Ingeniería 4.0, la plataforma de Gestión de procesos de Negocios (BPMS), la toma de decisiones basadas en las herramientas.

18.3. OBJETIVOS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

1. Implementar las herramientas de Industria 4.0 y la Gestión Digital para generar una mejora continua eficiente, optimizando los recursos, para lograr que el cliente tenga una experiencia por parte del servicio hotelero y turístico.
2. Realizar un Análisis de impacto de las tecnologías para el incremento empresarial y turístico que se genera por parte de los operadores turísticos y los servicios que brindan.
3. Realizar una estrategia para la implementación de TI como base al apoyo cultural que la empresa necesita para las actividades que se llevan a cabo a diario por parte de los actores de la empresa, para el cumplimiento de los objetivos.

18.4. ESTRATEGIA PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Para lograr la implementación de la transformación digital en La Posada Ecoturística es fundamental establecer tres estrategias que permitirá fomentar la cultura y los valores a través del manejo de la tecnología, beneficiando la digitalización de los procesos ya que permite una inmersión en el mundo digital y evita que los riesgos inherentes sean un impedimento para darse a conocer a personas que se encuentren interesadas en adquirir el servicio.

Las tres estrategias que se implementarán para el inicio de la transformación digital en la Posada Ecoturística Villa Rouse son las siguientes:

1. Aprendizaje: Es importante fortalecer los conocimientos y las herramientas de las nuevas tecnologías, para que se desarrollen las funciones y los procesos en su totalidad con buenos resultados.
2. Innovación: Incrementar en el personal la innovación en los diferentes procesos, en donde los cambios de la era digital son constantes.

3. Prestigio: El crear vínculos para permitir un encadenamiento productivo con los operadores para dar a conocer los servicios que se ofrecen de forma integral generando buena imagen al prestar los servicios.

De acuerdo con lo anterior es importante la tecnología para lograr la transformación e innovación para avanzar y ser una empresa que ofrezca servicios eficientemente.

18.5. EQUIPO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Para el equipo de transformación digital se cuenta principalmente con la Posada Ecoturística Villa Rouse y su representante

Tabla 13: Equipo de Transformación Posada Villa Rouse.

POSADA ECOTURISTICA VILLA ROUSE	
Myriam Roció Guerrero Reina	Administradora

Fuente: Proyecto FODEIN Investigación 2021-1.

Adicionalmente se cuenta con tres tipos de operadores con sus respectivos atractivos naturales con su respectivo representante que sería en este caso el operador se muestran a continuación:

Tabla 14: Equipo de Operadores Turísticos Atractivo Natural.

OPERADORES TURÍSTICO ATRACTIVO NATURAL	
Atractivo Natural	Nombre del Operador
Cascada de las Golondrinas	Lugar Público
Cascada el Hayal	Jairo Sáenz
Cascada la Honda	Henry Peña
Laguna de las Coloradas	Jorge Rozo
Cascada Los Tucanes	
Cascada Natural La Periquera	
Cañón del Río Moniquirá	
Serranía El Peligro	

Fuente: Proyecto FODEIN Investigación 2021-1.

Tabla 15: Equipo de Operadores Turísticos Experiencia Vivencial.

OPERADORES TURÍSTICO EXPERIENCIA VIVENCIAL	
Experiencia Vivencial	Nombre del Operador
Finca Los Aguacos	Martha Nieto
Eco aldea Cochahuaira	Eco aldea Cochahuaira
Taller de Amasijos Ancestrales	Myriam Rocío Guerrero Reina
Taller de Avistamiento de Aves	
Taller de Tagua en Tinjacá	Agencia de Viajes Camino Rural SAS
Taller de Barro en Ráquira	
Taller de Ordeño y Lana	Dionisia Forero

Fuente: Proyecto FODEIN Investigación 2021-1.

Tabla 16: Equipo de Operadores Turísticos Histórico - Cultural.

OPERADORES TURÍSTICOS HISTÓRICO - CULTURAL	
Atractivo Histórico – Cultural	Nombre del Operador
Museo Molino la Primavera	Danilo Rodríguez
Ruta Acuña	Agencia de Viajes Camino Rural SAS
Observatorio Astronómico Zaquencipa	Lina
Vueltas de Tiparuco	Elkin Forero (Poeta Boyaco)
Puente de Mataredonda	
Poeta Boyaco	
Parque Principal, Busto de Juan José Neira, Mapa de Colombia, Pila de los Ángeles, el Cepo y Sagrado Corazón al ingreso del Municipio, casas de patrimonio en el perímetro urbano, cementerio	

Fuente: Proyecto FODEIN Investigación 2021-1

18.6. ESTADO ACTUAL

Para evaluar Cuál es el estado actual de la posada ecoturística Villa Rouse por parte de tres actores fundamentales los cuales son: Los procesos, Las personas involucradas y La tecnología; Por lo cual se identificaron las brechas de cada una de estas.

18.6.1. Brecha Persona y Cultura Digital

Se considera una brecha fundamental debido a que contribuye plenamente a la productividad y competitividad de la empresa permitiendo un fortalecimiento en la cadena de valor, mediante el encadenamiento productivo o redes de asociatividad

y cooperación de los diferentes operadores turísticos y la posada, para lograr disminuir la falta demanda de los empresarios e incrementar los ingresos.

Para lograr trabajar en este aspecto es primordial que tanto los actores directos e indirectos, se centren en el manejo de las capacidades que les permita un desarrollo en los procesos y las relaciones que tengan con el cliente y los operadores. Para ello es elemental trabajar con las siguientes brechas identificadas:

Tabla 17:Brecha Persona y Cultura Digital

NÚMERAL	BRECHAS
1	Es necesario tener una estrategia con plataformas, con el propósito de reforzar las habilidades blandas y duras motivando a todos para lograr un fortalecimiento empresarial. Habilidades Blandas: Trabajo colaborativo, Comunicación asertiva, Liderazgo, aceptación de sugerencias y críticas acertadas para una mejora continua e implementar formas de trabajo que vayan en contexto con la sociedad.
2	Para lograr la Transformación Digital es primordial establecer la estrategia para el uso apropiarse de la tecnología consolidando los recursos tecnológicos y digitales entre cada uno de los participantes y los nuevos encadenamientos productivos que se generen.
3	Para ir de la mano con el avance tecnológico y estar atentos a cualquier situación que se presente es primordial contar con un Plan de Gestión del Cambio para estar preparados para los cambios y las demandas de las personas frente a tecnología emergente y la transformación digital
4	Para respaldar el Plan de Gestión del Cambio, es fundamental que se genere una comunicación asertiva entre los operadores y la entidad, para poder alcanzar los objetivos y la implementación de la transformación digital, con la finalidad de conocer el gran apoyo que brinda las tecnologías a las actividades e incluso a la demanda de estas

18.6.2. Brecha Procesos Digitales

Para los procesos digitales se identificaron los siguientes aspectos:

Tabla 18: Brechas Procesos Digitales.

NÚMERAL	BRECHAS
1	Es fundamental consolidar la digitalización en los procesos que se llevan a cabo como lo es la reservación para la gestión de datos, elección de actividades para lograr una mejora continua eficientemente, y satisfaciendo la experiencia digital y física.
2	Para lograr incrementar los niveles de eficiencia y eficacia en los procesos que se realizan, lo ideal es aprovechar al máximo la tecnología mediante la interacción de los usuarios, personas interesadas tanto internamente como externamente.
3	Fortalecer la transformación digital que se está estructurando en la entidad, buscando que se encuentren alineados con los objetivos trazados por la organización para la creación de cimientos.
4	Es fundamental conocer todos los operadores turísticos con los que se puedan contar con la finalidad de incentivar a los turistas a participar y vivir una experiencia inolvidable.

18.6.3. Brecha de Tecnología

La tecnología es una brecha fundamental para lograr optimizar y cumplir los procesos, y el incrementar las ventas del servicio, logrando como resultado una mejor interrelación entre el establecimiento y el turista. Las brechas que se identificaron fueron los siguientes:

Tabla 19: Brecha de la Tecnología.

NÚMERAL	BRECHAS
1	Es fundamental identificar las necesidades y las dificultades que se presentan en los usuarios a la hora de realizar reservas, para lograr un mayor impacto en el uso de esta.
2	Las áreas de inversión de tecnología con las que cuenta la empresa deben ser las siguientes: Marketing Digital [Optimization Web], Check – In de huésped, Reputation Management, Sistema de CRM/ Revenue Management, Soluciones de pago.
3	Principalmente se busca invertir en la tecnología para Incrementar la productividad, Aumentar la fidelización, Aumentar la experiencia que tenga el cliente, mejorar ingresos y reducir los costos.

De acuerdo con estos numerales se tiene en cuenta que la prioridad del hotel es obtener mayor presupuesto para invertir en la tecnología, en el uso de chatbots, y la implementación de la innovación abierta y la inteligencia colectiva.

18.7. ESTADO DE LA MADUREZ

De acuerdo con lo establecido en la guía de Transformación Digital se logró establecer el nivel de madurez con el que cuenta La Posada Ecoturística Villa Rouse mediante las herramientas de medición y priorización, realizado el 26 de enero de 2022. Para ello se realizó el cuestionario para la identificación de la Madurez digital.

Ver Anexo 3

Conforme con el cuestionario el nivel de madurez arrojado previamente de realizar el cuestionario para la Posada Ecoturística Villa Rouse, se puede evidenciar en Ver Anexo 3.

En la imagen se observa que Posada Villa Rouse se encuentra iniciando la transformación digital es decir que se realizan las actividades y/o procesos para lograr dicha transformación, aunque es imprescindible fortalecer el plan estratégico que lleve a la empresa a cumplir los objetivos, adicionalmente es elemental reforzar el encadenamiento productivo extendiendo la cultura digital a todos los involucrados.

18.8. MAPA DE CALOR

Como se puede observar a continuación en el mapa de calor, se incluyen los procesos claves y el responsable de la interacción de cada uno de ellos, se analiza la condición de la implementación de iniciativas para lograr una transformación digital con la finalidad de optimizar los procesos y mejorar la comunicación asertiva con el cliente.

De lo que se obtuvo el siguiente Mapa de Calor en dónde se observa los puntos críticos en el cual hay que tener precaución para un plan de mejora continua y un cumplimiento de los objetivos planteados. A continuación podemos observar el cuadro con su valor y calificación:

Tabla 20: Mapa de Calor.

MAPA DE CALOR				
Proceso	Responsable	Actividad	Valor	Calificación
Proceso de reserva de alojamiento y actividades turísticas Posada Villa Rouse.	Cliente	Establecer contacto con Villa Rouse	2	REGULAR
	Villa Rouse	Brindar información de ofertas de servicios	3	MÁS QUE REGULAR
	Cliente	Reservar alojamientos, elegir actividades y alimentación	2	REGULAR
	Cliente	Realizar adelanto de pago del 30%	5	ÓPTIMO
	Villa Rouse	Analizar preferencias de alojamientos	5	ÓPTIMO
	Villa Rouse, Prestadores de Servicio	Programar actividades turísticas	1	DEFICIENTE
	Villa Rouse, Prestadores de Servicio	Ejecutar actividades turísticas	5	ÓPTIMO
	Cliente	Brindar opiniones acerca de la experiencia turística	4	BUENO
	Cliente	Pagar 70% restante del paquete turístico	5	ÓPTIMO

Fuente:

18.9. ESTADO AL QUE QUEREMOS LLEGAR

De acuerdo con toda la información que se encuentra en el documento antes mencionada, las actividades que nos permiten llegar a la implementación de la transformación digital son las siguientes: Definición de Indicadores, la hoja de ruta y el plan para la eliminación e implementación de tecnologías emergentes.

18.9.1. Indicadores para la transformación digital y hoja de ruta de desarrollo.

Para el proyecto se tienen en cuenta los siguientes indicadores que permitirán evaluar en los siguientes años, mediante los procesos para lograr una investigación de la transformación digital. Los indicadores que se identificaron en el proyecto fueron los siguientes: Actividades turísticas cumplidas, Cumplimiento de elementos de bioseguridad, satisfacción del cliente, desempeño del hotel y los prestadores de servicio. Para tener acceso al formato de los indicadores dar clic [Indicadores](#).

A continuación se observa un mapa de ruta definido con las herramientas que inicialmente se plantean para la transformación digital para la Posada Ecoturística Villa Rouse para los próximos años, se presenta el siguiente diagrama iniciando con el año 2021 y finalizando con el 2024:

Tabla 21: Mapa de ruta de desarrollo.

	2021	2022	2023	2024
CANALES DIGITALES				
BIGDATA				
CRM				
CHATBOT				

18.9.2. Plan para eliminar barreras.

La información que se muestra a continuación se determinó de acuerdo con los impedimentos que se presentan para el cumplimiento de la transformación digital en el presente proyecto. En ella se puede analizar si puede ser algo reiterativo por eso se dispone un plan de acción para amortiguar. Ver Anexo 5.

18.9.3. Plan de gestión del cambio cultural.

Un elemento fundamental para lograr la Transformación Digital en la empresa consiste en el ambiente laboral. Es decir, que los miembros tengan una excelente actitud frente a los cambios, una comunicación asertiva, inteligencia emocional y el poder adaptarse fácilmente a un entorno que se encuentra en un cambio constante buscando implementar el trabajo colaborativo entre los operadores. Así mismo la transformación digital requiere de las personas para beneficio de la optimización de los procesos y el desarrollo de aptitudes para la asociatividad entre los operadores turísticos.

Por ello se busca implantar unos aspectos que van a lograr un cambio cultural en la empresa las cuales son:

1. Recordad que la implantación de la transformación digital no depende de la tecnología sino que también depende en su mayoría en la empresa en la forma en cómo se relaciona internamente como externamente de eso depende el éxito que se obtenga.
2. Implementar un modelo de gestión del talento enfocado en la cultura de la innovación, que busca generar una inteligencia colectiva para encontrar soluciones y modelos de negocios.
3. Por medio de la organización de los integrantes del equipo de la transformación digital se busca enfocarse en los objetivos que llevan a una innovación digital como lo es la innovación, y la creatividad para mejorar los procesos.
4. Para lograr un cambio cultural es fundamental analizar qué aspectos se pueden mejorar, en cuanto a la forma de brindar el servicio y la forma en cómo se relacionan con los clientes mediante encuestas de satisfacción y sugerencias.

18.9.4. Plan de Implementación de Tecnologías emergentes.

Actualmente la tecnología y la innovación ha tenido un gran peso en el sector del turismo debido a que la situación actual lleva a los turistas a buscar viajes que brindan experiencia, mediante la información encontrada por las redes sociales o internet por ello es importante plantear la implementación de la automatización de procesos en el sector hotelero y turístico. Teniendo presente la importancia estratégica del sector hotelero y turístico, por ende es fundamental implantar un plan de acción para lograr la integración de la transformación digital. Para ello se elabora un plan de implementación de las siguientes herramientas:

Internet de las cosas IoT: mediante asistentes virtuales que permitan la comunicación en diferentes idiomas para la comunicación entre el cliente y la Posada Villa Rouse, adicionalmente permite saber el interés que presenta el usuario de las actividades a realizar, los destinos que quiere visitar para adquirir una experiencia única. No obstante buscar ayudar al cliente a la hora de realizar el Check – in y el Check – out.

Big data: Permitirá analizar la información de las personas que se encuentren interesadas en adquirir el servicio, para la planificación de la llegada de los turistas y la realización de las actividades logrando una fidelización de las personas a un futuro mediante la experiencia que se presente a la hora de brindar el servicio. Así pues la empresa puede hacer uso de herramientas de análisis avanzados para la predicción analítica.

Cloud Computing: Esta herramienta se utilizará para favorecer a la relación entre el cliente y el servidor, ya el cliente accede al catálogo de servicios que presta la empresa y los operadores mediante el encadenamiento productivo mediante el internet en donde los clientes interactúan dejando las peticiones, felicitaciones, quejas y reclamos en donde las reciben el servidor para una mejora continua. Así mismo las herramientas en las cuales se permiten el uso de esta herramienta son: El email, Agendas y calendarios, el trabajo colaborativo, la página web.

El plan que se implementará para lograr una efectiva transformación digital será el siguiente:

Fases para la implementación tecnológica	
Participación	Identificación de las actividades básicas y las herramientas tecnológicas sé que usan en la empresa, crear capacitaciones para que el personal pueda implementar las herramientas en el proceso de alojamiento y las diferentes actividades que se realizan en conjunto con los operadores turísticos experiencias vivenciales, atractivos históricos – cultural, de relajación como spa y/o los atractivos turísticos. Para esta fase es fundamental el trabajo colaborativo para poder iniciar con la implementación del uso de las páginas en donde se promocionan los servicios a prestar con la finalidad de incrementar la productividad y generar un compromiso por parte del hotel y de los prestadores de servicios. Cuando se tenga identificado las herramientas a implementar, teniendo en cuenta, las tecnologías emergentes es fundamental formular y diseñar un plan de acción para desarrollar teniendo en cuenta la creación de relatos y eventos para incentivar a las personas a participar de ellas, mediante la tecnología.
Validación	En esta fase se realizan pruebas si efectivamente lo que se realizó anteriormente funciona o no, dado caso que no función es primordiales realizar una validación del desarrollo y planteamiento de las estrategias utilizadas y revisar en donde se encuentran las falencias, un elemento fundamental es crear grupos focales en donde den sugerencias que es lo que se llega a esperar.
Ejecución	Se realiza la implementación de cada una de las herramientas, para implementar la digitalización de la empresa, para ellos es esencial que se realice la interacción con los clientes, y se presente el portafolio de los servicios que se ofrecen, adicionalmente es ideal crear un espacio en donde se observe la opinión de los clientes satisfechos y que se opte en solucionar los inconvenientes de forma oportuna y óptima.

EVALUACIÓN CONTINUA	Es fundamental que para la implementación de la transformación digital se realice una evaluación con todos los operadores para buscar soluciones a las dificultades que se presenten así se logra una vinculación del sector y un encadenamiento productivo. Ver anexo para la evaluación.
------------------------	---

Cabe resaltar que para poder construir una implementación de tecnologías emergentes es importante la planificación de las actividades que desempeñe cada uno, de estar constantemente presentando propuestas para la mejora continua y un compromiso por parte de cada uno de los actores para incentivar el trabajo colaborativo par así lograr un encadenamiento productivo por parte de todos.

19. CONCLUSIONES

Para el proyecto de investigación se planteó como objetivo principal modelar los procesos de negocio relacionados con el encadenamiento productivo de los pequeños establecimientos de alojamiento y hospedaje del departamento de Boyacá, por ende el proyecto se basó en los procesos y actividades que ofrece la Posada Ecoturística Villa Rouse.

Para poder completar el proyecto se realizaron una serie de reuniones en donde se explicaron los diferentes procesos que se realiza en La Posada Ecoturística Villa Rouse, para ello se implementó el modelamiento de procesos desarrollando el modelo de acuerdo con los procesos actuales de la empresa y se presentó un mejor modelo en donde se evidencian los procesos de preventa en donde se establece la comunicación con la persona interesada, venta en donde se realiza el pago y la reservación y post venta que es el disfrutar el servicio en su totalidad. El modelo TO Be que se presenta, este cuenta con el encadenamiento productivo de cada uno de los operadores de acuerdo con el atractivo turístico que presten, adicionalmente se buscó la conexión de ellos para crear redes de asociatividad y cooperación permitiendo un fortalecimiento empresarial y una transformación digital.

Para la Transformación Tecnológica se permite incrementar la competitividad frente a otros lugares e incrementar la forma en cómo se llega al turista es decir, ofreciendo un excelente servicio y una experiencia que crea la necesidad de volver y repetir, dándolas a conocer mediante la tecnología, en donde se evidencia las actividades, y servicios que se ofrecen. Sin embargo esto se logra mediante la implementación de las estrategias, la capacitación necesaria para el personal y el trabajo en equipo.

En base a lo desarrollado en el presente proyecto y la aplicación en La Posada Ecoturística Villa Rouse se concluye:

La implementación de un modelamiento y mejoramiento de los procesos de la Posada Ecoturística Villa Rouse es la implementación de tecnologías para la

prestación del servicio, como lo son chatbots, en donde se evidencien los servicios a prestar.

Para lograr la transformación digital en la Posada ecoturística tiene que existir un compromiso de parte de todos los actores directos e indirectos para lograr brindar un servicio eficiente y de excelente calidad, adicionalmente a eso deben implementar capacitaciones al personal para lograr una facilidad a la hora de implementar las herramientas y evaluar periódicamente el desempeño de las actividades prestadas. Por lo tanto se evidencia una necesidad de la implementación de la transformación digital, ya que hoy en día nos encontramos en un momento en donde todo se mueve por internet y de acuerdo con las recomendaciones que se encuentren en internet por eso es fundamental cambiar el pensamiento mecánico que se tiene de realizar publicidad y buscar la forma de dar a conocer el lugar mediante videos e implementar relatos de las personas que han visitado de cómo ha sido su experiencia.

Es fundamental identificar el entorno en el que se encuentren actualmente para poder encontrar soluciones y buscar la forma de innovar, focalizarse en las necesidades del cliente, aprovechar las herramientas para mejorar a la empresa y el valor para el cliente para poder actuar a las amenazas a las que se enfrenten y analizar las nuevas formas para generar ingresos.

20. RECOMENDACIONES

Para la implementación del proyecto es fundamental que exista un compromiso por parte de a cada uno de los operadores turísticos, buscando un beneficio en común, por medio del trabajo en equipo y la gestión organizacional; Adicionalmente el uso de las herramientas puede que se presente un grado de dificultad para algunos operadores, por eso el apoyo de todos lograra abrir un camino a la automatización de los procesos y transformación de cada uno de ellos.

Es fundamental tener en cuenta que para lograr la transformación digital es necesario invertir en ciertas herramientas tecnológicas mencionadas en el proyecto, la inversión del tiempo para fortalecimiento empresarial, y el cambio operativo a la hora de realizar los procesos.

Adicionalmente es importante que antes de que el sistema lo utilizan los turistas se realicen pruebas de verificación de que sistema efectivamente funcione, también es importante evaluar el uso de la página y el proceso de reserva mediante un grupo selecto de turista para que den su punto de vista, adicionalmente es recomendable crear planes de acción sobre las posibles amenazas.

21. BIBLIOGRAFÍA

REFERENCIAS

1. Periódico UNAL, «¿Cómo va la reactivación económica en Colombia?,» *Periódico UNAL*, 06 10 2020.
2. M. Pasquali, «STATISTA,» 11 06 2020. [En línea]. Available: <https://es.statista.com/grafico/21255/impacto-del-coronavirus-en-el-pib-de-america-latina/>. [Último acceso: 2020].
3. DANE, «En 2020 el Producto Interno Bruto de Colombia decreció,» 15 02 2021. [En línea]. Available: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_PIB_IVtrim20.pdf. [Último acceso: 2020].
4. PORTAFOLIO, «La región ya sabe la 'foto final' del golpe de la covid,» 04 2021. [En línea]. Available: <https://www.portafolio.co/internacional/america-latina-pib-2020-impacto-del-covid-19-550624>. [Último acceso: 07 2021].
5. L. A. Z. J., «ANÁLISIS DE CRISIS FINANCIERA DEL 2008,» *PORTAFOLIO*, 25 09 2018.
6. PORTAFOLIO, «Guajira, San Andrés y Cesar, donde más se desplomó la economía en 2020,» 25 06 2021.
7. Mincomercio, «Información: Perfiles departamentales,» 2021.
8. EL DIARIO BOYACÁ, «TURISMO EN BOYACÁ NO LEVANTA CABEZA,» *EL DIARIO*, 13 07 2021.
9. VALORA ANALITIK, «Ocupación hotelera en Colombia a finales de 2020 fue de solo 30,99 %,» *VALORA ANALITIK*, 25 01 2021.
10. R. J. Santamaría, «Las acciones que están en marcha para reactivar el turismo en Colombia,» *El Tiempo*, 12 11 2020.
11. Ministerio de Comercio, «Colombia Productiva,» 18 11 2019. [En línea]. Available: <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-comunica/noticias/mincomercio-y-colombia-productiva-lanzan-proyecto>. [Último acceso: 2021].
12. Agustina Calatayud y Raúl Katz, «Banco Interamericano de Desarrollo,» 2019. [En línea]. Available: https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Cadena_de_suministro_4.0_Mejores_pr%C3%A1cticas_internacionales_y_hoja_de_ruta_para_Am%C3%A9rica_Latina_es.pdf. [Último acceso: 07 2021].
13. F. Santoro, «La hora del turismo para Colombia », *La República*, 31 01 2019.

14. Mincomercio, «Mincit,» 09 09 2020. [En línea]. Available: <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx>. [Último acceso: 07 2021].
15. Universidad Santo Tomás , «Diagnóstico del turismo natural en Colombia para la identificación oportunidades de negocio,» [En línea]. Available: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/18473/WORKING%20PAPERS%20JEVIS%20CARO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. [Último acceso: 07 2021].
16. Mincomercio , «Plan Sectorial de Turismo 2018 - 2022 Turismo: El propósito que nos une,» 12 2018. [En línea]. Available: <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>. [Último acceso: 08 2021].
17. F. J. M. A. Felio José Bauzá Martorell, «Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo,» 25 04 2020. [En línea]. Último acceso: 07 2021].
18. A. M. d. B. D.C, «SECRETARÍA DISTRITAL DE DESARROLLO ECONÓMICO,» Bogotá D.C. , 2018.
19. D. E. F.-P. Dairo Burgos Cañas, «Asociatividad empresarial: una estrategia para las organizaciones del sector cacaotero del mundo,» *Revista de investigación, administración e ingeniería*, vol. 8, nº 1, pp. 91-100, 2019.
20. R. K. Izaguirre, «La hotelería de Colombia tocó fondo en el segundo trimestre,» *Hosteltur*, 2020.
21. ESAP, «Gobierno de Colombia,» 17 12 2021. [En línea]. Available: <https://www.esap.edu.co/portal/index.php/2021/12/17/esap-convoca-a-concurso-de-meritos-para-proveer-129-cargos-de-planta-docente-de-tiempo-completo/>. [Último acceso: 01 2022].
22. Emil Viera Manzo, Diana Catalina Cardona Mendoza, Roberto Manuel Torres Rodríguez, Bella Cecilia Mera Gutiérrez., «DIAGNÓSTICO DE LOS MODELOS DE GESTIÓN DE INVENTARIOS DE ALIMENTOS EN EMPRESAS HOTELERAS.,» *Revista Científica Ecociencia*, vol. 4, nº 3, 2017.
23. D. D. P. MIRANDA, «MODELO DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA,» Magdalena , 2018.
24. P. Andi, «Encadenamientos,» Andi , 2019.
25. E. d. Colaboradores, «El turismo y su importancia en la economía mundial.,» 17 09 2019. [En línea]. Available: <https://www.visionesdelturismo.es/turismo-importancia-economia-mundial/>. [Último acceso: 2021].

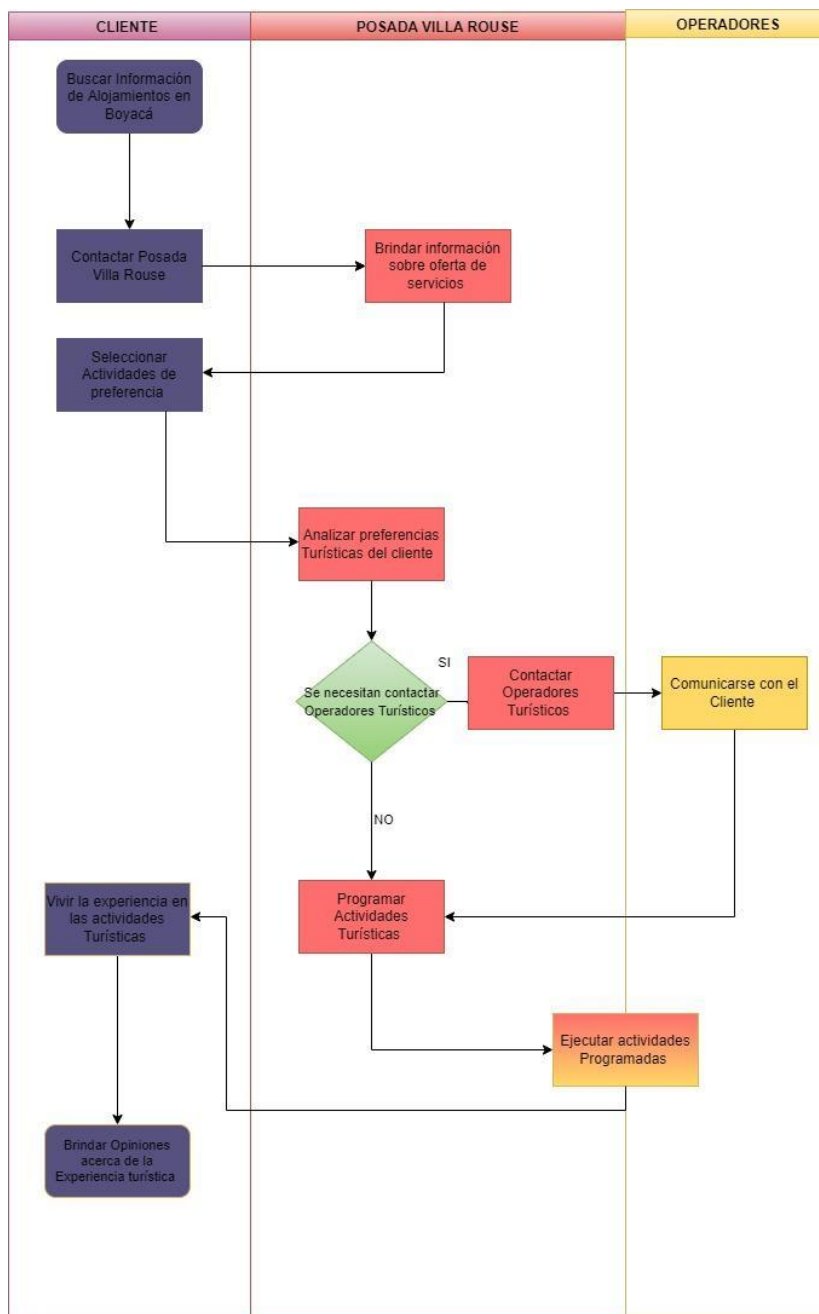
26. «Estudio Económico de América Latina y El Caribe,» CEPAL , 2018.
27. R. S. A. R. A.V. Díaz Corrales, «Metodologías e indicadores académicos, económicos, sociales y tecnológicos para la evaluación del impacto de la investigación científica universitaria,» *Revista Científica*, vol. 31, nº 2, 2018.
28. P.-. M. V. -. M. E. Díaz de León, «Cultura Organizacional e innovación en el sector hotelero: estado del conocimiento,» *Revista Venezolana de Gerencia* , nº 85, 2019.
29. F. C. C. Andrea, «Implementación de un sistema de Inteligencia de Negocios, aplicado en el sector hotelero, en operaciones,» Quito, 2019.
30. A. I. Adín, «LA INGENIERÍA DE NEGOCIOS COMO HERRAMIENTA DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO,» *INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO*, vol. 2, nº 3, 2017.
31. ROSADO SALGADO, LUIS ARTURO, OSORIO LONDONO, ANDRES ALBERTO., «SCIELO,» 08 06 2021. [En línea]. Available: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S2011-21062020000100066&script=sci_abstract&tlng=es. [Último acceso: 27 11 2021].
32. M. -. D. Moya - Espinosa, «Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva en el modelo empresarial del sector hotelero Colombiano,» *RIDI*, vol. 8, nº 1, 2017.
33. Carolina Monsalve Castro, Sonia Isabel Hernández Rueda., «Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva en el modelo empresarial del sector hotelero colombiano,» *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, vol. 8, nº 1, 2017.
34. B. R. Olga, «Análisis del impacto de los factores personales en la implantación de los sistemas CRM en el sector hotelero: efectos moderadores de las características individuales y organizativas,» Castillo, 2017.
35. BLOG HACIENDO TURISMO, «HACIENDO TURISMO,» [En línea]. Available: [http://haciendodelturismo.com/blog/cuales-son-las-necesidades-en-el-turismo#:~:text=Necesidad%20de%20relajaci%C3%B3n%20\(descanso%2Factividad\)&text=Necesidades%20sociales%20\(de%20familia%2Frelaciones,autorrealizaci%C3%B3n%20\(b%C3%BAsqueda%20de%20la%20felic](http://haciendodelturismo.com/blog/cuales-son-las-necesidades-en-el-turismo#:~:text=Necesidad%20de%20relajaci%C3%B3n%20(descanso%2Factividad)&text=Necesidades%20sociales%20(de%20familia%2Frelaciones,autorrealizaci%C3%B3n%20(b%C3%BAsqueda%20de%20la%20felic). [Último acceso: 01 2021].
36. ENTORNO TURÍSTICO , «HABLEMOS DE TURISMO,» 20217 04 28. [En línea]. Available: <https://www.entornoturistico.com/promocion-turistica-importancia-los-destinos-turisticos/>. [Último acceso: 20 01 2021].
37. MinComercio, «Colombia Productiva,» 18 11 2019. [En línea]. Available: <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-comunica/noticias/mincomercio-y-colombia-productiva-lanzan-proyecto>. [Último acceso: 25 07 2021].

38. P. A. Casas Barrera, «Implementación de la metodología BPM para la mejora del proceso de distribución de pallets de la empresa Inversiones Leticia & Pierre,» Universidad Autónoma del Perú, 2021.
39. R. G. Reina, «Villa Rouse Posada Ecoturística,» [En línea]. Available: <https://www.villarouseposada.com/>. [Último acceso: 08 2021].
40. R. G. Reina, «Posada Ecoturística Villa Rouse,» [En línea]. Available: <https://www.villarouseposada.com/>. [Último acceso: 07 2021].
41. E. Navarro, «Alcaldía Mayor de Bogotá,» 13 05 2021. [En línea]. Available: https://comunicarte.idartes.gov.co/sites/default/files/Doc_SIG/GTH-G%2001%20Gu%C3%ADa%20implementaci%C3%B3n%20metodolog%C3%ADa%20-%20TASCOI_0.pdf.
42. P. -. M. V. -. M. Díaz de león, «Cultura Orgacional e innovación en el sector hotelero: estado del conocimiento,» *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 85, 2019.

22. ANEXOS.

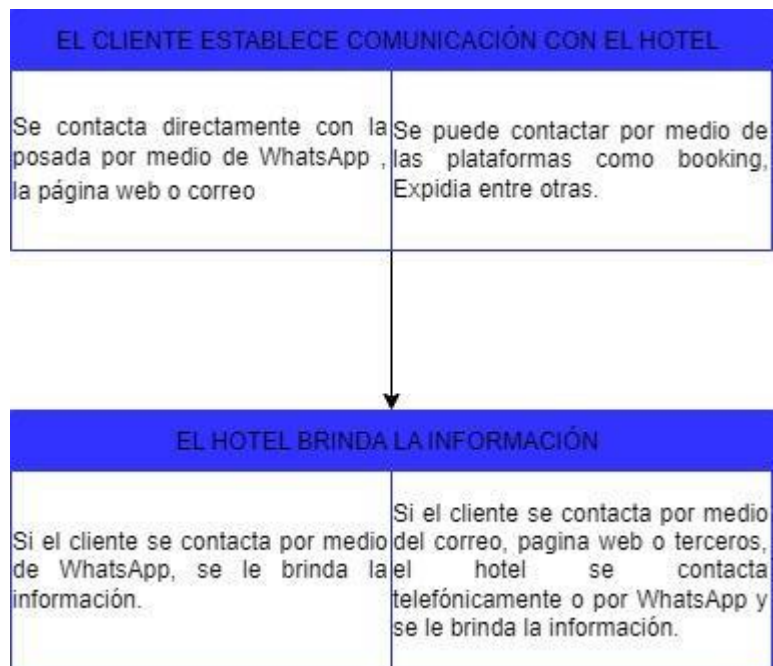
ANEXO 1: Diagrama de actividades básicas Posada Ecoturística Villa Rouse.

Ilustración 11: Actividades básicas ecoturística Villa Rouse



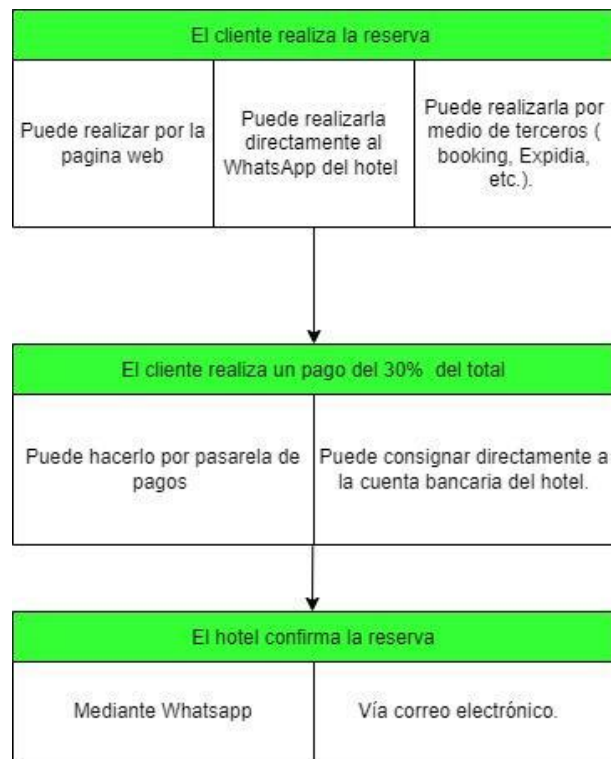
Anexo 2: Los procedimientos que se realizan en la posada ecoturística se pueden observar en las imágenes a continuación.

Ilustración 12: Procedimiento de Contacto



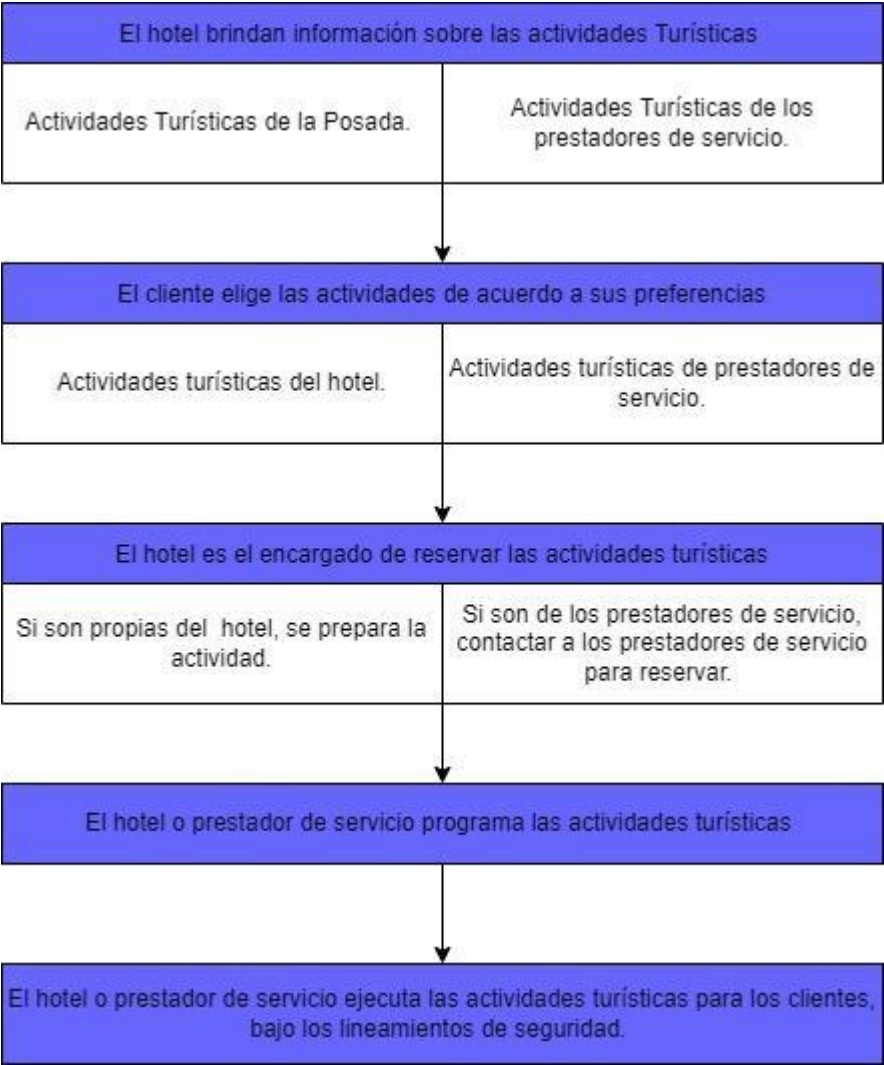
Fuente: Elaboración conjunto Proyecto FODEIN Investigación 2021-1

Ilustración 13: Procedimiento de Reserva



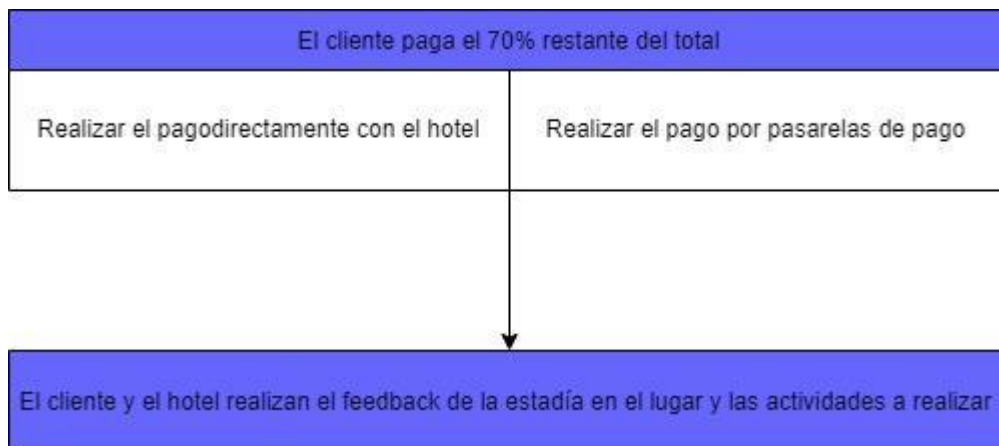
Fuente: Elaboración conjunto Proyecto FODEIN Investigación 2021-1

Ilustración 14: Procedimiento de Actividades Turísticas



Fuente: Elaboración conjunto Proyecto FODEIN Investigación 2021-1

Ilustración 15: Procedimiento de egreso



Fuente: Elaboración conjunto Proyecto FODEIN Investigación 2021-1

Anexo 3: Indicadores

Indicador Actividades turísticas cumplidas:

FICHA TÉCNICA DE INDICADORES						
NOMBRE DEL INDICADOR		ACTIVIDADES TURÍSTICAS CUMPLIDAS				
OBJETIVO RELACIONADO		MONITOREAR LA EJECUCIÓN DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS				
PROCESO		INTEGRACIÓN DE OPERADORES				
RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN		HOTEL Y/O PRESTADORES DE SERVICIOS				
RESPONSABLE DE TOMAR ACCIONES		HOTEL				
ENFOQUE DEL INDICADOR						
ENFOQUE 1	ENFOQUE 2	ENFOQUE 3				
DEFINICIÓN (Qué significa)						
LAS ACTIVIDADES QUE ADQUIERA EL TURISTA SE EJECUTEN DE UNA FORMA ORGANIZADA, RESPONSABLE PARA QUE EL CLIENTE TENGA UNA BUENA EXPERIENCIA CON LA ELABORACIÓN DE LAS ACTIVIDADES						
PROPÓSITO (Para qué sirve)						
MIDE EL GRADO DE CUMPLIMIENTO TANTO DEL HOTEL COMO DE LOS PRESTADORES DE SERVICIO EN CADA UNA DE LAS ACTIVIDADES PROPUESTAS						
CONFIGURACIÓN DEL INDICADOR (marque con una X)		METAS			RECOLECCIÓN	REVISIÓN
NUMÉRICA		MÍNIMA	ESPERADA	OPTIMA	SEMANAL	MENSUAL
PORCENTUAL	X	%	%	%		
MAXIMIZAR	X	70	100	90		
MINIMIZAR		0,7	1	0,9		
DESCRIPCIÓN DE VARIABLES DEL INDICADOR						
Nombre de la Variable	Unidad de Medida	Fuente		Responsable		
ACTIVIDADES REALIZADAS	UNIDAD	BASE DE DATOS		HOTEL Y/O PRESTADORES DE SERVICIOS		
ACTIVIDADES PROGRAMADAS	UNIDAD	BASE DE DATOS		HOTEL Y/O PRESTADORES DE SERVICIOS		

FÓRMULA DE CÁLCULO			
CUMPLIMIENTO= (ACTIVIDADES REALIZADAS / ACTIVIDADES PROGRAMADAS) *100			
OBSERVACIONES			
PROYECTO	REVISÓ	APROBÓ	

Indicador Cumplimiento de elementos de bioseguridad:

	FICHA TÉCNICA DE INDICADORES	
	NOMBRE DEL INDICADOR	CUMPLIMIENTO DE ELEMENTOS DE BIOSEGURIDAD
	OBJETIVO RELACIONADO	ASEGURAR LA ETIQUETA DE VIAJE SEGURO
	PROCESO	INTEGRACIÓN DE OPERADORES
	RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN	HOTEL Y/O PRESTADORES DE SERVICIOS
	RESPONSABLE DE TOMAR ACCIONES	HOTEL
ENFOQUE DEL INDICADOR		
ENFOQUE 1	ENFOQUE 2	ENFOQUE 3
DEFINICIÓN (Qué significa)		

EL ASEGURAMIENTO DE LA SALUD DEBE SER PRIORIDAD PARA EL HOTEL PARA QUE EL CLIENTE PUEDA DISFRUTAR DE TODAS LAS ACTIVIDADES CON TRANQUILIDAD CON LA ETIQUETA DE VIAJE SEGURO						
PROPÓSITO (Para qué sirve)						
MIDE EL GRADO DE CUMPLIMIENTO DEL USO DE LOS ELEMENTOS DE BIOSEGURIDAD						
CONFIGURACIÓN DEL INDICADOR (marque con una X)		METAS			RECOLECCIÓN	REVISIÓN
NUMÉRICA		MÍNIMA	ESPERADA	OPTIMA	DIARIO	SEMANAL
PORCENTUAL	X	%	%	%		
MAXIMIZAR	X	70	100	90		
MINIMIZAR		0,7	1	0,9		
DESCRIPCIÓN DE VARIABLES DEL INDICADOR						
Nombre de la Variable	Unidad de Medida	Fuente		Responsable		
CANTIDAD DE ELEMENTOS DE BIOSEGURIDAD UTILIZADOS	UNIDAD	PLANTILLA		HOTEL Y/O PRESTADOR DEL SERVICIO		
CANTIDAD DE ELEMENTOS DE BIOSEGURIDAD FIJADOS EN LOS PROTOCOLOS	UNIDAD	PROTOCOLO		HOTEL Y/O PRESTADOR DEL SERVICIO		
FÓRMULA DE CÁLCULO						
CUMPLIMIENTO= (CANTIDAD DE ELEMENTOS DE BIOSEGURIDAD UTILIZADOS/CANTIDAD DE ELEMENTOS DE BIOSEGURIDAD FIJADOS EN LOS PROTOCOLOS) *100						
OBSERVACIONES						

PROYECTO	REVISÓ	APROBÓ

Indicador satisfacción de cliente:

FICHA TÉCNICA DE INDICADORES									
NOMBRE DEL INDICADOR		SATISFACCIÓN DEL CLIENTE							
OBJETIVO RELACIONADO		MEJORAR EL SERVICIO PRESTADO							
PROCESO		INTEGRACIÓN DE OPERADORES							
RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN		HOTEL Y/O PRESTADORES DE SERVICIOS							
RESPONSABLE DE TOMAR ACCIONES		HOTEL							
ENFOQUE DEL INDICADOR									
ENFOQUE 1	ENFOQUE 2	ENFOQUE 3							
DEFINICIÓN (Qué significa)									
LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE MIDE LA CALIDAD DEL SERVICIO PRESTADO POR LO QUE ES IMPORTANTE SABER LA OPINIÓN DEL CLIENTE PARA APLICAR LA MEJORA CONTINUA EN LAS ACTIVIDADES O SERVICIOS QUE PRESTA EL HOTEL Y LOS OPERADORES									
PROPÓSITO (Para qué sirve)									
MIDE EL GRADO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE ACUERDO CON LAS ACTIVIDADES EJECUTADAS									
CONFIGURACIÓN DEL INDICADOR (marque con una X)		METAS			RECOLECCIÓN				
NUMÉRICA		MÍNIMA	ESPERADA	OPTIMA	DIARIA				
PORCENTUAL	X	%	%	%					
MAXIMIZAR	X	70	100	90					
MINIMIZAR		0,7	1	0,9					
REVISIÓN									
SEMANAL									

DESCRIPCIÓN DE VARIABLES DEL INDICADOR			
Nombre de la Variable	Unidad de Medida	Fuente	Responsable
VALOR DADO POR EL CLIENTE	NUMÉRICA	BASE DE DATOS	CLIENTE
FÓRMULA DE CÁLCULO			
SATISFACCIÓN= (VALOR DADO POR EL CLIENTE/ VALOR ESPERADO) *100			
OBSERVACIONES			
PROYECTO	REVISÓ	APROBÓ	

Indicador desempeño del hotel y los prestadores de servicio:

FICHA TÉCNICA DE INDICADORES	
NOMBRE DEL INDICADOR	DESEMPEÑO DEL HOTEL Y LOS PRESTADORES DE SERVICIO
OBJETIVO RELACIONADO	MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS PRESTADOS
PROCESO	INTEGRACIÓN DE OPERADORES
RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN	HOTEL Y/O PRESTADORES DE SERVICIOS
RESPONSABLE DE TOMAR ACCIONES	HOTEL
ENFOQUE DEL INDICADOR	
ENFOQUE 1	ENFOQUE 2 ENFOQUE 3
DEFINICIÓN (Qué significa)	
ES IMPORTANTE CONOCER CÓMO SE ESTÁN LLEVANDO A CABO LOS SERVICIOS QUE PROMETEN LOS PRESTADORES Y EL HOTEL	

PROPÓSITO (Para qué sirve)						
MEDIR EL GRADO DE DESEMPEÑO						
CONFIGURACIÓN DEL INDICADOR (marque con una X)		METAS			RECOLECCIÓN	REVISIÓN
NUMÉRICA		MÍNIMA	ESPERADA	OPTIMA	DIARIO	SEMANAL
PORCENTUAL	X	%	%	%		
MAXIMIZAR	X	70	100	90		
MINIMIZAR		0,7	1	0,9		
DESCRIPCIÓN DE VARIABLES DEL INDICADOR						
Nombre de la Variable	Unidad de Medida	Fuente	Responsable			
VALOR DADO POR EL CLIENTE	NUMÉRICA	BASE DE DATOS	CLIENTE			
VALOR ESPERADO	NUMÉRICA	INDICADOR	HOTEL Y/O OPERADORES			
FÓRMULA DE CÁLCULO						
DESEMPEÑO= (VALOR DADO POR EL CLIENTE/VALOR ESPERADO) *100						
OBSERVACIONES						
PROYECTO			REVISÓ	APROBÓ		

Anexo 4: Estado de madurez

Para la identificación de la Madurez digital se desarrolló mediante el siguiente cuestionario, propuesto por el MinTIC, en donde permiten medir la situación actual de la empresa, clasificándose en cuatro aspectos esenciales para la transformación de la tecnología.

Persona y Cultura:

1. ¿Cuál es la brecha existente en las habilidades duras requeridas para el manejo deseado de las tecnologías actuales o emergentes?
2. ¿Cuál es la brecha existente en habilidades blandas requeridas para afrontar procesos digitales?
3. ¿Qué tan preparada está la cultura dentro de la entidad para desarrollar iniciativas de transformación digital?
4. ¿Qué tan preparados están sus usuarios (ciudadanía y otros) para apropiar y aceptar los cambios de la Entidad frente a su transformación digital?

Procesos de la entidad:

5. ¿Qué tan amplia es la brecha digital en los procesos clave para llegar al estado ideal en materia de transformación digital?
6. ¿Hasta qué punto los proyectos de transformación digital pueden mejorar la eficacia y eficiencia de los procesos core?
7. ¿Qué tan efectivo resulta el esquema organizacional existente para llevar adelante un proceso de transformación digital.

Datos Digitales y Analytics:

8. ¿La tecnología implementada por la entidad incentiva las soluciones basadas en datos?
9. ¿Cómo está la calidad de los datos en la entidad y qué tan confiable es la recolección, tratamiento y uso de datos en la entidad soportada en las bases de datos?
10. ¿Están las bases de datos protegidas por tecnologías y procesos en materia de seguridad y privacidad de la información?
11. ¿Las bases de datos son utilizadas para la toma de decisiones por las distintas áreas de la entidad?

Tecnología Digital

12. ¿Las tecnologías actuales son lo suficientemente robustas para suplir las necesidades de los usuarios al interior de la entidad?
13. ¿Las tecnologías actuales son lo suficientemente robustas para suplir las necesidades en la interacción con la ciudadanía?
14. ¿Conoce las tecnologías más relevantes que tengo implementadas en mis procesos core? (Tecnologías indispensables para el funcionamiento de la organización)
15. ¿Conoce las tecnologías correspondientes a la cuarta revolución industrial para potenciar la eficiencia y eficacia de los principales procesos y para mejorar la interacción con la ciudadanía?
16. ¿Existen al interior brechas entre las tecnologías actuales de la entidad y las tecnologías de la cuarta revolución industrial, para suplir las necesidades de los procesos core?
17. ¿Se identifican los tiempos, riesgos y costos requeridos para la implementación y adaptación de las tecnologías de la cuarta revolución industrial en los procesos core de la entidad?

Para ello se tiene en cuenta la escala establecida por el MinTIC, como se puede observar a continuación:

Ilustración 16: Niveles de Madurez

0	No existente. En la entidad no se tiene transformación digital / Sin actividades
1	Exploratorio. Se cuenta con pocas actividades de transformación digital no estructuradas.
2	Iniciando. Se ha iniciado la transformación digital, se cuenta con iniciativas y un enfoque proactivo.
3	Implementando la visión digital. La entidad cuenta con visión digital y cuenta con iniciativas de transformación digital implementada y aplicada a las operaciones
4	Mejora continua. Entidad está transformada digitalmente y evoluciona constantemente para mejorar rendimiento general.

Al realizar la evaluación se tuvo como resultado lo siguiente:

Ilustración 17: Estado de Madurez

 El futuro digital es de todos Gobierno de Colombia MINTIC <i>Modelo de Madurez Digital</i>					
Borrar último Campo Volver a Cuestionario Volver al Inicio					
Fecha	Personas y Cultura Digital	Procesos de la Entidad	Datos Digitales y Analytics	Tecnología Digital	Nivel de Madurez Digital
26/01/2022	2	2	2	2	2

Anexo 5: Plan para eliminar barreras

Barreras	Procesos	Personas	Tecnología	Plan de Acción
Arquitectura Empresarial Desactualizada	X			Realizar Capacitaciones sobre AE, para la implementación de una estrategia teniendo presente las necesidades del cliente, la planificación, los recursos tanto financieros como humanos y técnicos.
Capacidad en Telecomunicaciones			X	Incrementar la capacidad en las telecomunicaciones para brindar información e impactar a los clientes que visiten las páginas y visiten el lugar
Miedo al Cambio		X		Elaborar Capacitaciones al personal, para generar apropiación de conocimientos para los ayudantes mediante las herramientas para la Transformación Digital.
Falta de Presupuesto	X	X	X	Buscar mediante el encadenamiento productivo apoyo para lograr salir de la situación y evitar impactos mayores.

Tabla 22: Plan para eliminar barreras.

Anexo 6: Evaluación de Mejora Continua.

Para la evaluación continua de la posada ecoturística, se basó en las herramientas brindadas por el Mintics, para la implementación de herramientas digitales.

Tendencias tecnológicas			
Nombre	Características	Se Cumple	No Cumple
Cloud Computing	Autoservicio bajo demanda (On-demand self-service) Acceso amplio a la red Conjunto común de recursos Rápida elasticidad Servicio medible		
Inteligencia Artificial - Machine Learning	Predicciones sobre comportamientos, reacciones y tendencias en datos almacenados y clasificados		
Internet de las Cosas	Interconexión de cualquier objeto o producto con otro a través de la red		
Big Data – Analítica	Manejo de altos volúmenes de información y velocidad de los datos o rapidez en la que son creados		
Microservicios – SOA	Manejo de arquitectura descentralizada o software descompuesto en diferentes partes independientes		
Plataformas de Ciberseguridad	Análisis de todo el tráfico de red para la reducción de los ciberataques		
Plataforma colaborativa	Espacio digital común en una organización para la generación colaborativa de documentos y contenido digital en general		

