



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INTEGRACIÓN CURRICULAR

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de
investigación previo a la obtención del Título de
Licenciadas en Mercadotecnia**

**TEMA: “Business Process Management (BPM), en el
desarrollo de los emprendimientos turísticos”**

AUTORAS:

Ana Mariela Chulco Fuentes

Johanna Estefania López Tamayo

TUTORA: Ing. Silvia Melinda Oyaque Mora, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Marzo 2023



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Silvia Melinda Oyaque Mora, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Business Process Management (BPM), en el desarrollo de los emprendimientos turísticos**” presentado por las señoritas **Ana Mariela Chulco Fuentes y Johanna Estefania López Tamayo** para optar por el título de Licenciadas en Mercadotecnia, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 3 de marzo del 2023



Ing. Silvia Melinda Oyaque Mora, Mg.

C.I.1802993079

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras, **Ana Mariela Chulco Fuentes** y **Johanna Estefania López Tamayo**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciadas en Mercadotecnia, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Ana Mariela Chulco Fuentes

C.I.1850737204



Johanna Estefania López Tamayo

C.I.1804813853

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. Edwin Javier Santamaría Freire, Mg.

C.I. 1802931426



Ing. Liliana Elizabeth González Garcés, Mg.

C.I. 1803962800

Ambato, 3 de marzo del 2023

DERECHOS DE AUTOR

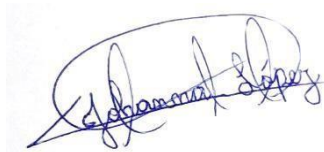
Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro proyecto de investigación con fines de difusión pública, además aprobamos la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autoras.



Ana Mariela Chulco Fuentes

C.I.1850737204



Johanna Estefania López Tamayo

C.I.1804813853

DEDICATORIA

En primero lugar doy gracias a Dios por guiarme y darme la sabiduría necesaria cuando estado a punto de rendirme.

Quiero dedicar este proyecto de investigación hasta el cielo a mi madre Graciela Fuentes, aunque partió muy rápido de este mundo decirle que dejo unas hijas luchadoras y que no han sabido rendirse y decirte que siempre estás en nuestros corazones. También quiero dedicar este trabajo a mis hermanas que siempre han estado para apoyarme y aconsejarme, a mi padre, a mi esposo que siempre me alienta a seguir adelante en mis estudios, a la familia de mi esposo que me adoptaron como una hija más y principalmente a mis hijas que son un pilar principal en mi vida Ana Paula y Ana Polette, agradezco por sus consejos, por alentarme, por apoyarme en este proceso que ha sido lleno de sacrificios, pero con el tiempo se verán los resultados.

Ana Mariela Chulco Fuentes

El presente trabajo investigativo se lo dedico con todo mi amor a mis padres y a mi hermano, quienes han sido la fuente de motivación y fuerza en cada etapa de mi vida, ya que todos mis logros se los debo a ellos. Se lo dedico a mi hijo que con su llegada me ha dado fuerza para concluir mi carrera, también se lo dedico a mi esposo quien a sido parte de este último escalón estudiantil, ya que con su amor y su apoyo incondicional me motivo a cumplir con este gran sueño. Por último, se lo dedico a mis ángeles del cielo Belarmina y Nicolasa quienes fueron mi gran ejemplo a seguir, gracias a sus valores y enseñanzas me convertí en una mujer fuerte y dedicada para lograr cumplir mis metas, con todo mi esfuerzo y con mucho cariño es dedicado para ustedes.

Johanna Estefanía López Tamayo

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por darme la sabiduría e inteligencia para poder culminar un sueño más en mi vida, a toda mi familia por brindarme siempre su apoyo incondicional para nunca rendirme.

De la igual manera deseo agradecer mi querida Universidad Técnica de Ambato donde aprendí muchas cosas, a la Facultad Ciencias Administrativas por lo cursado, a los licenciados por instruirme, así mismo un agradecimiento especial al Ing. Leonardo Gabriel Ballesteros López, coordinador principal del proyecto DIDE con el tema: “La gestión del marketing digital, para el fortalecimiento de los emprendimientos turísticos de la provincia de Tungurahua” aprobado mediante Resolución Nro. UTA- CONIN- 2022-0075-R, de fecha 16 de febrero 2022. Una vez que el presente trabajo está vinculado al mencionado proyecto. Además, a la Ing. Liliana González y a mi tutora Ing. Silvia Oyaque por guiarme y por su paciencia para poder realizar el trabajo de investigación ya que sin su ayuda no lo hubiésemos logrado. Finalmente agradecer a mi compañera por el empeño y dedicación para la culminación de este, y gracias a esto formar una agradable amistad.

Para ustedes muchas gracias y Dios les bendiga.

Ana Mariela Chulco Fuentes

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por ser mi fuerza y brindarme sabiduría en todo momento, gracias a mis padres por ser mi guía en momentos de tempestad y enseñarme a no rendirme y así lograr cumplir una meta más en mi vida.

Gracias a mis docentes que desde el comienzo aportaron con sus conocimientos y su ayuda incondicional para lograr ver a sus alumnos concluir con su carrera profesional. Al Ing. Ballesteros quien con su grupo DIDE nos ayudó a realizar nuestro trabajo de investigación con el tema, “La gestión del marketing digital, para el fortalecimiento de los emprendimientos turísticos de la provincia de Tungurahua” aprobado mediante Resolución Nro. UTA-CONIN-2022- 0075-R, de fecha 16 de febrero 2022. Una vez que el presente trabajo está vinculado al mencionado proyecto a nuestra tutora Ing. Silvia Oyaque y a nuestra docente Ing. Liliana González por su aporte incondicional. Gracias a mi compañera de equipo por su amistad y su ayuda incondicional ya que juntas hemos logrado cumplir con nuestro objetivo.

Johanna Estefanía López Tamayo

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DERECHOS DE AUTOR	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
INDICE DE GRAFICOS.....	x
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT.....	xiv
CAPÍTULO I.....	1
MARCO TEÓRICO	1
1.1 Antecedentes Investigativos	1
1.2 Objetivos	3
1.2.1 Objetivo general	3
1.2.2 Objetivos específicos	3
1.3 Problema de investigación.....	4
1.3.1 Contextualización.....	5
1.4 Justificación.....	6
1.5 Marco Teórico	7
1.5.1 Business Process Management (BPM)	7
1.6 Dimensiones de Business Process Management	8
1.6.1 Levantamiento del proceso	8
1.6.2 Documentación del proceso	9
1.6.3 Análisis de mejora.....	9
1.6.4 Implementación del proceso	9
1.7 Fases del Modelo BPM	10
1.7.1 Diseñar.....	10

1.7.2	Modelar y ejecutar	10
1.7.3	Monitorear:	10
1.8	Los objetivos funcionales de BPM.....	10
1.9	Visibilidad en tiempo real del BPM	11
1.9.1	Detección y respuesta inmediata del BPM.....	11
1.9.2	Mejora continua de procesos.....	11
1.9.3	Arquitectura tecnológica de BPM	11
1.9.4	Arquitectura de negocio	12
1.9.5	Arquitectura del proceso	12
1.9.6	Arquitectura de gestión	12
1.9.7	Arquitectura tecnológica	13
1.9.8	Seguridad	13
1.10	Sistema operativo	13
1.11	Consideraciones sobre el hardware	13
1.12	Factores de éxito en la gestión BPM	13
1.13	Tecnología e información.....	14
1.14	Desarrollo de los emprendimientos turísticos	15
1.15	Emprendimiento	15
1.16	Tipos de emprendimiento	15
1.16.1	Emprendimientos pequeños	15
1.16.2	Emprendimientos escalables	16
1.17	Según el grado de innovación:	16
1.17.1	Según el ámbito en el que se desarrollan	16
1.18	Turismo	16
1.19	Producto turístico.....	17
CAPÍTULO II.....		18
METODOLOGIA		18
2.1	Métodos	18
2.2	Método teórico.....	18
2.3	Método hipotético deductivo	18
2.4	Enfoque	18
2.4.1	Cuantitativo	18
2.5	Tipo de investigación	18
2.5.1	Investigación descriptiva.....	18

2.6	Modalidad de investigación.....	19
2.6.1	Bibliográfica.....	19
2.7	Población y muestra	20
2.7.1	Población.....	20
2.7.2	Muestra.....	21
2.8	Técnica	22
2.8.1	Entrevista.....	22
2.8.2	Encuesta	22
2.8.3	Observación.....	22
2.8.4	Instrumento	22
2.8.5	Cuestionario	22
2.9	Validez y confiabilidad.....	23
2.10	Planteamiento de la hipótesis	25
2.11	Hipótesis de investigación.....	25
2.11.1	Hipótesis alternativa (HI).....	25
2.11.2	Hipótesis nula (H0)	25
	CAPÍTULO III.....	26
	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	26
3.1	Análisis y discusión de los resultados	26
3.2	Verificación de hipótesis	47
3.3	Implementación de las fases de los BPM	48
3.4	Análisis FODA	59
	CAPÍTULO IV	62
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
4.1	Conclusiones	62
4.2	Recomendaciones	63
	Bibliografía	64
	Anexos	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Segmento de mercado	20
Tabla 2.	Resumen de procesamiento de casos	24
Tabla 3.	Estadística de fiabilidad	25
Tabla 4.	Implementar los BPM para mejorar la comunicación con clientes	26
Tabla 5.	Los beneficios que aportan los BPM	28
Tabla 6.	Solución de problemas entre la organización y cliente.....	29
Tabla 7.	Reducción de costos en la organización	30
Tabla 8.	Implementación de los BPM.....	32
Tabla 9.	Elementos claves para mejorar la comunicación con el cliente.....	33
Tabla 10.	Beneficios de los BPM	34
Tabla 11.	Resultados de la aplicación de los BPM	36
Tabla 12.	Desarrollo de los BPM	37
Tabla 13.	Desarrollo de los emprendimientos	38
Tabla 14.	Implementación de los BPMs	40
Tabla 15.	La innovación s	41
Tabla 16.	La sostenibilidad.....	43
Tabla 17.	La promoción en el desarrollo de los emprendimientos turísticos contribuye la acogida en el mercado	44
Tabla 18.	El precio de los emprendimientos turísticos está relacionado con la implementación de los BPM	45
Tabla 19.	Correlación de Spearman.....	48
Tabla 20.	Tipos de café	50
Tabla 21.	Estudio y análisis del diagrama	56
Tabla 22.	Análisis FODA	59
Tabla 23.	Elaboración de estrategias Sierra Bella.....	60

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Los beneficios que aportan los BPM	28
Gráfico 2. Solución de problemas entre la organización y cliente.....	29
Gráfico 3. Reducción de costos en la organización	31
Gráfico 4. Implementación de los BPM.....	32
Gráfico 5. Elementos claves para mejorar la comunicación con el cliente.....	33
Gráfico 6. Beneficios de los BPM	35
Gráfico 7. Resultados de la aplicación de los BPM.....	36
Gráfico 8. Desarrollo BPM.....	37
Gráfico 9. Desarrollo de los emprendimientos turísticos.....	39
Gráfico 10. Implementación de los BPM	40
Gráfico 11. La innovación en los servicios ofertados.....	42
Gráfico 12. La sostenibilidad	43
Gráfico 13. La promoción	44
Gráfico 14. El precio de los emprendimientos turísticos.....	46

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1.	Coeficiente de Spearman.....	47
Imagen 2.	Cafetería Sierra Bella	49
Imagen 3.	Fases del modelo BPM.....	51
Imagen 4.	Estructura de negocios	53
Imagen 5.	Diagrama de procesos atención al cliente	54
Imagen 6.	: KPI's Sierra Bella	57
Imagen 7.	Indicadores	58

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos 1.	Ingresos N791200 Ecuador	67
Anexos 2.	Ingresos N791200 Tungurahua	67
Anexos 3.	Ingresos N791200 Ambato.....	68
Anexos 4.	Correlación.....	69
Anexos 5.	Gráfico.....	69
Anexos 6.	Árbol de problemas	70
Anexos 7.	Encuesta	71
Anexos 8.	Facebook Sierra Bella Food And Coffe	72
Anexos 9.	Validación de expertos	74
Anexos 10.	Validación de expertos	75
Anexos 11.	Validación de expertos.....	76

RESUMEN EJECUTIVO

Los BPM y el desarrollo turístico se encargan de demostrar cómo influye la tecnología en estos negocios, saber cuál es su posicionamiento ya que estos cuentan con una alta competencia en el mercado del turismo. Los BPM tienen como característica la automatización de los procesos ya que así se logra cumplir los objetivos empresariales y económicos.

De igual manera el presente trabajo de investigación forma parte de la línea de investigación del desarrollo empresarial. La investigación posee un alcance descriptivo con un enfoque cuantitativo aplicando una modalidad de investigación bibliográfica, es necesario aclarar que la población de estudio fue en base a los datos obtenidos del Ministerio de Turismo (MINTUR) centrado en la ciudad de Ambato.

Valores que permitieron calcular una muestra con 219 que son los emprendimientos del sector turístico, los cuales colaboraron con la aplicación del cuestionario mediante Google Forms. Se aplicó la correlación de Spearman para la comprobación de hipótesis. La aplicación de las encuestas motivó a crear un esquema en el cual se desarrolló las fases del BPM, el que aportará para una mejora en los emprendimientos turísticos.

Contamos con la colaboración de Sierra Bella Food and Coffee el cual es un emprendimiento turístico de la ciudad de Ambato, cuenta con un manejo medio en su negocio, por esta razón se aplicará las fases del BPM que son diseñar, modelar – ejecutar y modelar, y al concluir se dará un monitoreo de estas para apreciar la mejora de este emprendimiento turístico de la ciudad de Ambato.

PALABRAS CLAVES: INVESTIGACIÓN, BPM, AUTOMATIZAR, CORRELACIÓN DE SPEARMAN, FASES BPM

ABSTRACT

The BPM and tourism development are in charge of demonstrating how technology influences these businesses, knowing what their position is since they have high competition in the tourism market. BPMs have the characteristic of automating processes since this is how business and economic

objectives are met. In the same way, this research work is part of the line of research on business development. The research has a descriptive scope with a quantitative approach applying a bibliographic research modality, it is necessary to clarify that the study population was based on data obtained from the Ministry of Tourism (MINTUR) focused on the city of Ambato.

Values that allowed calculating a sample with 219 that are the enterprises of the tourism sector, which collaborated with the application of the questionnaire through Google Forms. Spearman's connection was applied to test hypotheses. The application of the surveys motivated to create a scheme in which the BPM phases will be developed, which will contribute to an improvement in tourism

Ventures, we have the collaboration of Sierra Bella Food and Coffee which is a tourism venture in the city of Ambato, has a medium management in his business, for this reason the phases of the BPM will be applied, which are to design, model - execute and model, and at the end a monitoring of these will be given to appreciate the improvement of this tourist enterprise of the Ambato city.

KEY WORDS: RESEARCH, BPM, AUTOMATE, SPEARMAN CORRELATION, BPM PHASES

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes Investigativos

Al establecer el Business Process Management en la ciudad de Ambato, con el resultado del objetivo general del proyecto de investigación, se ha desarrollado una previa investigación para poder identificar las variables que ayudarían en el desarrollo de la investigación en los emprendimientos turísticos de la ciudad de Ambato, a manera de antecedentes se ha tomado en cuenta distintos criterios de autores.

De acuerdo con **Farfan (2021)** en su tesis para optar el grado académico de magister denominada “Desarrollo e implementación del Business Process Management (BPM) para el rediseño y automatización de los procesos aplicables a la Ventanilla Única de Turismo en la Municipalidad Provincial del Callao” señala que los BPM son útiles para valorar y mejorar el nivel de beneficio de ciertas acciones pueda realizar la organización, ya que el objetivo principal es conseguir los mejores resultados.

De la presente investigación se toma como referencia la metodología de trabajo BPM y su uso eficiente en el desarrollo de las herramientas que podrán utilizarse dentro de las organizaciones, llevando desde la teoría hasta la puesta en práctica el estudio realizado.

Según el autor **Onofre (2019)** en su trabajo de titulación nombrado “Proyecto de Desarrollo Turístico para la Implementación de BPM en empresas de servicios turísticos de desarrollo comunitario de la provincia de Cotopaxi” determina que el turismo en el Ecuador genera cada vez mayor afluencia; en el año 2018 creció en un 14% con relación al año anterior; como parte de esa demanda, un gran número llega hasta la zona andina y uno de los mayores atractivos que se visita en esa zona es la laguna del Quilotoa la cual se encuentra en el cantón de Zumbahua, provincia de Cotopaxi. Según el prediagnóstico realizado a los establecimientos que se investigaron

señaló que estos no aplican los parámetros esenciales que se deben cumplir antes durante y después del servicio, también mencionó que las BPM son desconocidas por parte del personal que trabajan en los establecimientos. Por lo cual, se pudo proponer una guía que formule a los anfitriones turísticos el conocimiento y uso del BPM en sus procesos para otorgar un mejor servicio y al mismo tiempo mejorar el uso de los recursos existentes. Pudiendo así capacitarse y desenvolverse mejor en sus actividades turísticas.

De esta investigación se pudo conocer los beneficios que se pueden obtener para la economía local y nacional, de gestionar de forma adecuada las empresas turísticas en el Ecuador; además de que es posible implementar nuevas herramientas tecnológicas que contribuyen a que los procesos sean eficaces y eficientes.

En la investigación de **Gomez (2020)** en su tesis de posgrado denominada “Modelo Business Process Management y la productividad en la empresa Corporación Visión SAC, Lima 2020” la investigación tuvo como objetivo mejorar la gestión de los procesos, a través de la implementación del BPM, reducir los tiempos de atención, costos y errores humanos en los procesos aplicables, a través de la implementación de un sistema automatizado, así como reducir la percepción de carga laboral de los trabajadores, a través de la implementación de programas de capacitación en el uso de herramientas informáticas.

La investigación muestra de forma acertada la utilización que puede darse BPM para rediseñar y automatizar los procesos en las empresas ya sean públicas o privadas y en este caso si son prestadoras de servicios, información y gestión turística por lo cual sirve como un referente para el sector puesto que si la gestión turística inicia desde las dependencias donde se controla estas actividades, de una forma lógica podrá hacer uso de este sistema las empresas que brindan directamente el servicio turístico.

De acuerdo con **Valero (2022)** en su tesis de grado nombrada “Análisis sobre el método de automatización de procesos mediante la tecnología BPM y su aplicación en la empresa PC Soluciones”, en el cual se inicia la investigación con un diagnóstico de la situación actual de la organización para determinar de forma urgente la necesidad

de implementar una plataforma que incluya BPM, para mejorar y buscar la eficacia en la unidad de tecnología de información.

El autor determina que las organizaciones ajustan sus métodos de distintas maneras, ciertas empresas han elegido los BPM ya que ayudan automatizar las actividades, es por esto que una empresa que no tenga implementado un BPM es una empresa débil y tiene menos oportunidades ante su competencia.

El autor **Enzo (2021)** en su tesis de grado propuesta “Diseño e implementación de los Procesos de Negocios a través de la aplicación de Business Process Management (BPM) para Mejorar la Productividad Organizacional en la empresa Moliservice El Chotano E.I.R.L” determina que los BPM es un enfoque que sirve para la gestión de procesos que se puede definir como análisis, mejora, innovación, diseño, formular y controlar involucrando a clientes, particulares, estructuras, aplicaciones, datos y otras fuentes de información.

A lo antes mencionado, lo que los BPM busca es generar una ciencia metódica en la organización, y esto se aplica no solo en la parte administrativa del documento, sino también el uso de partes humanas y otros principios de investigación, al ser estos recursos se denominan presentaciones informáticas.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Establecer el Business Process Management en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

1.2.2 Objetivos específicos

- 1) Fundamentar teóricamente las variables de estudio para dar a conocer el beneficio de los BPM en los emprendimientos turísticos

Para dar cumplimiento a este objetivo se buscó distintas definiciones y conceptos en las cuales dan a conocer las dos variables de estudio, estas se encontraron en libros, revistas, artículos, los cuales se encuentran redactados a partir del punto 1.5 en el que se verá reflejado cada indagación que se realizó para una mejor investigación del tema propuesto.

- 2) Determinar la línea de procesos principales ejecutados en los emprendimientos turísticos.

Se da cumplimiento al siguiente objetivo aplicando un cuestionario de 15 preguntas en el cual se planteó las dos variables de estudio, este se realizó a la población que se definió en la investigación, de acuerdo a los resultados se dio un valor a los elementos y se realizó una correlación de ambos para demostrar cuales son los que más sobresalen, se puede verificar en el inicio del capítulo 3.

- 3) Diseñar un esquema de implantación del Business Process Management para el desarrollo de los emprendimientos turísticos locales.

Se cumplió con el objetivo planteado realizando un estudio del emprendimiento Sierra Bella Food and Coffee, en el cual se analizó la utilización de BPM, dando lugar a una mejora en lo que tiene relación a la atención al cliente y sobre todo el ofrecimiento de su café, por el cual es reconocido este establecimiento ya que se da a conocer mediante el comercio de este producto que se lo realiza en diferentes ferias gastronómicas. El desarrollo de este punto se da a conocer en el punto 3.3

1.3 Problema de investigación

El problema de investigación tendrá que estar definido por los elementos más importantes que soporta la investigación, con la finalidad de comprender el entorno que se lleva a cabo dentro del tema de investigación planteado.

En el contexto de los BPM en el desarrollo del emprendimiento turístico se piensa que este enfoque está diseñado para igualar, examinar, transformar, establecer, monitorear, intervenir y evaluar los métodos de negocio de la organización. Sin embargo, se ha tomado como problema de investigación la repercusión que ha tenido el Covid-19 en los emprendimientos turísticos en la ciudad de Ambato, para observar cual ha sido sus pérdidas en los años 2019 – 2020 donde la pandemia tuvo más apogeo. Para así, dar solución a ciertas actividades de la organización y sería más eficiente y productiva, y es una gran ventaja para optimizar el tiempo de las actividades que realiza la

organización y así tener un mejor rendimiento, también este software ayuda a una mejor toma de decisiones.

Contextualización

1.2.1 Macro

De acuerdo con el Servicio de Rentas Internas – **SRI (2022)** con el Código “Actividades de operadoras turísticas CIU – N791200” en el cual se puede identificar las pérdidas que han tenido las pymes en el Ecuador con relación a los años 2019 - 2020 en donde fue la mayor pérdida de ganancia por el COVID -19.

Para el año 2019, las pymes han tenido \$64,230.476 de ventas netas locales, comparando con el año 2020 han tenido una gran pérdida de 18,642,307 de ventas netas locales, por consecuencia del COVID-19. (Ver anexo 1)

1.3.1.1 Meso

De acuerdo con la información obtenida por el **SRI (2022)** las pérdidas que se obtuvieron por medio de las ventas del servicio turístico en la provincia de Tungurahua en los años 2019 – 2020 con el Código “Actividades de operadoras turísticas CIU – N791200”, se puede determinar una pérdida por la variante del COVID-19, en el cual se verifica que en el año 2019 se han tenido un valor de \$755,161, por consiguiente en el año 2020 se determina un a valor de \$402,222 de las ventas netas locales, pudiendo ver una perdida en este año.

1.3.1.2 Micro

Las ganancias que han tenido las pymes en la ciudad de Ambato, en las operadoras turísticas, basados en datos estadísticos, proporcionados por el SRI con el Código “Actividades de operadoras turísticas CIU – N791200”, en donde se puede determinar que las ventas netas locales en el año 2019 han sido de \$442,265, por consiguiente, en el año 2020 se puede ver una pérdida de \$269,207 de las ventas netas locales.

Con el desarrollo anterior se da a conocer la formulación del problema con la siguiente incógnita: ¿Cómo influye el Business Process Management (BPM) en el desarrollo de los emprendimientos turísticos?

1.4 Justificación

Los mercados dinámicos en los que se mueve el mundo exigen a las organizaciones establecer metodologías de cambios y mejoramiento para brindar a sus clientes calidad en sus productos y servicios. Sin embargo, en este proceso de cambios y el rápido crecimiento de las organizaciones, no se están teniendo en cuenta los factores que generan malas prácticas y conllevan a los sobre costos, falta de control e ineficiencia en la ejecución de las actividades de los procesos. Es por esta razón que la presente investigación se justifica en la importancia que existe en diseñar y desarrollar propuestas que mejoren los procesos en las diferentes organizaciones para brindarles sostenibilidad y sustentabilidad a lo largo del tiempo y sobre todo cuando se trata de la tecnología Business Process Management en los emprendimientos de tipo turístico.

En la actualidad los emprendimientos han venido proliferándose en el mercado, y el crecimiento de estos contribuye a una ocupación activa de la economía local del país, en el caso de los emprendimientos de tipo turístico, si bien ha tenido una desaceleración en su crecimiento por temas de pandemia, existe la posibilidad de mejorar e incluso repuntar el sector, aprovechando adecuadamente los recursos e incentivando en mejores prácticas de estos servicios.

La investigación se justifica desde el punto de vista teórico, puesto que se empleará varios recursos como el uso de documentos formales, académicos y científicos que posibiliten la información necesaria para construir un marco o guía técnica para mejorar la investigación, a través de libros, revistas especializadas, artículos científicos, se podrá enriquecer la investigación y cumplir con los objetivos de la misma.

Desde el enfoque metodológico la propuesta se justifica en la utilización de una metodología descriptiva y de campo, donde los principales recursos será conocer de forma integral el problema y a su vez utilizar las técnicas necesarias para la recolección de información y el diseño de la propuesta que enfocará la metodología BPM.

Desde la parte práctica es importante este tipo de investigaciones ya que generan un enfoque detallado de áreas o grupos fuentes de riqueza que deben ser apoyados y gestionados desde la academia, contribuyendo con el conocimiento de nuevas

prácticas que pueden ser empleadas en sus establecimientos o potencializarlos para alcanzar sus objetivos como empresas y como sector económico; en este caso particularmente el turismo en el país es un sector estratégico que debe ser atendido logrando un mayor posicionamiento en el mercado nacional con miras a la internacionalización.

Cabe destacar que si se logra implementar esta metodología BPM en los emprendimientos de tipo turístico no solo se estarán optimizando y automatizando procesos, sino que se está transformando la forma de trabajar para conseguir una mejora continua basada en la adaptabilidad a los cambios.

Por tanto, se justifica que el uso de las herramientas BPM, a través de la investigación académica propuesta, facilitará el diseño, gestión y monitorización de procesos que estas entidades deberán utilizar en el entorno turístico empresarial para automatizar, medir y optimizar las operaciones de su giro de negocio. Utilizando flujos de trabajo y la colaboración de sus actores directos, ya que lograrán así que se proporcione métricas y Key Performance Indicator, Indicador Clave de Desempeño (KPIs) para que sus directivos puedan mejorar su toma de decisiones y comprobar que sus estrategias empresariales están consiguiendo alcanzar los objetivos marcados.

1.5 Marco Teórico

1.5.1 Business Process Management (BPM)

Según el autor **Benedet (2021)** plantea que, en la actualidad, las organizaciones pasan por la mejora de las estructuras y procesos que le dan forma la gestión de procesos de negocio es una de las alternativas más utilizadas para lograr esta mejora. La introducción de una metodología en una organización asegura la racionalidad del comportamiento organizacional. La aplicación de este procedimiento es en base a técnicas, herramientas y normas sobre las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Los avances tecnológicos, la proliferación de sistemas automatizados y la globalización han causado una competencia económica desenfrenada, obligando a las empresas a establecer nuevos mecanismos para asegurar su éxito y su supervivencia,

en este contexto tan adverso la gestión de procesos de negocio toma particular importancia, ya que el futuro de cualquier organización está en la planificación de escenarios.

De acuerdo al autor **Cruz (2021)** lo definió de la siguiente manera: es una guía sistemática que sirve para identificar, diseñar, levantar, documentar, medir, ejecutar y controlar tanto los procesos de forma manual como automatizados, con el fin de obtener a través de sus resultados en forma consistente los objetivos de la organización que se encuentran alineados con la estrategia de la empresa.

La Gestión de Procesos de Negocio es un enfoque estructurado a través de políticas, lineamientos, métodos, herramientas y softwares, que da cabida al aumento del tiempo de producción, el rendimiento, la gestión y el control de los procesos de una organización, además ayuda a dar un producto o servicio de calidad al cliente.

El autor **Farfan (2021)** denomina que los BPM es la disciplina de gestión empresarial orientada a los procesos de negocio. Al inicio, la mejora de los procesos de negocio tenía un sistema primordialmente teórico, en el que la metodología estaba establecida en reconocer los procesos, establecer los procesos estratégicos, documentar el proceso, crear un mapa de procesos de toda la organización, etc. Que permitiría “comprender la empresa” en base a este nuevo punto de vista que es Business Process Management. Como apoyo a estos trabajos comenzaron a manejar instrumentos que por evolución natural fueron cada vez más y mejores, así hasta la llegada del BPM.

1.6 Dimensiones de Business Process Management

De acuerdo con **Arévalo (2021)** existen cuatro dimensiones del BPM:

1.6.1 Levantamiento del proceso

Se debe almacenar los datos sobre cómo está organizado el flujo de trabajo, apoyándose de talleres, entrevistas, recolección de información y técnicas de moderación. Para esto en el proceso en estudio se debe definir claramente de procesos anteriores o posteriores. Redactar los servicios que produce para los clientes y qué importancia tiene desde el punto de vista de los objetivos de negocio, personificar tanto

el flujo de trabajo como los roles que tiene cada uno de ellos en cada uno de los pasos, los recursos a utilizar y los sistemas de información que lo apoyan.

Está basado en comprender los procesos actuales y los sistemas de información que se encuentran involucrados para diseñar y mejorar los procesos que disminuirán los problemas actuales y prevendrán los futuros **(Reijers, 2021)**.

1.6.2 Documentación del proceso

La información adquirida y documentada en un modelo de procesos que refleja el escenario presente. La documentación finalmente obtenida comprende fichas de descripción, los diagramas de los flujos, procedimientos que se utilizan para ejecutar el trabajo y políticas de negocio **(Reijers, 2021)**.

La fase que se basa en documentar los conocimientos adquiridos, basándose en el levantamiento efectivo de los requisitos solicitados asociando las reglas de negocio de la organización, las interfaces con otros sistemas involucrados en los procesos.

1.6.3 Análisis de mejora

Por lo general es el punto de inicio de los rediseños. inicialmente se pueden evaluar diferentes escenarios o variantes con el apoyo de simuladores. Esto se cumple si además están delineando un proceso nuevo. Para ambos casos el entregable o resultado es un modelo de proceso deseado **(Baena, 2019)**.

1.6.4 Implementación del proceso

Contiene tanto la implementación de la parte técnica como también las adaptaciones organizacionales requeridas. Las estrategias de la comunicación y la gestión del cambio conforman elementos fundamentales a considerar para el éxito de proyecto. El modelo técnico debe implementarse por medio de una suite de BPM o a través del desarrollo de software **(Baena, 2019)**.

Consiste en desarrollar la solución en el entorno de producción. Luego de esto debemos de realizar el seguimiento y medir en los procesos durante su ejecución: tiempos, costes retrasos y rendimiento.

1.7 Fases del Modelo BPM

Las fases del Modelo BPM son:

Diseñar: En esta parte del ciclo de vida de los BPM, se diseña el diagrama de procesos el cual incluye la representación del diagrama de flujo, las personas que se involucran en cada una de las actividades, los procedimientos estandarizados y las tareas tanto manuales y automatizadas.

Modelar y Ejecutar: Se toma el diseño del diagrama de procesos realizado anteriormente, pero se introduce una combinación de variables como son el costo de producción, la eficiencia, los indicadores de rendimiento, entre otros.

Monitorear: Se realiza un seguimiento de los procesos individuales, utilizando la información de los tiempos que se recolectó anteriormente, con el fin de diseñar estrategias que optimicen en el modelo de negocio de la empresa. En este punto los encargados de la organización deben motivar y corregir a los autores de cada una de las actividades (**Delgado, 2022**).

1.8 Los objetivos funcionales de BPM

Un objetivo clave del BPM es permitir a las organizaciones mejoras continuas de los procesos de negocios, mediante el uso de criterios básicos como:

- Optimización de los procesos de negocio de principio a fin, mediante la inclusión de socios, proveedores y clientes.
- Hacer visible los procesos de negocio, mediante el uso de Tecnologías de la Información (TI) para poder modelar, monitorear, optimizar y simular los cambios sin afectar directamente el proceso actual.
- Habilitar iteraciones rápidas de los procesos y sistemas subyacentes para la mejora continua y optimización de procesos (**Piña, 2019**).

1.9 Visibilidad en tiempo real del BPM

La visibilidad es el valor clave para las organizaciones que invierten en soluciones BPM, puesto que buscan gestionar todos los eventos que ocurren dentro de la organización, para poder optimizarlos, mejorarlos y aumentar su nivel, con ello se garantiza que servicio o producto ofrecido sea de calidad (**Benedet, 2021**).

1.9.1 Detección y respuesta inmediata del BPM

Un sistema BPM posee las siguientes estrategias de detección y respuesta.

Stock: El BPM invierte gran parte de sus recursos en mantener un stock de todos sus productos, por lo tanto, trata de no producir fuera de especificación.

Servicio 24 horas: El BPM busca cumplir el objetivo de dar respuesta a todos los pedidos que tenga en tan sólo 24 horas, con ello se busca proveer un servicio inmediato (**Delgado, 2022**).

1.9.2 Mejora continua de procesos

Un proyecto tiene un lapso de vida útil definida, por lo que los procesos de negocios deben ser medidos y gestionados de tal manera que puedan adaptarse a los cambios que el mercado requiera (**Piña, 2019**).

Además, la mejora de los procesos requiere de la colaboración de todas las personas que forman parte de la organización, con el fin de buscar una mejora que genere una estructura lógica, eficaz y eficiente (**Piña, 2019**).

1.9.3 Arquitectura tecnológica de BPM

La arquitectura tecnológica conecta a los empleados de una organización con los procesos de negocios, sin descuidar la estructura jerárquica de la empresa, con ello se logra los siguientes beneficios:

- Soporte rentable.
- Clasificación de los recursos del sistema BPM, en relación a la carga laboral.
- Permite la gestión de actividades y tareas con el fin de maximizar la eficiencia y productividad
- Permite compartir la responsabilidad de crear y modificar las actividades que se realizan en los procesos de negocio (**Verino, 2020**).

Los aspectos más importantes de una arquitectura tecnológica BPM son:

- Espacio de trabajo unificado, todas las personas que usan el sistema BPM tiene las opciones de compartir información y controlar en tiempo real sus actividades.
- El proceso de negocios posee reglas, pasos y procedimientos que deben ejecutarse en un tiempo y orden específico (**Verino, 2020**).

1.9.4 Arquitectura de negocio

Para hacer frente a la variedad de cambios y requisitos que exige el mercado hoy en día, es esencial disponer de modelos que reflejan plenamente y con precisión la arquitectura de negocios de la organización. Estos modelos son esenciales para asegurarse que los procesos internos de la empresa respondan de manera adecuada a los cambios o mejoras que se requieren implantar, a continuación, se menciona los aspectos más importantes de la arquitectura del negocio (**Hitpass, 2020**).

- Estrategia
- Modelos de datos y la información
- Reglas del negocio

1.9.5 Arquitectura del proceso

La arquitectura del proceso en un proyecto debe tener en cuenta tres ambientes predeterminados:

- Entorno de desarrollo, es en donde se lleva a cabo la fase de construcción.
- Entorno de producción, es donde se lleva a cabo el entorno operativo del proceso.
- Entorno de prueba, es donde se lleva a cabo la prueba y certificación.

1.9.6 Arquitectura de gestión

Es una arquitectura que permite el acceso a la información personalizada, mediante el uso de un conjunto de algoritmos que verifican la jerarquía de la organización, estas arquitecturas de gestión son poco utilizadas, puesto que presentan problemas a todo tipo de comunidades, ya que las personas con un acceso limitado no pueden acceder a

información relevante sin el permiso o consentimiento de personas de más rango, lo que conlleva a pérdida de tiempo y recursos (**Cervantes & Barragan, 2019**).

1.9.7 Arquitectura tecnológica

El diseño de esta interfaz debe tener en cuenta una serie de características básicas como: la seguridad, el sistema operativo (SO), arquitectura del Sistema y consideraciones sobre el hardware.

1.9.8 Seguridad

La seguridad a largo plazo implica no sólo la protección de la transacción electrónica de pago, sino que de los diferentes subsistemas como:

- La plataforma sistemática
- El contenido de los e- mail
- Información compartida entre empleados.

1.10 Sistema operativo

Debe tener un sistema operativo con capacidad multi hilo y para proporcionar mayores garantías de fiabilidad y robustez;

- Plataforma de hardware.
- Escalabilidad

1.11 Consideraciones sobre el hardware

Antes de continuar con el desarrollo e implementación del sistema diseñado, se debe tomar en cuenta el hardware a usar, un ejemplo de los criterios usados en la elección del hardware se detalla a continuación:

- Identificar las tareas
- Identificar los recursos necesarios
- Desarrollo e implementación del sistema (**Hitpass, 2020**)

1.12 Factores de éxito en la gestión BPM

Los factores clave para establecer un programa de gestión de procesos (BPM) son:

- Elección de la persona que dirigirá el proyecto.
- Determinar cuál es el negocio estratégico clave de la organización
- Establecer los objetivos del programa BPM a implementar
- Evaluar la madurez de BPM que la organización requiere, en base al modelo BPMN.
- Evaluar el tipo de sistema BPM que se adapta mejor a la cultura organizacional de la empresa.
- Obtener las funciones y responsabilidades para el programa de BPM (**Hitpass, 2020**).

Obstáculos

La decisión de utilizar un BPM en una organización no es tan simple como puede parecer, puesto que se lo debe realizar lo más detallado posible, entre las partes más importantes a describir en el BPM son las siguientes:

Eventos, los eventos que contiene el BPM deben estar descritos lo más minucioso posible, por dicha razón se posee varios tipos de eventos:

Tipos de elementos, los elementos que contiene el BPM son muchos más de los que posee un simple flujograma, puesto que deben adaptarse a las diferentes condiciones que poseen los procesos de negocio dentro de las organizaciones (**Cruz, 2021**).

1.13 Tecnología e información

En el contexto de mejoramiento de procesos, el BPM es el sistema más completo que existe actualmente y constituye una de las tendencias en gestión más importantes hoy en día, puesto que permite la colaboración de todas las personas que forman parte de la organización (**Cruz, 2021**).

Servidores de correo electrónico BPM: después de supervisar el correo electrónico entrante, el mensaje que aparece en la bandeja de entrada inicia automáticamente una aplicación BPM. De esta forma, el contenido del correo electrónico se puede extraer y usar para rellenar campos del formulario o adjuntar a un flujo de trabajo. La capacidad de interactuar y extraer datos de los mensajes de correo electrónico es valiosa en una

variedad de aplicaciones que incluyen: soporte técnico, servicio post ventas y atención al cliente.

Aplicación de BPM social e integración de aplicaciones de flujo de trabajo: con las aplicaciones BPM es posible crear flujos de trabajo asociados a eventos como tweets de Twitter, Me gusta o comentarios de Facebook o publicaciones de LinkedIn. Bastaría con asignar un tweet a un agente de servicio al cliente o dirija un comentario de Facebook a un experto en marketing de redes sociales para obtener una respuesta. A través de una aplicación de flujo de trabajo y una integración y configuración de aplicaciones BPM, es posible definir qué tipo de eventos de redes sociales desencadenarán una respuesta de flujo de trabajo.

1.14 Desarrollo de los emprendimientos turísticos

El Desarrollo del Emprendimiento tiene como propósito aportar al crecimiento, competitividad y desarrollo local y regional, por medio de la promoción del emprendimiento, la instalación de capacidades, la creación y transferencia de soluciones sustentables y la creación de nuevas empresas de valor.

1.15 Emprendimiento

El término emprendimiento proviene del francés 'entrepreneur', que significa «pionero», y se refiere etimológicamente a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta, aunque en la actualidad se limita su uso para referirse a una nueva empresa o proyecto que inicia una persona o grupo de personas (Cobo , Fernández, López, & Santamaría, 2018)

1.16 Tipos de emprendimiento

Existen tres tipos principales de emprendimientos que define **Chávez** (2022):

Emprendimientos pequeños. Negocios a pequeña escala llevados adelante por una o más personas con el fin de producir o comercializar un bien o servicio, sus ganancias son utilizadas para cubrir el negocio y mantener el coste de vida del emprendedor.

Emprendimientos escalables. Negocios que amplían su mercado sin poner esfuerzo en mejorar su producto o ampliar el stock. Este tipo de emprendimientos se evidencia en el ámbito de la tecnología y lo digital.

1.17 Según el grado de innovación:

Emprendimientos espejo. Negocios que imitan o se basan en la producción de un bien o servicio que ya existe, o que adquieren una franquicia de un negocio ya exitoso.

Emprendimientos por necesidad. Negocios que surgen cuando el individuo busca un cambio en su vida o como una nueva forma de generar ingresos económicos. Este tipo de emprendimientos se da por la necesidad del emprendedor y no por una necesidad del mercado.

1.17.1 Según el ámbito en el que se desarrollan:

Emprendimientos sociales. Negocios que innovan con ideas que son rentables pero que además tienen un impacto positivo en el medio social y ambiental de una comunidad.

Emprendimientos digitales. Negocios que se realizan íntegramente en Internet, la producción y comercialización del servicio es 100 % digital.

1.18 Turismo

Según la Organización Mundial de turismo - **OMT (2022)** el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios.

De acuerdo con **Krapf (2022)** el turismo es el conjunto de acciones, actividades, relaciones y fenómenos causados por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar habitual de residencia, en tanto que no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal.

Por lo que, puede existir emprendimientos turísticos donde la finalidad será brindar un producto turístico.

1.19 Producto Turístico

Un producto turístico se puede definir como el conjunto de atractivos y servicios, tangibles o intangibles, que se ofrecerán al mercado para satisfacer la demanda turística. El producto turístico debe considerar los distintos actores de la cadena de valor; operadores, guías, agencias de viajes, restaurantes, hoteles, plataformas digitales, comunidades, atractivos, entre otros.

1.20 Características del Producto Turístico

La mayoría de los productos turísticos comparten una serie de características que los va diferenciando de los demás productos entre estas características del producto turístico, según **Segovia (2021)** son:

- **Intangibilidad:** No es posible oler, tocar o sentir un producto turístico. Cuando un turista viaja, es imposible que se pueda traer la habitación para verla, debe ir al destino para hacerlo.
- **Caducidad:** No es posible almacenar un producto turístico, se consumen al momento o se pierden.
- **Agregabilidad:** Los productos turísticos pueden estar formados de varios productos complementarios. Es necesario llevar un control la calidad de cada elemento.
- **Heterogeneidad:** Permite confeccionar productos «a medida». Eso da un aire de personalización.
- **Simultaneidad de producción y consumo:** Los productos turísticos primero son comprados, y en segundo lugar son producidos y consumidos simultáneamente (**Segovia, 2021**)

CAPÍTULO II

METODOLOGIA

2.1 Métodos

2.2 Método teórico

De acuerdo al autor **López (2021)** señala que el método teórico es una investigación exhaustiva para recopilar y considerar las distintas opiniones de diversos autores, que mencionan a aportan al tema propuesto. Además, este enfoque se utiliza para abordar y evaluar aspectos de las perspectivas encontradas en diferentes técnicas de investigación.

2.3 Método hipotético deductivo

Según **López (2021)** tiene como propósito realizar un indicio a la hipótesis, ya que a partir de los cuales se siguen las pautas para probar la validez de las suposiciones. Esto hace como prueba de uno o más enunciados, ya que tiene un gran valor porque puede predecir y probar nuevas suposiciones sobre la realidad y hacer predicciones basadas en información conocida.

2.4 Enfoque

2.4.1 Cuantitativo

De acuerdo con **Sanchez y Murillo (2021)** se determina por una logica deductiva – empirica basada en pasos rigurosos, metodos estadisticos para la recoleccion de datos, y asi obtener la fiabilidad y validez del instrumento.

2.5 Tipo de investigación

2.5.1 Investigación descriptiva

Según **Tamayo (2019)** el tipo de investigación descriptiva, comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo, cosa funciona en el presente, la investigación descriptiva trabaja

sobre realidades de hecho, caracterizándose fundamentalmente por presentarnos una interpretación correcta.

De acuerdo con **López (2021)** señala que una de las funciones principales de la investigación descriptiva es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de ese objeto. La investigación descriptiva se guía por las preguntas de investigación que se formula el investigador, se soporta en técnicas como la encuesta, entrevista, observación y revisión documental.

Se trabajará con este tipo de investigación en el desarrollo descriptivo de las variables de estudio, se definirá y se caracterizará con el propósito de entender cada una de sus cualidades y de esta forma aprovechar las ventajas que se obtiene del BPM y su implementación en los emprendimientos de tipo turístico.

2.6 Modalidad de investigación

2.6.1 Bibliográfica

La investigación bibliográfica **López (2021)** determina es un proceso mediante el cual el investigador recopila conceptos con el propósito de obtener un conocimiento sistematizado. El objetivo es procesar los escritos principales de un tema particular.

Para el proceso de investigación bibliográfica se debe contar con material informativo como libros, revistas de divulgación o de investigación científica, sitios web y demás información necesaria para iniciar la búsqueda. Una búsqueda bibliográfica debe hacerse desde una perspectiva estructurada y profesional.

En el presente trabajo de investigación se aplicará para la recolección de información que será parte del marco teórico o el estudio pormenorizado de las variables de estudio, a través de fuentes confiables como libros, artículos científicos y todo dato académico que pueda validar la información.

2.7 Población y muestra

2.7.1 Población

De acuerdo **Condori (2020)** señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación.

Se entenderá como el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado, donde se desarrollará la investigación.

La población seleccionada para la investigación estará de acuerdo con el catastro actualizado del Ministerio de Turismo del Ecuador, puesto que se necesita identificar la población que comprende los emprendimientos turísticos de la localidad.

Tabla 1. Segmento de mercado

POBLACIÓN				
VARIABLE	Descripción	Población	Fuente	Año
Segmentación Demográfica	Ecuador	22909	MINTUR	2022
Segmentación Demográfica	Tungurahua	1039	MINTUR	2022
Segmentación Demográfica	Ambato	505	MINTUR	2022

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López.

Nota: Se realizó el promedio de incremento poblacional para ejecutar la proyección al año 2022.

Datos tomados de MINTUR.

En este caso se puede establecer una población total de 505 emprendimientos de tipo turístico en la ciudad de Ambato.

2.7.2 Muestra

De acuerdo con **Condori (2020)** la muestra es en esencia un subgrupo de la población, es decir, pertenecen al conjunto definido en sus características. Una muestra está constituida por sujetos o unidades de observación, a partir de las cuales se hará inferencia al resto de la población no estudiada.

Cálculo de muestra

Ecuación 1: Fórmula de la muestra

$$n = \frac{Z^2PQN}{Z^2PQ + Ne^2}$$

Siendo:

n=tamaño de la muestra

N=tamaño del universo

p= probabilidad de éxito

q=probabilidad de fracaso

z= nivel de confianza

e= error de estimación

Donde:

Tamaño del universo = 505

Probabilidad de éxito= 0,5

Probabilidad de fracaso= 0,5

Nivel de confianza= 1,96

Error de estimación= 0,05

$$(1,99)^2 * 910 * 0,5 * 0,5 / (0,05)^2 (910 - 1) + (1,90)^2 * 0,5 * 0,5$$

$$n = 219$$

La muestra será de 219 emprendimientos de tipo turístico en la ciudad de Ambato.

2.8 Técnica

2.8.1 Entrevista

Según **Herrero (2021)** señala que la entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial.

A su vez estará dirigida para los administrativos o representantes de los diferentes emprendimientos turísticos de la ciudad.

2.8.2 Encuesta

El autor **Ocampo (2020)** determina que la encuesta es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas. Las encuestas proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos. Se aplicará a través de los clientes internos de los emprendimientos de tipo turístico.

2.8.3 Observación

De acuerdo **Herrero (2021)** señala que es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación será así, un elemento fundamental del proceso de investigación, ya que el investigador se apoya para obtener el mayor número de datos.

2.8.4 Instrumento

Al escoger las técnicas de investigación, se requiere el uso de instrumentos para la recolección de la información. Así se tiene los siguientes instrumentos:

2.8.5 Cuestionario

Un cuestionario es un conjunto de preguntas escritas utilizadas para obtener información indistintamente para evaluar a una sola persona. Aun cuando el cuestionario puede ser respondido por más de una persona, las respuestas no forman parte de un análisis estadístico. Se utilizará en la técnica de la encuesta (Gaibor, 2022).

Por consiguiente, el cuestionario fue realizado de acuerdo con los factores más importantes que se desarrollaron en la investigación, El cuestionario consta de 15 preguntas de escala de Likert, las mismas que son de gran utilidad para conseguir respuestas específicas que nos ayudaran a identificar los fenómenos que necesitamos medir a través del instrumento, El cuestionario encaminado a los emprendimientos turísticos que se encuentran en la ciudad de Ambato.

Para la validación del instrumento se aplicó la prueba piloto 40 personas, que al realizar una prueba piloto se escoge entre el 15 - 30% (Mora, y otros, 2015).

A continuación, se muestra el link de la encuesta que se realizó por Google Form.

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScZN3QVt0LsD3KOB5ef0nQVLoMCJ91dK2KM3ep137Smg3XXaw/viewform>

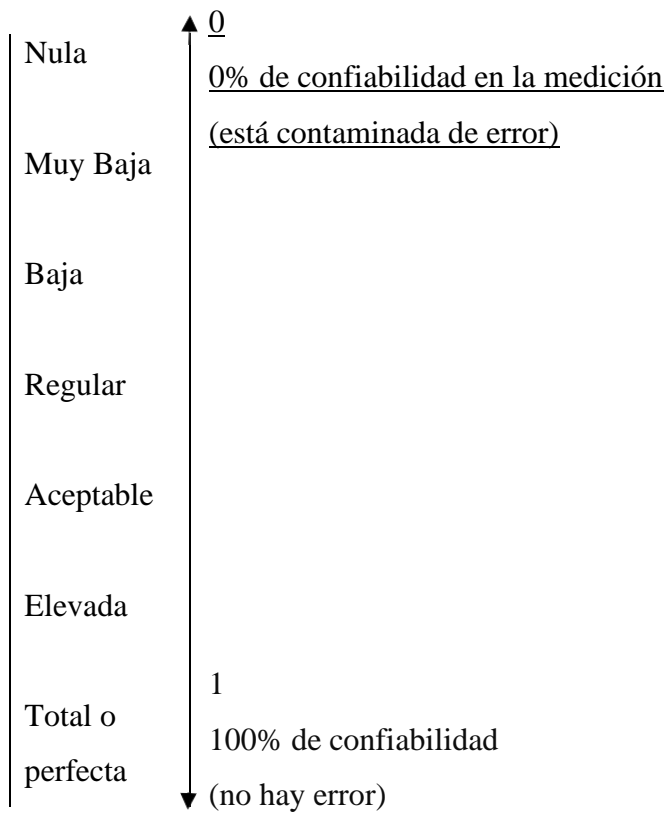
2.9 Validez y confiabilidad

Según **Bogdan (2021)** determina que la validez de un instrumento se refiere totalmente a la variable que pretende medir, mientras que la confiabilidad se encarga de demostrar resultados consistentes y coherentes.

Se ha tomado en cuenta la validez de expertos la cual se encarga de medir el grado de las variables de beneficio, con el apoyo de expertos en el tema (Ver anexo 7).

De acuerdo con **Hernández (2014)** para conocer la confiabilidad del Alfa de Cronbach plantea valores que van desde 0 a 1, por lo cual es representada en nula y total o perfecta.

Figura 1: Valoración del Alfa de Cronbach



Con el respectivo análisis de las dos variables de estudio, se alcanzó un resultado de 0,98, el mismo que indica una alta estabilidad conforme a las 15 preguntas que se plantearon para lograr medir las variables, el BPM en el desarrollo de los emprendimientos turísticos aplicando en el cuestionario antes mencionado escala de Likert.

Tabla 2. Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	40	97,6
	Excluido ^a	1	2,4
	Total	41	100

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta Piloto

Tabla 3. Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N.º de elementos
,975	15

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta Piloto

2.10 Planteamiento de la Hipótesis

2.11 Hipótesis de Investigación

A continuación, se presenta la formulación de hipótesis, partiendo del problema de investigación, se puede plantear lo siguiente:

¿Cómo influye el Business Process Management (BPM) en el desarrollo de los emprendimientos turísticos?

2.11.1 Hipótesis Alternativa (H1)

EL Business Process Management (BPM) influyen en los desarrollos de los emprendimientos turísticos.

2.11.2 Hipótesis nula (H0)

EL Business Process Management (BPM) no influyen en los desarrollos de los emprendimientos turísticos.

CAPÍTULO III.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de los resultados

Al concluir con la aplicación del cuestionario a la muestra seleccionada se continua con el análisis y el procesamiento de los datos obtenidos en relación con las 219 personas encuestadas que fueron parte del estudio de investigación. Es decir, para verificar el análisis de los datos hasta la obtención de los resultados se conoce como referencia el procedimiento de análisis y discusión de los resultados que plantea **Hernandez (2014)**.

Pregunta 1.- ¿Considera usted qué es favorable implementar los BPM a su emprendimiento para mejorar la comunicación entre la organización y el cliente?

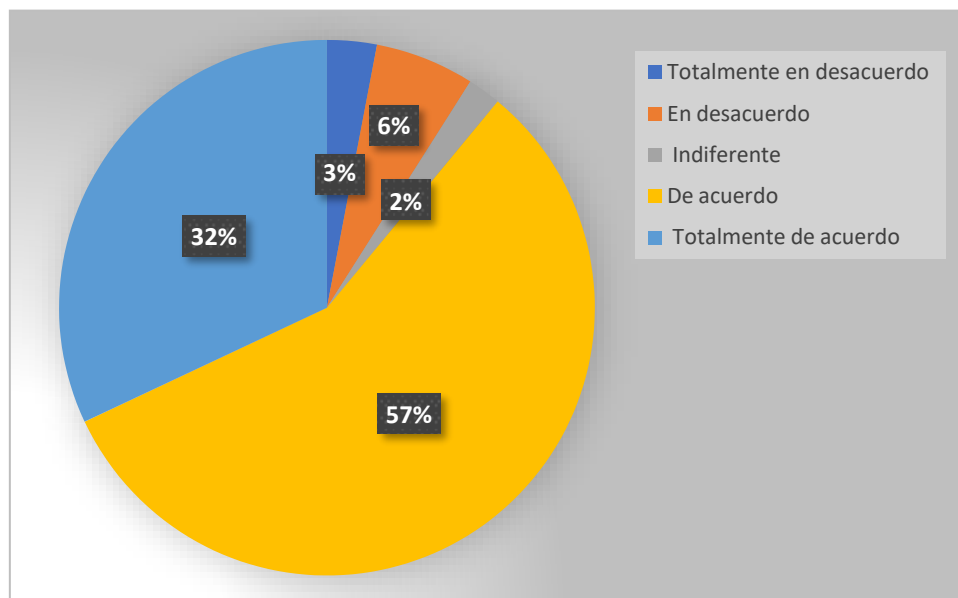
Tabla 4. Implementar los BPM para mejorar la comunicación con clientes

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	7	3%
2. En desacuerdo	12	6%
3. Indiferente	5	2%
4. De acuerdo	126	57%
5. Totalmente de acuerdo	69	32%
TOTAL	219	100%

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 1. Implementar los BPM para mejorar la comunicación con clientes



Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López
Fuente: Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

Del total de 219 personas encuestadas con relación al instrumento sobre si la implementación de los BPM para mejorar la comunicación con clientes, el 57% está de acuerdo, el 6% está en desacuerdo y un 2% es indiferente a lo antes mencionado.

Se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo con la implementación de los BPM para mejorar la comunicación y la colaboración con los empleados, departamentos y otras entidades, ya que esto se puede ayudar a garantizar que la comunicación sea oportuna y precisa, y que la información se comparta de manera efectiva entre diferentes departamentos e individuos de la organización; mientras por otro lado un porcentaje mínimo de las personas encuestadas son indiferentes, ya que no conocen la existencia de este software o no les atrae, para poder implementar en su emprendimiento u organización.

Pregunta 2.- ¿Considera usted que los BPM aportan con altos beneficios a su organización?

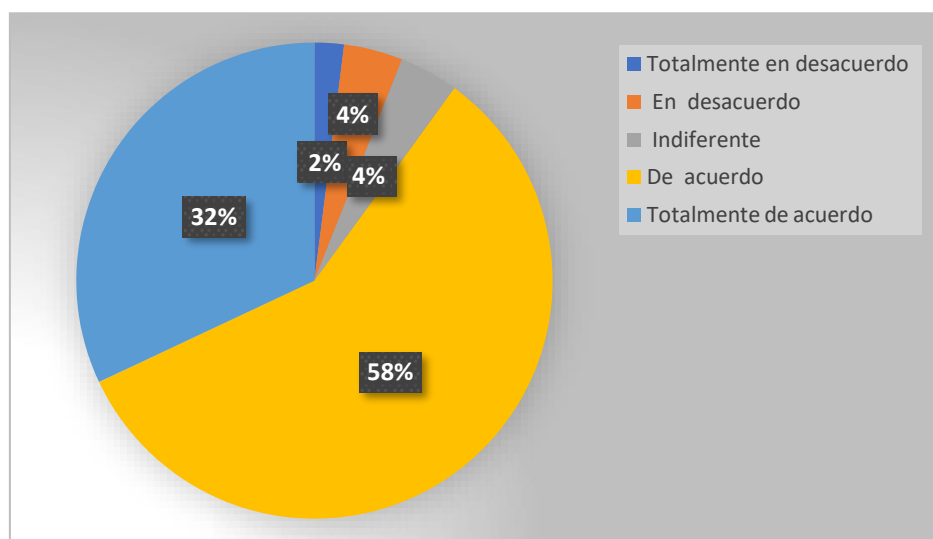
Tabla 5. Los beneficios que aportan los BPM

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	5	2%
2. En desacuerdo	9	4%
3. Indiferente	9	4%
4. De acuerdo	127	58%
5. Totalmente de acuerdo	69	32%
TOTAL	219	100%

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 2. Los beneficios que aportan los BPM



Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

Del total de 219 personas encuestadas con relación al instrumento sobre los beneficios que aportan los BPM en la organización, el 58% está de acuerdo, el 4% es indiferente y un 2% está totalmente en desacuerdo a lo antes mencionado.

Se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo que los BPM aportan beneficios a la organización, una vez que la productividad permite agilizar los procesos comerciales eliminando tareas redundantes o ineficientes, así

como automatizando cualquier tipo de trabajo, esto a su vez, permite que sus procesos produzcan un mayor rendimiento, es decir, mayor calidad del producto, proceso que se ejecuta más rápido, ya que los empleados se centran en dedicar tiempo a funciones básicas más importantes; mientras que por otro lado un porcentaje mínimo de las personas encuestas son indiferentes, ya que desconocen o no han investigado sobre este software y los grandes beneficios que podría aportar a su organización, como por ejemplo aumento de la productividad, automatización de procesos y ayuda a los aumentos de los ingresos, etc.

Pregunta 3.- ¿Considera usted que los BPM darán solución a los problemas del consumidor en relación con la organización y clientes?

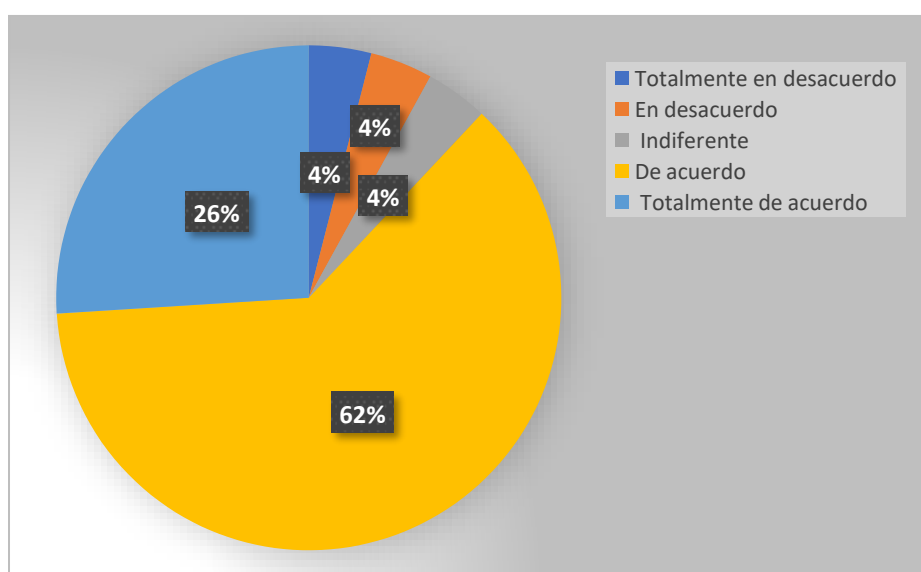
Tabla 6. Solución de problemas entre la organización y cliente

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	8	4%
2. En desacuerdo	8	4%
3. Indiferente	9	4%
4. De acuerdo	136	62%
5. Totalmente de acuerdo	58	26%
TOTAL	219	100%

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 3. Solución de problemas entre la organización y cliente



Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

Del total de 219 personas encuestadas con relación al instrumento sobre la solución de problemas entre la organización y clientes, el 62% está de acuerdo, mientras que existe un porcentaje simultaneo del 4% entre las opciones de respuesta indiferente y totalmente en desacuerdo a lo antes mencionado.

Se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo que los BPM darán solución a las problemáticas que pudieran tener la organización en relación a los clientes, ya que es una herramienta para ayudar a resolver problemas como por ejemplo un empleado olvide hacer un seguimiento con un cliente después que haya entregado un producto o servicio. Si el empleado utiliza esta herramienta y sigue cada paso, debe acostumbrarse al sistema y cometer menos errores, como no hacer un seguimiento a un cliente; mientras que por otro lado un porcentaje mínimo de las personas encuestadas están en total desacuerdo, ya que su estructura no permite flexibilidad para que los empleados trabajen en soluciones de la forma que consideren adecuada con relación a los clientes y a su vez en la organización.

Pregunta 4.- ¿Considera usted que los BPM ayudan a la reducción de costos en la organización?

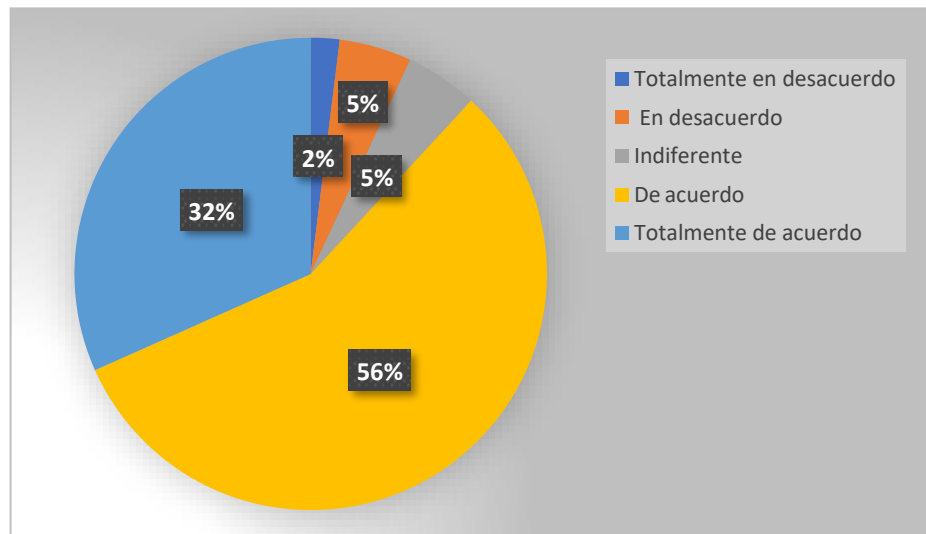
Tabla 7. Reducción de costos en la organización

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	4	2%
2. En desacuerdo	10	5%
3. Indiferente	10	5%
4. De acuerdo	125	57%
5. Totalmente de acuerdo	70	32%
TOTAL	219	100%

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 4. Reducción de costos en la organización



Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

Del total de 219 personas encuestadas con relación al instrumento sobre la reducción de costos en la organización, el 57% está de acuerdo, mientras que el 5% es indiferente y un 2% está totalmente en desacuerdo a lo antes mencionado.

Se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo que los BPM ayudarán a la reducción de costos, siendo la mejor forma la automatización de los procesos que requieren menos mantenimiento que los impulsados por un empleado, lo que puede ahorrar tiempo y dinero, al eliminar tareas redundantes, también elimina gastos innecesarios, por otro lado un porcentaje mínimo de personas encuestadas están en total desacuerdo que este software podría reducir costos, ya que la organización al comienzo mira como una inversión inicial considerable, que si no se sabe utilizar podría representar una gran pérdida.

Pregunta 5.- ¿Considera usted que es conveniente que la organización implemente los BPM para mejorar la automatización de procesos?

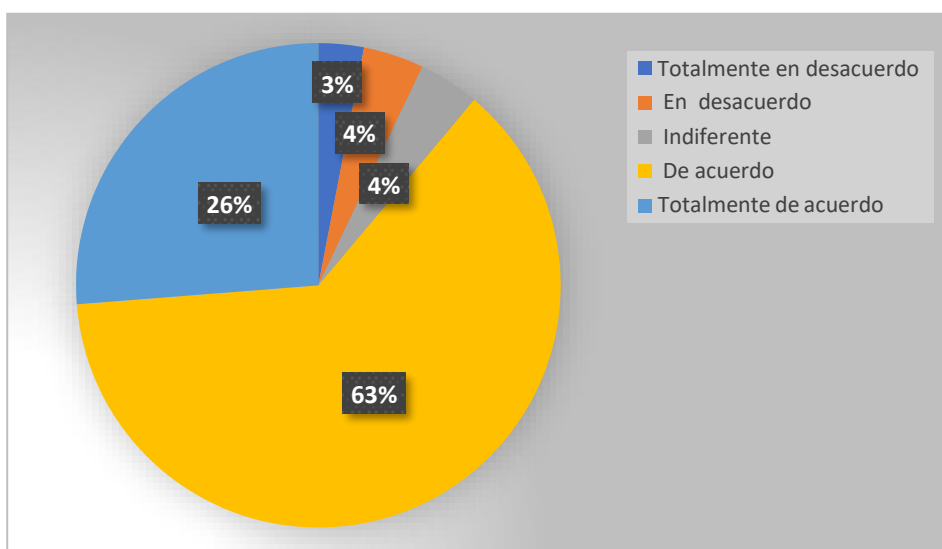
Tabla 8. Implementación de los BPM para mejorar la automatización de procesos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	6	3%
2. En desacuerdo	9	4%
3. Indiferente	9	4%
4. De acuerdo	137	62%
5. Totalmente de acuerdo	58	26%
TOTAL	219	100%

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 5. Implementación de los BPM para mejorar la automatización de procesos



Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

Del total de 219 personas encuestadas con relación al instrumento sobre la implementación de los BPM para mejorar la automatización de procesos, el 62% está de acuerdo, mientras que el 4% es indiferente y un 3% está totalmente en desacuerdo a lo antes mencionado.

Se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo que la implementación de los BPM pueda mejorar la automatización de procesos, una vez que este software tiene como objetivo evitar problemas, ya que, al implementar una

estrategia de automatización de procesos reutilizable y ampliable, una organización puede recuperar el control sobre los procesos empresariales, mejorar la comunicación, aumentar la satisfacción del cliente y reducir la confusión; por otro lado, un porcentaje mínimo de personas encuestadas están en total desacuerdo, ya que puede crear una sensación de incertidumbre en quienes trabajan para su organización en consecuencia los empleados que están preocupados por sus trabajos pueden comenzar a buscar empleo en otro lugar.

Pregunta 6.- ¿Considera usted que los BPM son elementos clave que facilitan la comunicación entre la organización y el cliente?

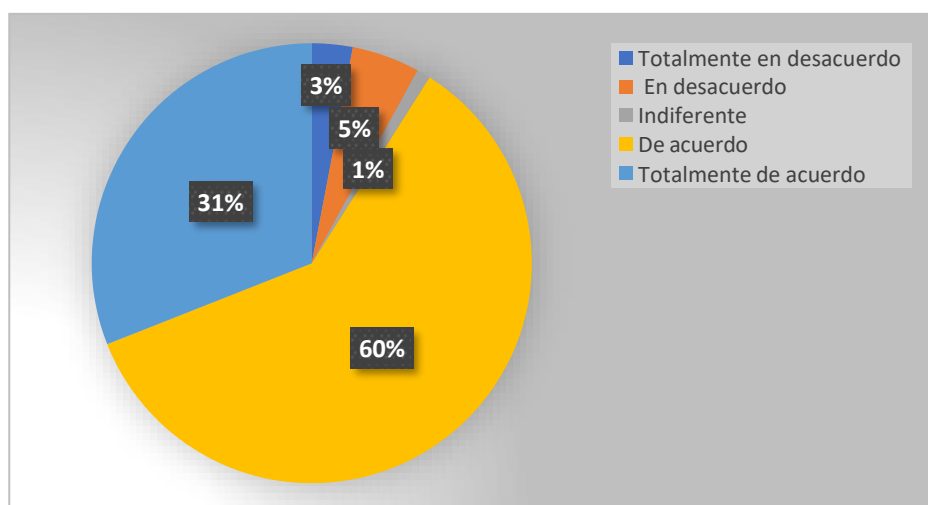
Tabla 9. Elementos claves para mejorar la comunicación con el cliente

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	6	3%
2. En desacuerdo	10	5%
3. Indiferente	3	1%
4. De acuerdo	132	60%
5. Totalmente de acuerdo	67	31%
TOTAL	219	100%

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 6. Elementos claves para mejorar la comunicación con el cliente



Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

Del total de 219 personas encuestadas al indagar si los BPM son elementos claves para mejorar la comunicación con el cliente, el 60% está de acuerdo, mientras que el 5% está en desacuerdo y un 1% es indiferente a lo antes mencionado.

Se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo que los BPM son elementos claves que facilitan la comunicación entre la organización y el cliente, ya que estos elementos ayudan alcanzar sus objetivos comerciales estratégicos, como la mejora de su marco de experiencia del consumidor, y mejorar la eficiencia, reducir costos y errores, para ofrecer mejores productos y servicios a sus clientes; por otro lado, un porcentaje mínimo de personas encuestadas es indiferente, ya que no ven necesario utilizar estos elementos en su organización, porque no se han dado el tiempo en investigar los beneficios que podría aportar dentro de su emprendimiento para mejorar la comunicación con sus clientes.

Pregunta 7.- ¿Considera usted que la organización difunda los beneficios que brinda la implementación de los BPM?

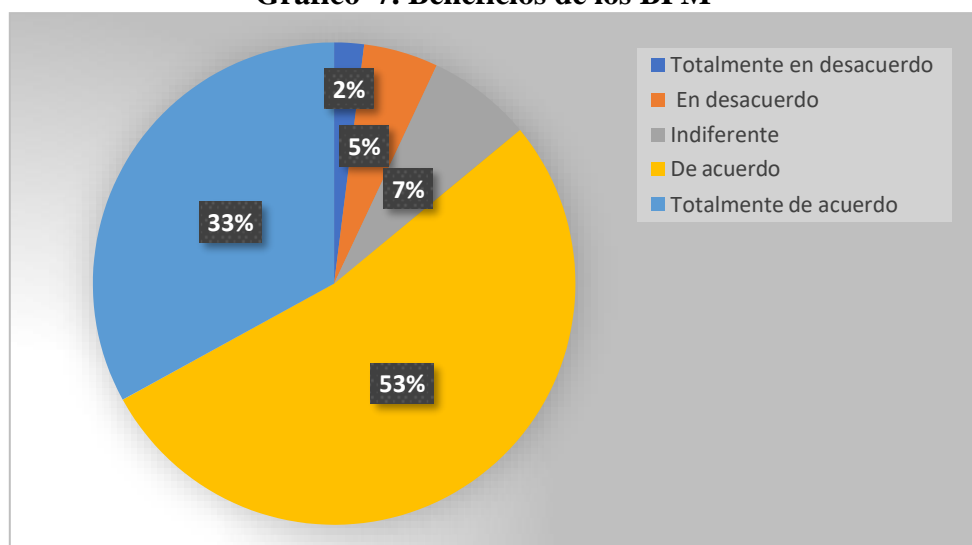
Tabla 10. Beneficios de los BPM

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	4	2%
2. En desacuerdo	11	5%
3. Indiferente	15	7%
4. De acuerdo	117	53%
5. Totalmente de acuerdo	72	33%
TOTAL	219	100%

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 7. Beneficios de los BPM



Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López
Fuente: Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

Del total de 219 personas encuestadas con relación al instrumento sobre los beneficios que brinda la implementación de los BPM, el 53% está de acuerdo, mientras que el 7% es indiferente y un 2% está totalmente en desacuerdo a lo antes mencionado.

Se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo que la organización difunda los beneficios de los BPM, que puede dar a las empresas la velocidad y la capacidad para satisfacer las demandas. Un BPM bien integrado permite a una empresa pausar sus procesos comerciales ante la primera señal de un problema, realizar ajustes en el proceso y luego volver a encarrilarlo rápidamente y con una mínima pérdida de tiempo; por otro lado, un porcentaje mínimo de personas encuestadas están en total desacuerdo que los BPM tengan beneficios en la organización, ya que este software no es barato, y el incumplimiento de las metodologías resultará en una grave pérdida de fondos y otros recursos.

Pregunta 8.- ¿Considera usted que es oportuno que la organización de a conocer los resultados de la aplicación de los BPM?

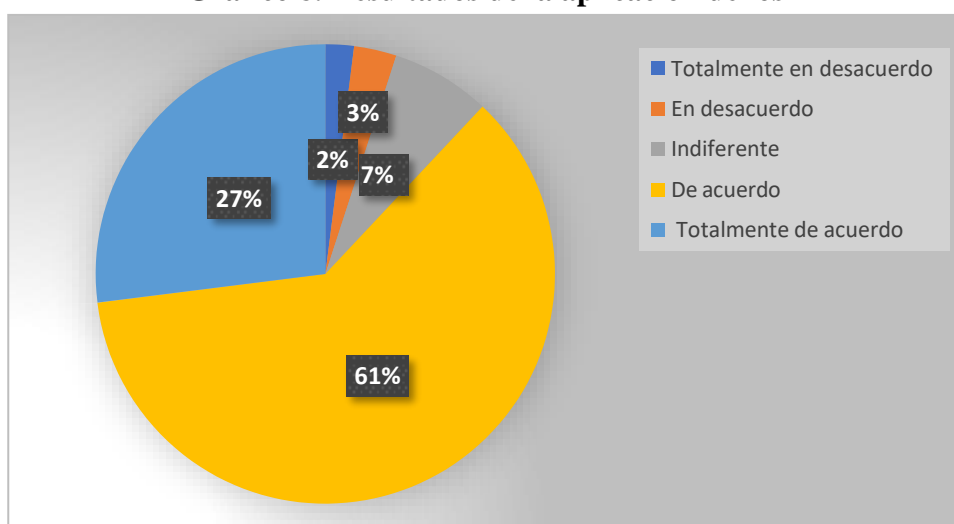
Tabla 11. Resultados de la aplicación de los BPM

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	4	2%
2. En desacuerdo	7	3%
3. Indiferente	15	7%
4. De acuerdo	134	61%
5. Totalmente de acuerdo	59	27%
TOTAL	219	100%

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 8. Resultados de la aplicación de los BPM



Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

Del total de 219 personas encuestadas con relación al instrumento sobre los resultados de la aplicación de los BPM, el 61% está de acuerdo, mientras que el 7% es indiferente y un 2% está totalmente en desacuerdo a lo antes mencionado.

Se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo en que la organización de a conocer los resultados de los BPM que ayudan a las organizaciones a reducir costos y aumentar eficiencia. Esto puede significar más ingresos y crecimiento para las empresas, así como una mayor velocidad, organización

y eficiencia, también ayudan a crear una ventaja competitiva al mejorar la agilidad organizacional. La tecnología de la aplicación BPM puede hacer que cualquier organización, en los sectores público y privado, sea más eficiente, más ágil y más exitosa, sin importar su misión; por otro lado un porcentaje mínimo de personas encuestadas están en total desacuerdo, ya que desconocen los resultados favorables que podría aportar la organización, como este proceso comercial es una colección de tareas y actividades comerciales que, cuando las realizan personas o sistemas en un curso estructurado, produce un resultado que contribuye a los objetivos comerciales.

Pregunta 9.- ¿Considera usted que el desarrollo de los BPM en la organización mejora la interacción con sus clientes?

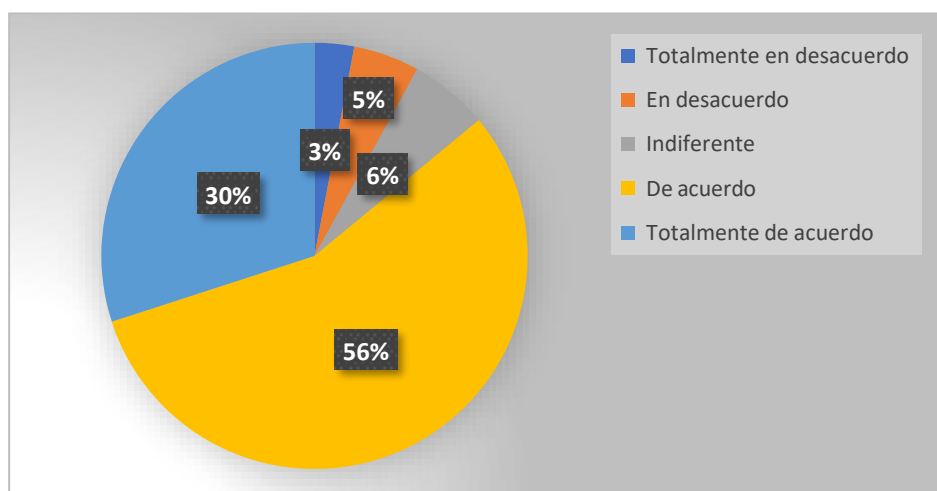
Tabla 12. Desarrollo de los BPM en la organización mejora la interacción con sus clientes

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	5	3%
2. En desacuerdo	10	5%
3. Indiferente	13	6%
4. De acuerdo	124	56%
5. Totalmente de acuerdo	67	30%
TOTAL	219	100%

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 9. Desarrollo de los BPM en la organización mejora la interacción con sus clientes



Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

De un total de 219 personas encuestadas con relación al cuestionario propuesto del desarrollo de los BPM en la organización mejora la interacción con sus clientes, el 56% está de acuerdo, el 6% es indiferente y, en cambio el 3% está totalmente en desacuerdo con lo mencionado al inicio.

De acuerdo con lo obtenido, se presenta que los BPM aportan de una manera positiva entre organización y cliente, ya que este se encarga de automatizar recursos, en este caso conserva una buena relación la cual resulta ser de alto beneficio para la organización, ya que los clientes logran reconocer que con el uso de la tecnología se lograra obtener una buena atención de acuerdo a los servicios que ofrezca esta entidad; por otro lado un porcentaje mínimo de personas encuestadas están en total desacuerdo que este software no mejorara la interacción con los clientes, ya que su enfoque está en permitir la mejora de procesos para que las organizaciones puedan optimizar las operaciones diarias y hacer el trabajo de manera más efectiva.

Pregunta 10.- ¿Considera usted que el desarrollo de los emprendimientos turísticos está orientados a los diversos tipos de consumidores?

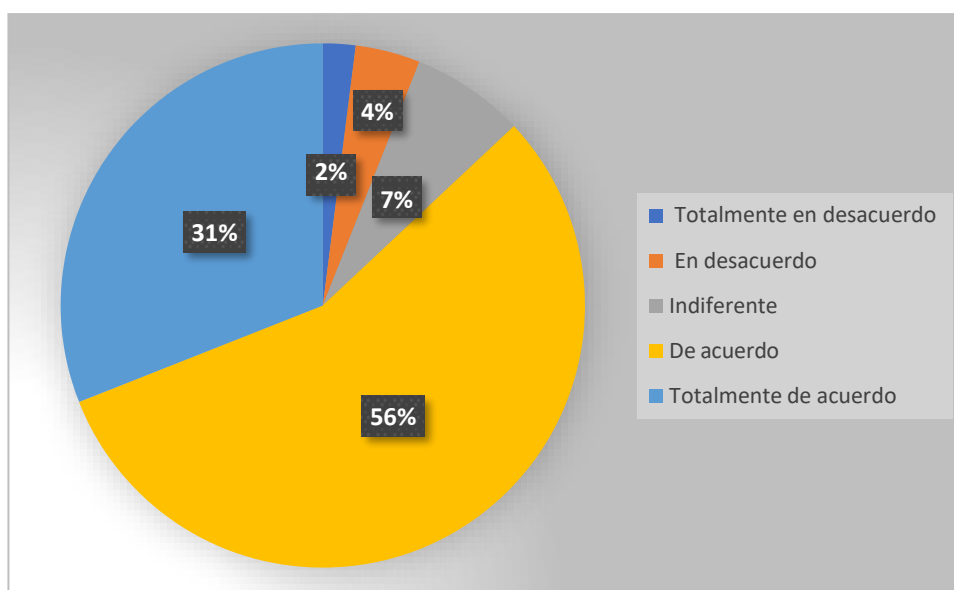
Tabla 13. Desarrollo de los emprendimientos turísticos está orientados a los diversos tipos de consumidores

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	5	2%
2. En desacuerdo	8	4%
3. Indiferente	15	7%
4. De acuerdo	124	56%
5. Totalmente de acuerdo	67	31%
TOTAL	219	100%

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 10. Desarrollo de los emprendimientos turísticos está orientados a los diversos tipos de consumidores



Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

De acuerdo con las 219 personas encuestadas, con respecto a la interrogante ¿Considera usted que el desarrollo de los emprendimientos turísticos está orientados a los diversos tipos de consumidores? El 56% está de acuerdo, el 7% es indiferente y el 2% indicó que está totalmente en desacuerdo.

Esto se debe a que los emprendimientos turísticos se encuentran en constante cambio ya que han atravesado por diferentes etapas, las mismas que han ayudado a mejorar y desarrollarse de una manera que puedan ser acogidos en el mercado, teniendo en cuenta que sus emprendimientos dan una mejora para lograr acoplarse a cada uno de sus consumidores, ya que estos cuentan con diversas características, las mismas que deben estar acorde a la actualización de emprendimientos que están enfocados en el ámbito turístico; por otro lado algunos sectores turísticos, no consideran ampliarse, y no buscan nuevos clientes potenciales, ya sea por no tener una innovación en su organización o le temen a los cambios de la tecnología de hoy en día.

Pregunta 11.- ¿Considera usted que la implementación de los BPM en el desarrollo de los emprendimientos turísticos facilita la competencia en el mercado?

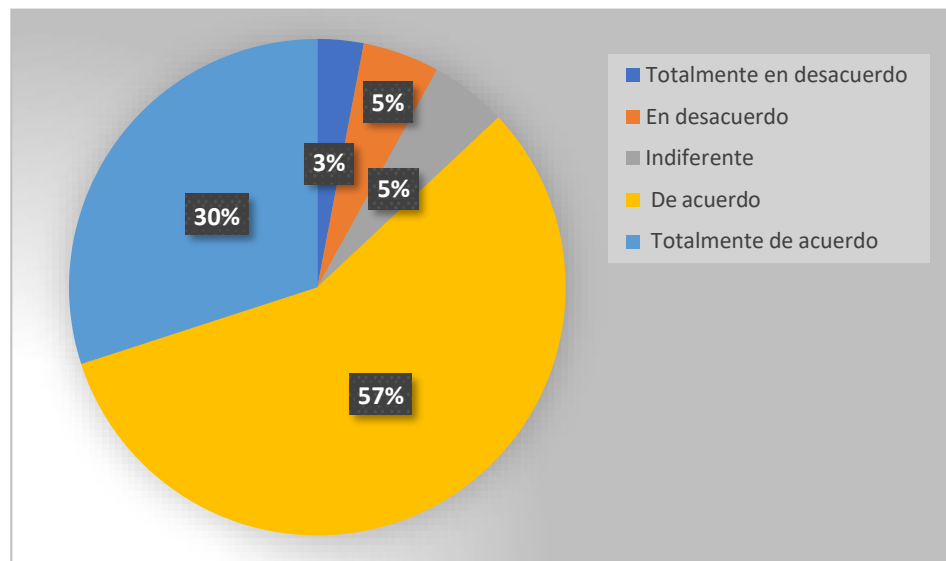
Tabla 14. Implementación de los BPM en el desarrollo de los emprendimientos turísticos facilita la competencia en el mercado

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	7	3%
2. En desacuerdo	11	5%
3. Indiferente	10	5%
4. De acuerdo	126	57%
5. Totalmente de acuerdo	65	30%
TOTAL	219	100%

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 11. Implementación de los BPM en el desarrollo de los emprendimientos turísticos facilita la competencia en el mercado



Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En cuanto a las 219 personas que aportaron con el cuestionario, con relación a la pregunta sobre la Implementación de los BPM en el desarrollo de los emprendimientos turísticos facilita la competencia en el mercado, los resultados fueron el 57% se encuentran totalmente de acuerdo, el 5% es indiferente, mientras que el 3% están totalmente en desacuerdo.

Los resultados aportan que implementar los BPM a sus emprendimientos han facilitado la competencia, ya que con el apoyo de la tecnología estos logran estar en un ámbito que puedan adquirir más consumidores de sus servicios, ya que a partir de la aplicación de esta herramienta se puede comprobar que se facilita su desempeño turístico en relación con sus competencias y sobre todo en relación con sus clientes y su satisfacción, ya que así se logrará una competencia sana entre organizaciones; por otro lado algunos emprendimientos turísticos no consideran conveniente adquirir este software para facilitar la competencia en el mercado ya que les basta con sus políticas y no necesitan de este.

Pregunta 12.- ¿Considera usted que la innovación en los servicios ofertados facilita el desarrollo de los emprendimientos turísticos?

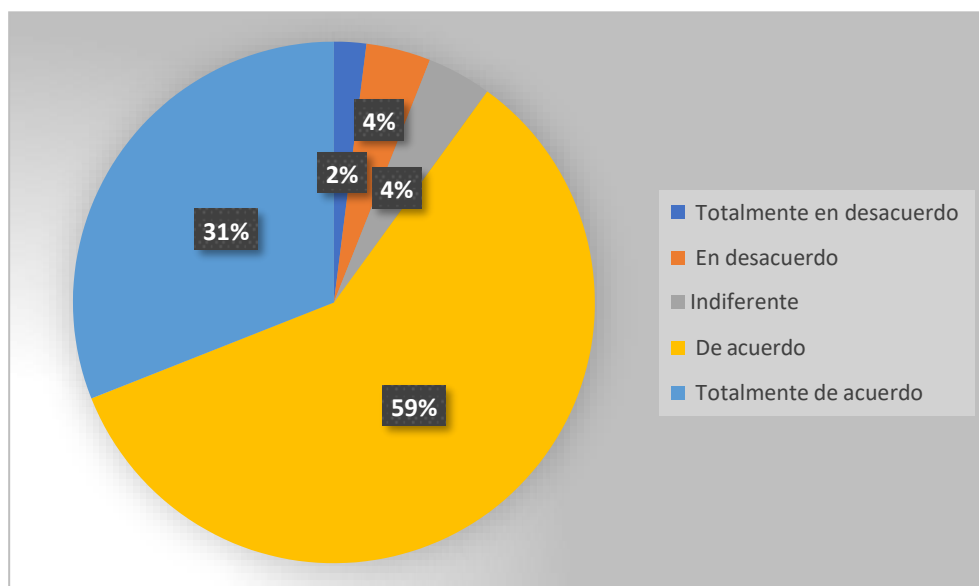
Tabla 15. La innovación en los servicios ofertados facilita el desarrollo de los emprendimientos turísticos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	4	2%
2. En desacuerdo	8	4%
3. Indiferente	9	4%
4. De acuerdo	130	59%
5. Totalmente de acuerdo	68	31%
TOTAL	219	100%

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 12. La innovación en los servicios ofertados facilita el desarrollo de los emprendimientos turísticos



Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López
Fuente: Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En cuanto a las 219 personas encuestadas dando relación a la interrogante ¿Considera usted que la innovación en los servicios ofertados facilita el desarrollo de los emprendimientos turísticos? se dio a conocer que el 59% se encuentra de acuerdo, el 4% indiferente, mientras que el 2% totalmente en desacuerdo.

Es decir, que los consumidores están de acuerdo en cuanto al desarrollo que han tenido los emprendimientos turísticos ya que estos han aplicado la innovación, en relación a la tecnología, la misma que ha contribuido de una manera positiva en estos negocios dando a notar así su gran avance en el mercado ya que a partir de la aplicación de la innovación estos han logrado tomar una alta posición con relación a su desarrollo turístico; por otro lado algunos emprendimientos turísticos no se han dado la oportunidad de innovar por no tomar ese riesgo ya sea por las pérdidas que pudiera generar en su organización.

Pregunta 13.- ¿Considera usted que la sostenibilidad favorece el desarrollo de los emprendimientos turísticos?

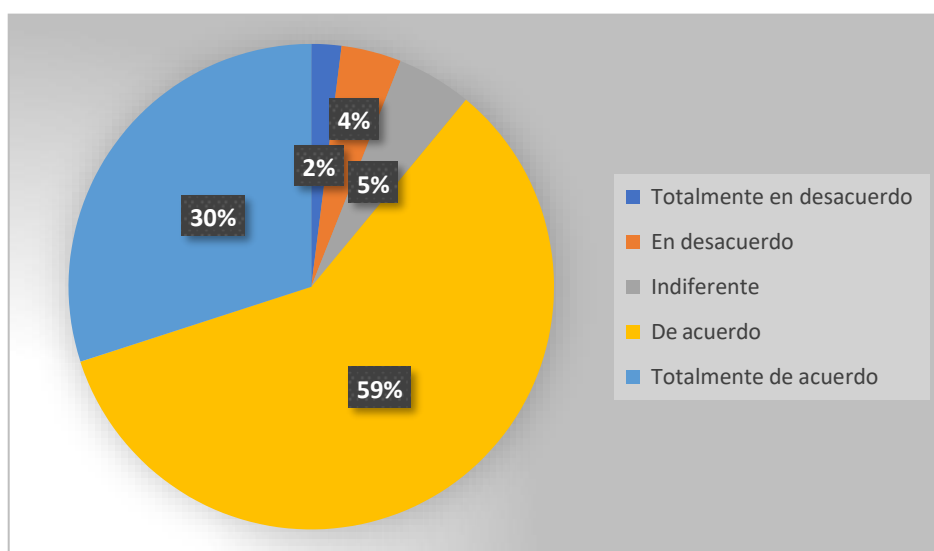
Tabla 16. ¿La sostenibilidad favorece el desarrollo de los emprendimientos turísticos?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	4	2%
2. En desacuerdo	8	4%
3. Indiferente	10	5%
4. De acuerdo	131	59%
5. Totalmente de acuerdo	66	30%
TOTAL	219	100%

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 13. La sostenibilidad favorece el desarrollo de los emprendimientos turísticos



Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

Del total de 219 encuestados con referencia a la sostenibilidad favorece el desarrollo de los emprendimientos turísticos el 59% están de acuerdo, el 5% se encuentra indiferentes, mientras que el 2% están totalmente en desacuerdo.

Esto se debe a que los cambios que se han realizado en el presente en los emprendimientos turísticos han favorecido a sus gerentes ya que se ha aplicado diversas técnicas las mismas que se demuestran que han servido de gran apoyo a los emprendimientos, dando a notar un gran avance en estos negocios, los mismos que logran apoyar a la economía del país; por otro lado los emprendimientos turísticos no

están de acuerdo que la sostenibilidad sea favorable ya que en ciertos casos se impide el acceso a financiamiento para los emprendimientos y esto hace que no se puedan desarrollar como quisieran.

Pregunta 14.- ¿Considera usted que la promoción en el desarrollo de los emprendimientos turísticos contribuye la acogida en el mercado?

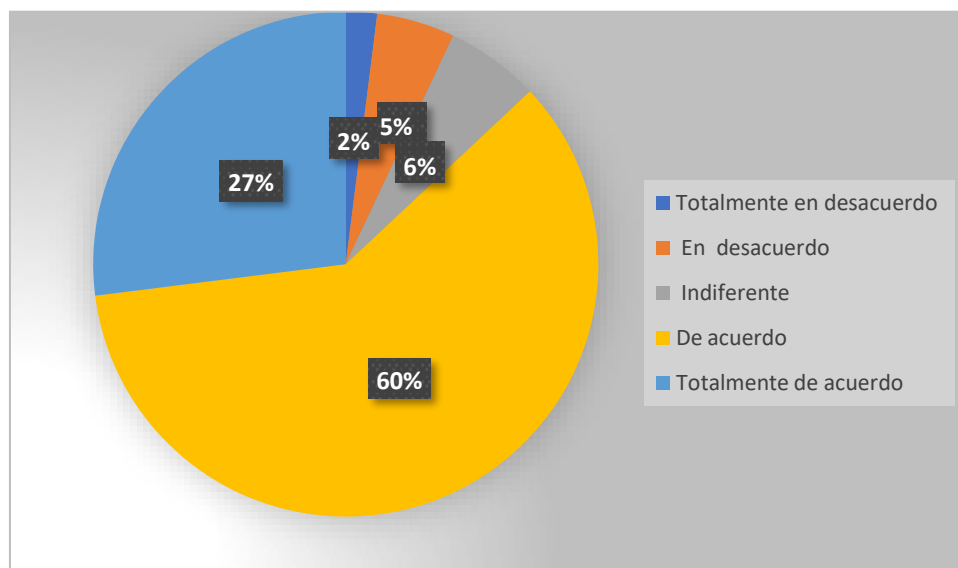
Tabla 17. La promoción en el desarrollo de los emprendimientos turísticos contribuye la acogida en el mercado

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	4	2%
2. En desacuerdo	10	5%
3. Indiferente	12	6%
4. De acuerdo	132	60%
5. Totalmente de acuerdo	61	27%
TOTAL	219	100%

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 14. La promoción en el desarrollo de los emprendimientos turísticos



Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

De las 219 personas encuestadas dando relación a la pregunta ¿Considera usted qué la promoción en el desarrollo de los emprendimientos turísticos contribuye la acogida en el mercado?, el 60% está de acuerdo, el 6% se halla indiferente, y el 2% está totalmente en desacuerdo.

Por tanto, esto demuestra que la aplicación de la promoción en los negocios da una gran ventaja para que estos sean ampliamente acogidos en el mercado, ya que al concluir con los diferentes aspectos negativos que afectaron en el pasado a sus emprendimientos, al aplicar distintas estrategias como la antes mencionada, los emprendimientos turísticos reciben una alta aceptación de sus consumidores, los mismos que logran aprovechar sus promociones y su desarrollo innovador que se da en el mercado el mismo que beneficia al cliente y emprendedor; por otro lado, los emprendimientos no están de acuerdo con las promociones que sea una buena estrategia para su organización, ya que existen otras maneras de fidelizar a los clientes, como por ejemplo ofrecer servicios o productos de calidad y con un excelente servicio, etc.

Pregunta 15.- ¿Considera usted qué el precio de los emprendimientos turísticos está relacionado con la implementación de los BPM?

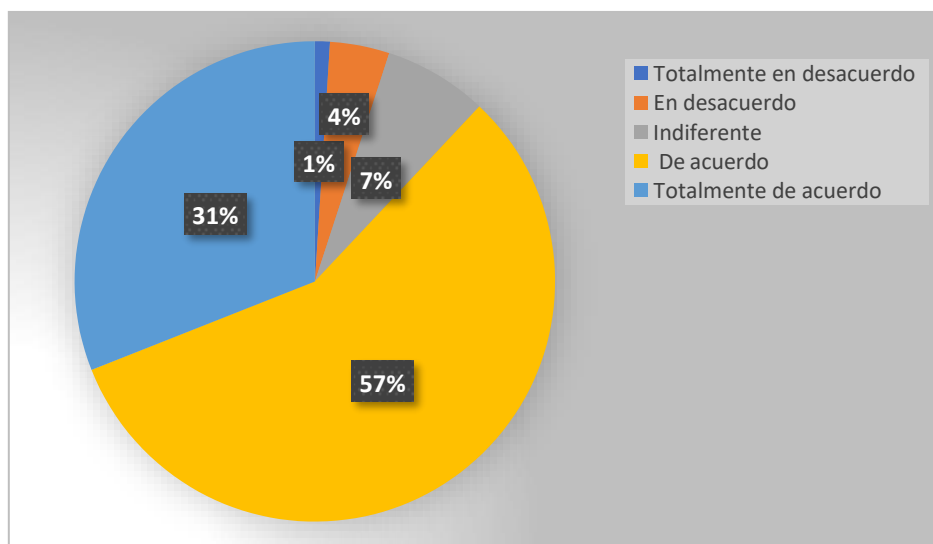
Tabla 18. El precio de los emprendimientos turísticos está relacionado con la implementación de los BPM

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	3	1%
2. En desacuerdo	9	4%
3. Indiferente	15	7%
4. De acuerdo	125	57%
5. Totalmente de acuerdo	67	31%
TOTAL	219	100%

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 15 . El precio de los emprendimientos turísticos está relacionado con la implementación de los BPM



Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López
Fuente: Encuesta aplicada

Analisis en interpretacion

De acuerdo a los resultados de 219 encuestados con relacion a el precio de los emprendimientos turísticos está relacionado con la implementación de los BPM se considera que el 57% esta de acuerdo, el 7% da alusion a estar indiferente, mientras que el 1% afirma estar totalmente en desacuerdo.

Con las características mencionadas, se indica que el precio que poseen los emprendimientos turísticos da referencia a la aportación que tiene los BPM con los negocios en cuestión, ya que estos se han encargado de reducir costos, al igual que este aporte sirve para lograr automatizar el desarrollo de los emprendimientos, el cual beneficia en este caso al mercado turístico, ya que empieza a tener una gran acogida por parte de sus consumidores y así lograr levantar este campo turístico aportando tecnología y nuevas estrategias, las cuales son de alto beneficio para diferentes negocios en desarrollo; por otro lado los emprendimientos turísticos no consideran conveniente que el precio este relacionado con este software, ya que sin la implementación del BPM el precio de un producto o servicio, se ha mantenido y no ha sido afectado.

3.2 Verificación de hipótesis

La prueba de Spearman es el coeficiente de correlación, es una medida no paramétrica de la correlación de rango (dependencia estadística de la clasificación entre dos variables), mide la fuerza y la dirección de la asociación entre dos variables clasificadas y se usa principalmente para el análisis de datos, también sus valores varían de -1.00 hasta +1.00, cruzando por cero (Mondragon, 2014).

Figura 16. Coeficiente de Spearman

MECANISMO	Símbolo	Rho
	Hipótesis para probar	Correlacional
	Número de variables	Dos
	Nivel de medida de variables	Intervalos o de Razón
	Explicación	-0.91 a -1.00 Correlación negativa perfecta -0.76 a -0.90 Correlación negativa muy fuerte -0.51 a -0.75 Correlación negativa considerable -0.11 a -0.50 Correlación negativa media -0.01 a -0.10 Correlación negativa débil 0.00 No existe correlación +0.01 a +0.10 Correlación positiva débil +0.11 a +0.50 Correlación positiva media +0.51 a +0.75 Correlación positiva considerable +0.76 a +0.90 Correlación positiva muy fuerte +0.91 a +1.00 Correlación positiva perfecta

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

A continuación, se detalla la correlación de Spearman de las 2 variables de estudio de la investigación.

Tabla 19. Correlación de Spearman

			BUSINESSPROCES SMANAGEMENT	EMPRENDIMIEN TOSTURISTICOS
Rho de Spearman	BUSINESS PROCESS MANAGE MENT	Coeficiente de correlación	1,000	,632**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	219	219
	EMPREND MIENTOS TURISTIC OS	Coeficiente de correlación	,632**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	219	219

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Encuesta aplicada

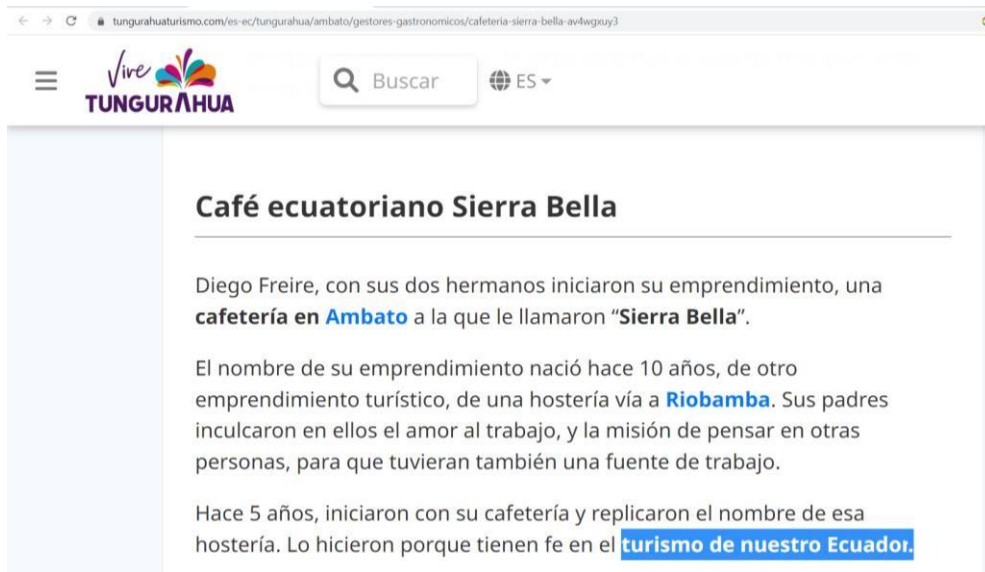
Análisis

De acuerdo a los resultados de la correlación Spearman, se demuestra una relación entre la variable independiente (BPM) y la variable dependiente (emprendimientos turísticos) en la ciudad de Ambato, se obtuvo como resultado un valor de 0,632, siendo una correlación positiva considerable.

3.3 Implementación de las fases de los BPM

Para la investigación se toma cuenta a la cafetería Sierra Bella como emprendimiento turístico, para la realización de las fases de los BPM, como se detalla en la siguiente imagen:

Figura 17. Cafetería Sierra Bella



Fuente: Tungurahua turismo

La cafetería Sierra Bella es un iniciativa de emprendimiento de dos hermanos, este emprendimiento nació de otro emprendimiento turístico, que fue una hostería, así que decidieron replicar el nombre en la cafetería porque tienen fe en el turismo del país. Siendo el café su producto estrella, a continuación se detalla los tipos de café:

Tabla 20. Tipos de café HACER UNA CALIFICACION CON ESTRELLAS

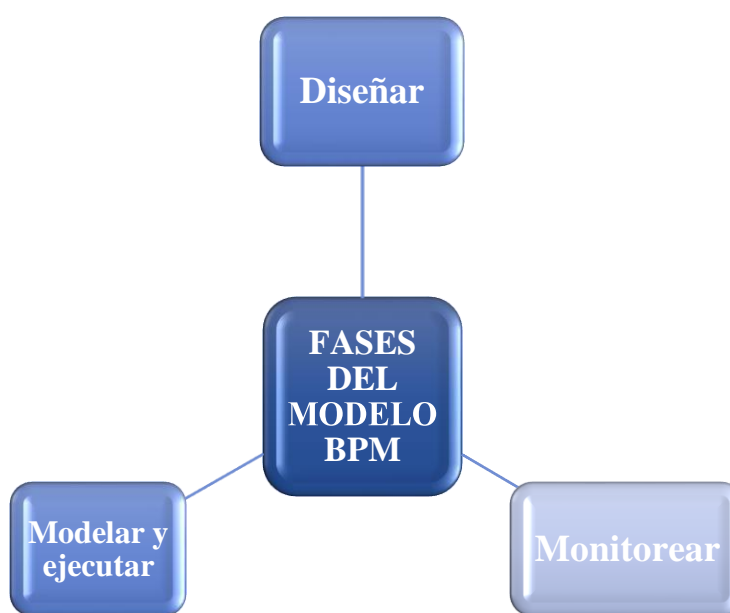
Café expreso	
Café macchiato	
Café americano	
Café capuchino	
Café de especialidad	
Café bombón	

Elaborado por: Ana Chulco y Estefania Lopez

Para el desempeño del objetivo de la investigación que corresponde: a diseñar un esquema de implantación del BPM para el desarrollo de los emprendimientos turísticos locales. De acuerdo con autor **Delgado (2022)** señala que las siguientes fases que son: diseñar, modelar – ejecutar y modelar.

Estas fases serán aplicadas al emprendimiento Sierra Bella Coffe and Food.

Figura18. Fases del modelo BPM



Elaborado por: Ana Chulco y Estefania Lopez

Diseñar: En esta parte del ciclo de vida de los BPM, se diseña el diagrama de procesos el cual incluye la representación del flujo, las personas que se involucran en cada una de las actividades, los procedimientos estandarizados y las tareas tanto manuales y automatizadas (Delgado, 2022).

ACTIVIDADES

- Desarrollar la estructura de procesos de negocio.
- Diseño del diagrama del proceso de atención al cliente en el emprendimiento turístico Sierra Bella.

Modelar y ejecutar: Se toma el diseño del diagrama de procesos realizado anteriormente, pero se introduce una combinación de variables como son el costo de producción, la eficiencia, los indicadores de rendimiento, entre otros (Delgado, 2022).

ACTIVIDADES

- Estudio y análisis del diagrama antes estructurado.
- Incremento nuevas variables para la mejora del diagrama de procesos, a través de indicadores

Monitorear: Se realiza un seguimiento de los procesos individuales, utilizando la información de los tiempos que se recolectó anteriormente, con el fin de diseñar estrategias que optimicen en el modelo de negocio de la empresa. En este punto los encargados de la organización deben motivar y corregir a los autores de cada una de las actividades (Delgado, 2022).

Actividades

- Determina el plan de seguimiento en relación con tiempo
- Diseño de estrategias las cuales ayuden a los trabajadores a mantenerse firmes en sus áreas

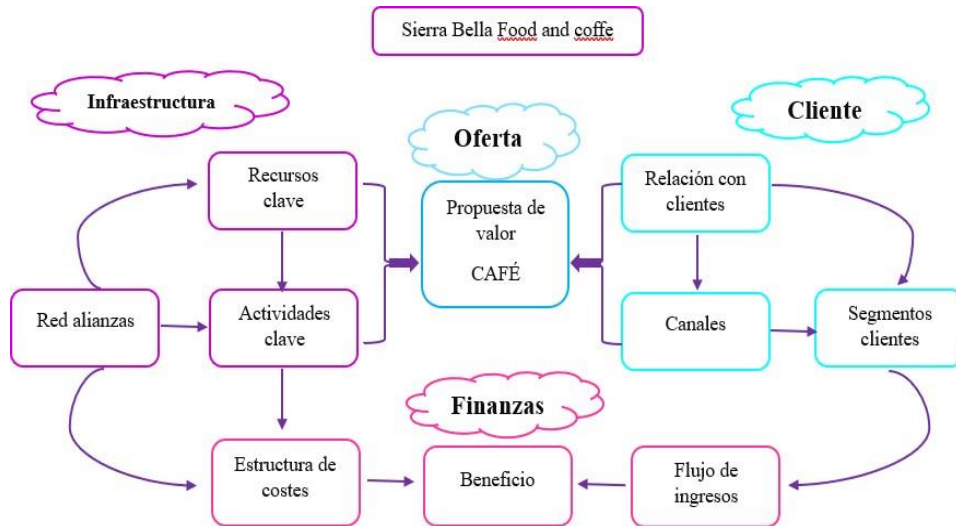
Fase: Diseñar

Actividades

- Desarrollar la estructura de procesos de negocio.

La estructura de procesos de negocio tiene como fin demostrar cada proceso de acuerdo a su secuencia y a su ejecución que posee la empresa, la cual permitirá conocer cada una de sus actividades que realizan y quienes son participantes de estas, los datos que son parte de esta estructura, la secuencia que tienen estos procesos.

Figura 19. Estructura de negocios

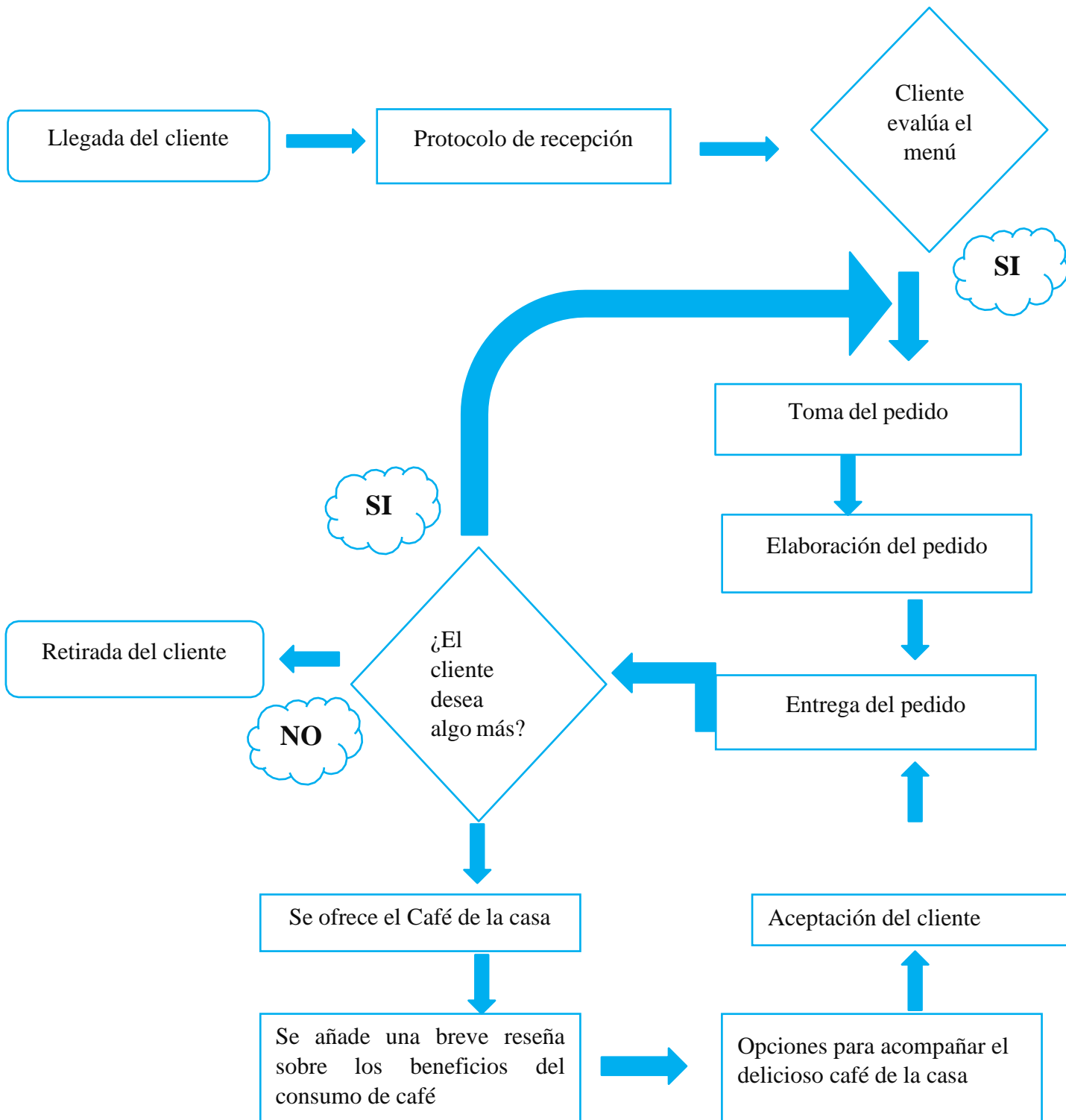


Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Elaboración propia

- Diseño del diagrama del proceso de atención al cliente en el emprendimiento turístico Sierra Bella.

Figura 20. Diagrama de procesos atención al cliente



Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López
Fuente: Elaboración propia

Análisis

En el presente diagrama de procesos, se observa como es el comportamiento del cliente al momento de llegar a Sierra Bella Food and Coffe, de acuerdo con sus necesidades el cliente es atendido por un grupo de trabajadores los cuales serán encargados de que la estadía del cliente sea totalmente amena, y así lograr que este retorne y sea parte de los consumidores de este emprendimiento, de esta manera se da comienzo al estudio de los clientes en conjunto con la atención al cliente. Se toma en cuenta el principal producto que ofrece el emprendimiento el cual es el café que es muy reconocido y consumido en este lugar, de acuerdo con la orden que realice el cliente se realiza la oferta del café, introduciendo en el cliente los beneficios que tiene al consumirlo y su delicioso sabor, ya que por este motivo es por el que es consumido en la cafetería.

FASE: Modelar y ejecutar

Actividad

- Estudio y análisis del diagrama antes estructurado.

Un diagrama es un elemento gráfico el cual se encarga de explicar conceptos. Es una representación de ideas, de un concepto, los diagramas poseen una instrumentalidad directa y efectiva que se manifiesta en el pensamiento y la representación. El diagrama se encarga de ejecutar la información acumulada, y lograr una combinación de datos los cuales será representados y organizados en el diagrama (Romeo , 2018).

Tabla 21. Estudio y análisis del diagrama

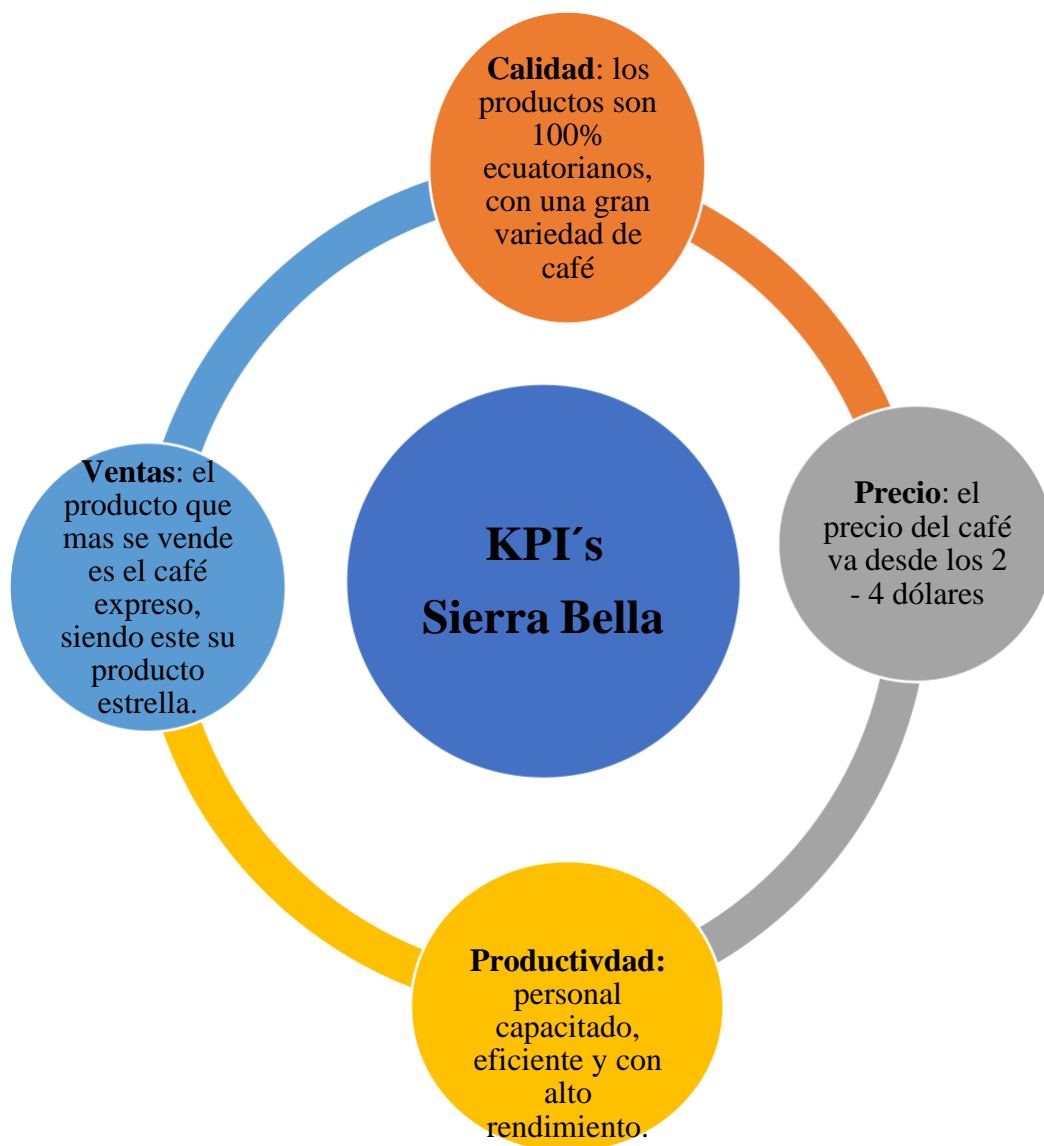
Sierra Bella Food and Coffee	
VARIABLES	De acuerdo con los diagramas antes elaborados, se conocen diversos procesos que se han desarrollado uno a uno, de los cuales todos van de la mano, empezando con los clientes los cuales son la pieza fundamental para hacer que el emprendimiento se lleve a cabo. Desde luego la infraestructura de la empresa engloba a los recursos que esta posee y los que logran colaborar con ella.
Clientes	
Infraestructura	
Oferta	La oferta en este caso es el Café de la casa por el cual es reconocido Sierra Bella, sus finanzas en este caso se deben tener en cuenta sus ingresos y egresos los mismos que darán beneficios a la empresa. Y sus trabajadores con los cuales se realizar la aplicación de los BPM, con los cuales verificaremos al final sus resultados.
Finanzas	
Trabajadores	

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Elaboración propia

- Incremento nuevas variables para la mejora del diagrama de procesos, a través de indicadores.

Figura 21. KPI's Sierra Bella



Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Elaboración propia

Análisis

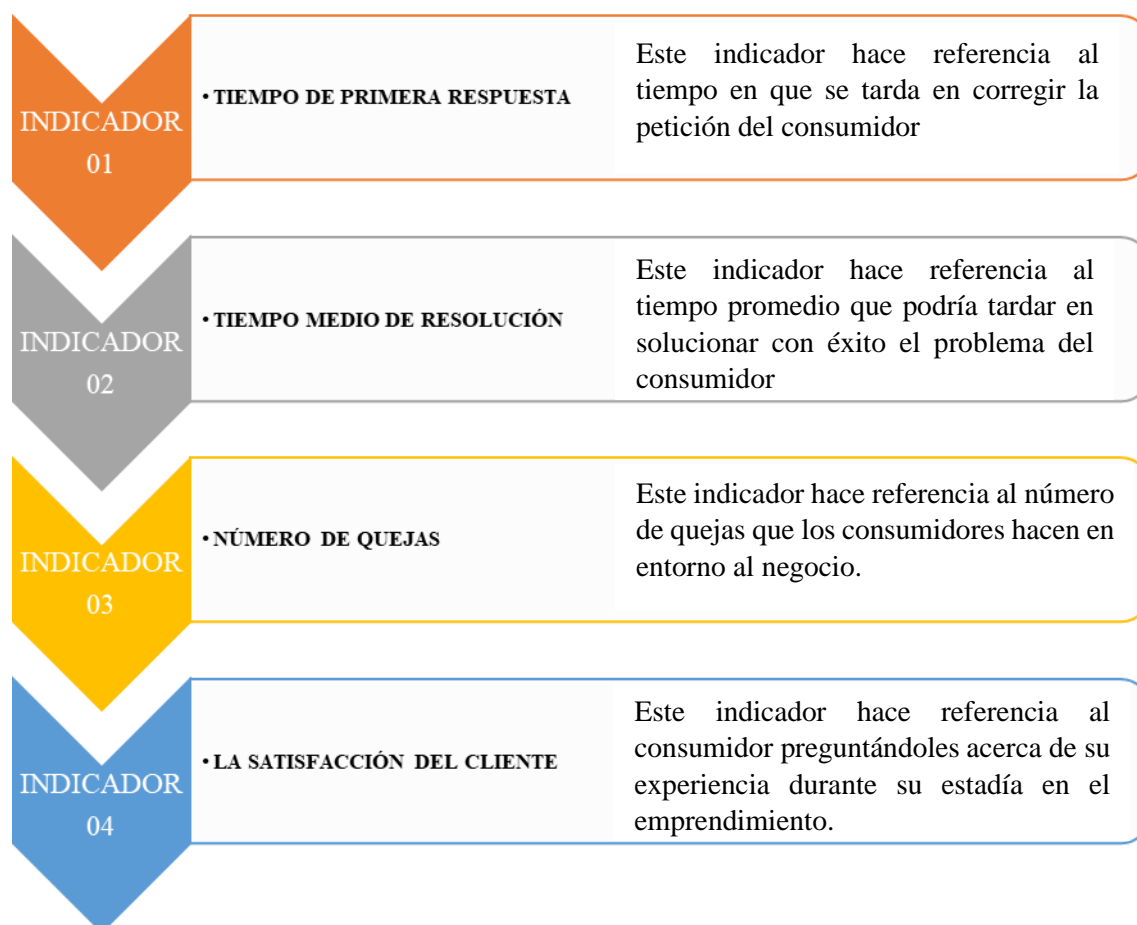
Mediante el indicador KPI's se ha incrementado nuevas variables para el análisis correspondiente como por ejemplo la calidad de sus productos son 100% ecuatorianos, y tienen en su stock una gran variedad de productos, también el costo del café varia de 2 hasta los 4 dólares, teniendo su personal capacitado, eficiente y con alto rendimiento.

FASE: Monitorear

Actividades

- Determina el plan de seguimiento en relación con el tiempo

Figura 22. Indicadores



Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Elaboración propia

- Diseño de estrategias las cuales ayuden a los trabajadores a mantenerse firmes en sus áreas de trabajo

3.4 Análisis FODA

Según con el autor **Sánchez (2020)** el análisis FODA (fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas) es un marco utilizado para evaluar la posición competitiva de una empresa y desarrollar la planificación estratégica. El análisis FODA evalúa los factores internos y externos, así como el potencial actual y futuro.

Para establecer las estrategias se tomó como herramienta el análisis FODA de Sierra Bella Food and Coffee.

Tabla 22. Análisis FODA

Fortalezas		Oportunidad	
F1	Conocimiento de técnicas de extracción de café	O1	Capital para nuevas extensiones a nivel nacional
F2	Personal capacitado	O2	Alianza con influencers nacionales
F3	Lealtad con proveedores	O3	Aumento de turismo en la zona
F4	Equipo y tecnología de primera	O4	Alianzas estratégicas entre empresas públicas y privadas
Debilidades		Amenazas	
D1	Carencia de un sistema informático para el registro de pedidos	A1	Competencia desleal
D2	Limitado espacio físico	A2	Insuficiente conocimiento de los consumidores en relación a las técnicas para elaborar el café
D3	Rotación del personal	A3	Alta variedad de café procesado presente por la competencia
D4	Inestable posicionamiento en el mercado	A4	Post Covid-19

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23. Elaboración de estrategias Sierra Bella

FODA		Oportunidades		Amenazas		
		O1	Capital para nuevas extensiones a nivel nacional	A1	Competencia desleal	
		O2	Alianza con influencers nacionales	A2	Insuficiente conocimiento de los consumidores en relación con las técnicas para elaborar el café	
		O3	Aumento de turismo en la zona	A3	Alta variedad de café procesado presente por la competencia	
		O4	Alianzas estratégicas entre empresas públicas y privadas	A4	Post Covid-19	
Fortalezas		<p>FO – ESTRATEGIAS AGRESIVAS F1, F2, F4, O1 y O2 – Construcción de un blog con la ayuda de influencers, para que la cafetería sea más conocida a nivel nacional. F3 y O3, O4 – Construcción de un plan de seguimiento a proveedores, empresas estratégicas y turistas para conocer el criterio que tienen del negocio.</p>		<p>FA – ESTRATEGIAS COMPETITIVAS F2 y A2, A3, A4 – Capacitación del personal, para la atención al cliente, para técnicas de extracción de café, después de la pandemia. F4 y A1 – Participación con tecnología de primera para sobrellevar la competencia y conocer la lealtad de los proveedores.</p>		
F1	Conocimiento de técnicas de extracción de café					
F2	Personal capacitado					
F3	Lealtad con proveedores					
F4	Equipo y tecnología de primera					

Debilidades		DO – ESTRATEGIAS CONSERVADORAS	DA – ESTRATEGIAS DEFENSIVAS
D1	Carencia de un sistema informático para el registro de pedidos	D1 y O4 – Implementación de un sistema informático para el registro de pedidos sea más rápido, con ayuda de alianzas estratégicas.	D3, D4 y A1– Contratación de publicidad para el posicionamiento de mercado ante la competencia.
D2	Limitado espacio físico	D4 y O2 – Construcción de una lista de los mayores influencers del país, para que publiciten la cafetería.	D1 y A4 - Construcción de un sistema informático para el registro de pedidos por las consecuencias de la pandemia.
D3	Rotación del personal	D3 y O3 – Construcción de una lista con horarios fijos del personal y capacitación a estos para conocer mejor sobre la variedad de granos de café de calidad.	D4 y A2, A3 – Diseño de espacios para la variedad del café para que el consumidor pueda apreciar la calidad de estos.
D4	Inestable posicionamiento en el mercado	D2 y O1 – Construcción de espacios amplios para nuevas extensiones a nivel nacional.	

Elaborado por: Ana Chulco y Estefanía López

Fuente: Fuente propia

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- Según los resultados demostrados de las variables de estudio, se determinó que los BPM ayuda a la organización a construir marcos sólidos para todos sus procesos. Todos los procesos importantes están documentados, monitoreados y optimizados. Cuando los procesos funcionan a pleno rendimiento con muy pocos contratiempos, aumenta la eficiencia del proceso, y así poder alcanzar sus objetivos comerciales estratégicos, como la mejora de su marco de experiencia del cliente.
- De acuerdo a la línea de procesos principales para los emprendimientos turísticos, se comprende como gestionar los riesgos en el turismo es vital para las operadores turísticos. Una crisis suele ocurrir cuando menos se espera, por lo que es importante contar con un Plan de Gestión de Riesgos que establezca los pasos a seguir en caso de crisis. El desarrollo del plan debe seguir un proceso claro, para garantizar que todas las partes interesadas del turismo sepan lo que implica.
- Una vez estudiado el marco teórico de las variables, se implementa las fases de los BPM que son: diseñar, modelar - ejecutar y monitorear de los flujos de actividad empresarial, en apoyo de los objetivos empresariales, abarcando sistemas, empleados, clientes y socios dentro y fuera de los límites de la empresa. Las organizaciones utilizan los BPM para establecer, administrar y optimizar los procesos comerciales. Implica evaluar cada proceso de forma independiente y, al mismo tiempo, considerar su función en toda la empresa.

4.2 Recomendaciones

- Considerar la implementación de los BPM en los diferentes emprendimientos que se desarrollan en el cantón Ambato, ya que estos se encargan de automatizar el manejo empresarial y mejora la relación entre vendedor y cliente, el desarrollo empresarial da una mejora de acuerdo a esta implementación. Se deberá dar una breve introducción sobre el manejo de los BPM, cual es su funcionamiento y como beneficiará a la implementación de este a los emprendimientos, ya que así se obtendrá mayores resultados empresariales que serán beneficiosos para la organización y sus trabajadores.
- Se deberá conocer como es el desarrollo de los emprendimientos turísticos, una vez que los diversos estudios estos no cuentan con una planificación un control y carecen de estrategias los cuales les llevan a una pérdida en el mercado. Por tal motivo estos deben contar con una aplicación de estrategias que generen una alta demanda en sus negocios, es decir pueden proceder a aplicar la tecnología la cual beneficiarán y dará un mejor servicio a sus clientes. De acuerdo con esto se deberá contar con varias planificaciones para diversas situaciones que se pueda surgir en el mundo del turismo, ya que así la empresa turística se vera resguardada de cualquier crisis que se presente.
- Se implemento Sierra Bella food and coffee de acuerdo a lo planteado sobre los BPM y los emprendimientos turísticos, , el cual carece de la aplicación de BPM, por lo que se sugirió aplicar este sistema que ayudará a mejorar su emprendimiento, es decir que se sugiere que este emprendimiento lleve a cabo las actividades que se desarrollo para que así al final se realice un monitoreo del antes y el después de la aplicación de este sistema. Sierra bella con la implementacion de los BPM, cuenta con beneficios como la mejora en los procesos de venta, el cual ayuda a tener un control del avance que posee este negocio. Cuenta tambien con un mejor control administrativo, reduce costos y se encarga de automatizar las actividades que realizan sus trabajadores.

BIBLIOGRAFÍA

- Arévalo, M. (2021). *Dimensiones del BPM*. Obtenido de <https://arevalomaria.wordpress.com/2018/02/19/las-tres-dimensiones-esenciales-de-bpm-business-process-management-bpm/>
- Baena, G. (2019). *Metodología de la Investigación* (Tercera edición ed.). México D.F., México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=6aCEBgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Benedet, M. (2021). *Qué es BPM: definición, importancia, aplicaciones y principales atributos*. Obtenido de <https://blog.mdcloud.es/que-es-bpm-definicion-importancia-y-principales-atributos/>
- Cervantes, & Barragan. (Diciembre de 2019). Los sistemas BPM y su aplicación en los procesos internos a nivel organizacional. *International Journal of Health Sciences*, 28-32. doi:10.15640/ijhs.v5n4a5
- Chávez, J. (2022). *Emprendimiento*. Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjDlvO39a37AhXrSjABHZUSDQIQFnoECDIQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.emprendersinmiedo.es%2Fque-es-el-emprendimiento%2F&usg=AOvVaw0645pVzSjQ9s8E3BWIfGWb>
- Cobo , S., Fernández, A., López, J., & Santamaría, M. (2018). Public support for entrepreneurship, human capital and talent in the context of Spanish tourism. *2018*, 53 - 74.
- Cruz, G. d. (22 de Junio de 2021). *Business Process Management: ¿por qué es importante para una organización?* Recuperado el 2022, de Esan Bussines School: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/business-process-management-por-que-es-importante-para-una-organizacion>
- Delgado, F. (2022). *¿Qué es BPM? Gestión de procesos de negocios*. Obtenido de <https://www.flokzu.com/es/2018/04/23/que-es-bpm/>

- Enzo, Y. Y. (2021). *Diseño e Implementación de los Procesos de Negocio a través de la aplicación de Business Process Management (BPM) para mejorar la productividad organizacional en la empresa Moliservice El Chotano E.I.R.L.* Universidad Tecnológica del Perú, Lima, Perú.
- Farfan, J. J. (2021). *Desarrollo e implementación del Business Process Management (BPM) para el rediseño y automatización de los procesos aplicables a la Ventanilla Unica De Turismo en la Municipalidad Provincial del Callao.* Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Peru.
- Gaibor, J. (2022). *Cuestionario y Encuesta.* Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/cuestionario-y-encuesta-diferencias/>
- Gomez, D. M. (2020). *Modelo Business Process Management y la Productividad en la empresa Corporación Visión SAC, Lima 2020.* Universidad César Vallejo, Lima. Perú.
- Hernandez, S. (2014). *Metologia de la Investigacion.* Mexico: Mc Graw hill.
- Hitpass, B. (2020). Business Process Management. En *Business Process Management Fundamentos y Conceptos de Implementacion* (pág. 338). Santiago de Chile: Empresa Dimacofi.
- Krapf, H. &. (2022). *Turismo.* Obtenido de <https://www.mabelcajal.com/2020/01/que-es-el-turismo-definiciones-turisticas.html/>
- Mondragon, M. (2014). Uso de la correlacion de Spearman en un estudio de intervencion en fisioterapia. *Revista Movimiento Cientifico*, 8. doi:<https://doi.org/10.33881/2011-7191.mct.08111>
- Mora, E., Soto, A., Munoz, V., Sanchez , R., Carrera , S., Perez , E., & Landeros , E. (2015). Características de la prueba piloto. *Revista de Enfermeria Neurologica*, 169-175.
- Ocampo, D. (22 de junio de 2020). *La encuesta y el cuestionario.* Recuperado el 2022, de Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/la-encuesta-y-el-cuestionario/>

- Onofre, K. (2019). Proyecto de desarrollo turístico para la implementación de procesos de BPM en los establecimientos de AYB en la laguna del Quilotoa, provincia de Cotopaxi. *Tesis*. Universidad de las Américas, Quito. Recuperado el 2022, de <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/2791258>
- Organización Mundial de turismo. (2022). *Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es>
- Piña, N. (2019). *Estudio de los Factores más Importantes que Afectan a las Organizaciones para el éxito en Iniciativa de Business Process Management (BPM) como Ventaja Competitiva*. (T. d. Monterrey, Ed.) Recuperado el 2022, de <http://hdl.handle.net/11285/570597>
- Reijers, H. (2021). Business Process Management: The evolution of a discipline. *Elsevier*, 126. doi:<https://doi.org/10.1016/j.compind.2021.103404>
- Romeo , B. (2018). El uso del diagrama causa-efecto en el análisis de casos. *Revista Latinoamericana De Estudios Educativos*, 127-142. Obtenido de <https://rlee.iberro.mx/index.php/rlee/article/view/344>
- Sanchez, D. (2020). *Analisis FODA o DAFO*.
- Segovia, A. (2021). *Márketing turístico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/caracteristicas-de-los-servicios-turisticos/>
- SRI. (2022). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/estadisticas-sri#estad%C3%ADsticas>
- Tamayo, F. (2019). *Metodología de la investigación*. Recuperado el 2022, de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0088963/cap03.pdf>
- Valero, S. B. (2022). *Analisis sobre el método de automatización de procesos mediante la tecnología BPM (Business Process Management) y su aplicación en la empresa PC Soluciones*. Universidad Técnica de Babahoyo.
- Verino, C. (2020). Definición de una Arquitectura de Procesos. *Universidad Tecnológica Nacional* , 470-485. Recuperado el Noviembre de 2022, de

http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/61954/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexos 1. Ingresos N791200 Ecuador

N791200		
	2019	2020
MeasuresLevel	All UBICACION GEOGRAFICAS	All UBICACION GEOGRAFICAS
VENTAS NETAS LOCALES 12% (601)	64,230,476	18,642,307

Anexos 2. Ingresos N791200 Tungurahua

N791200		
	2019	2020
MeasuresLevel	TUNGURAHUA	TUNGURAHUA
VENTAS NETAS LOCALES 12% (601)	755,161	402,222

Anexos 3. Ingresos N791200 Ambato

Consulta sin guardar (1) x +

Cubos
Declaraciones 101

Dimensiones

- ▼ ACTIVIDAD ECONOMICA
 - (All)
 - FAMILIA
 - ACTIVIDAD ECONOMICA
- ▼ ANIO FISCAL
 - (All)
 - ANIO FISCAL
- ▶ CLASE CONTRIBUYENTE
- ▶ ESTADO CONTRIBUYENTE
- ▶ GRAN CONTRIBUYENTE
- ▶ PERTENECE GRUPO ECONOMICO
- ▶ TIPO CONTRIBUYENTE
- ▼ UBICACION GEOGRAFICA
 - (All)

Columnas: ACTIVIDAD ECONOMICA, ANIO FISCAL, CANTON

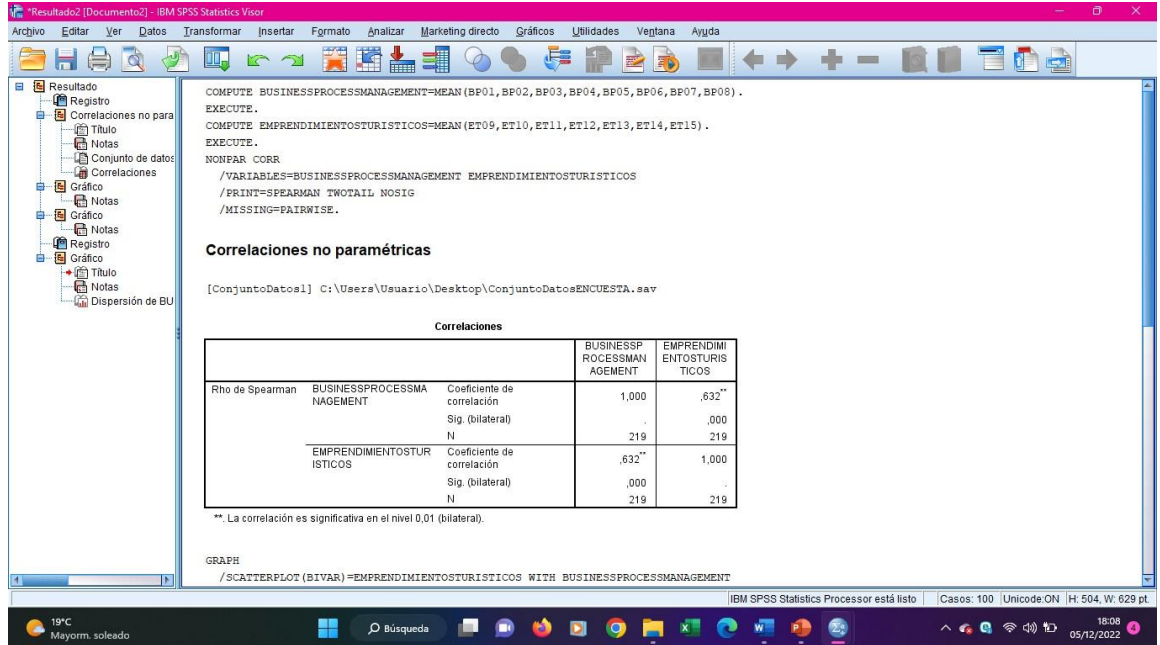
Filas: VENTAS NETAS LOCALES 12% (601)

Filtro:

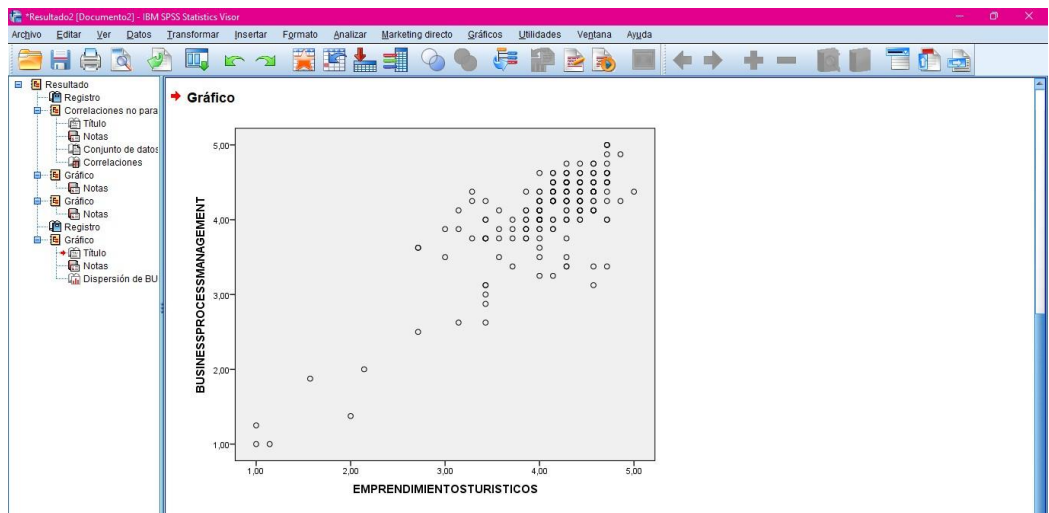
Info: 15:34 / 3 x 4

MeasuresLevel	N791200	
	2019	2020
VENTAS NETAS LOCALES 12% (601)	442,265	269,207

Anexos 4. Correlación

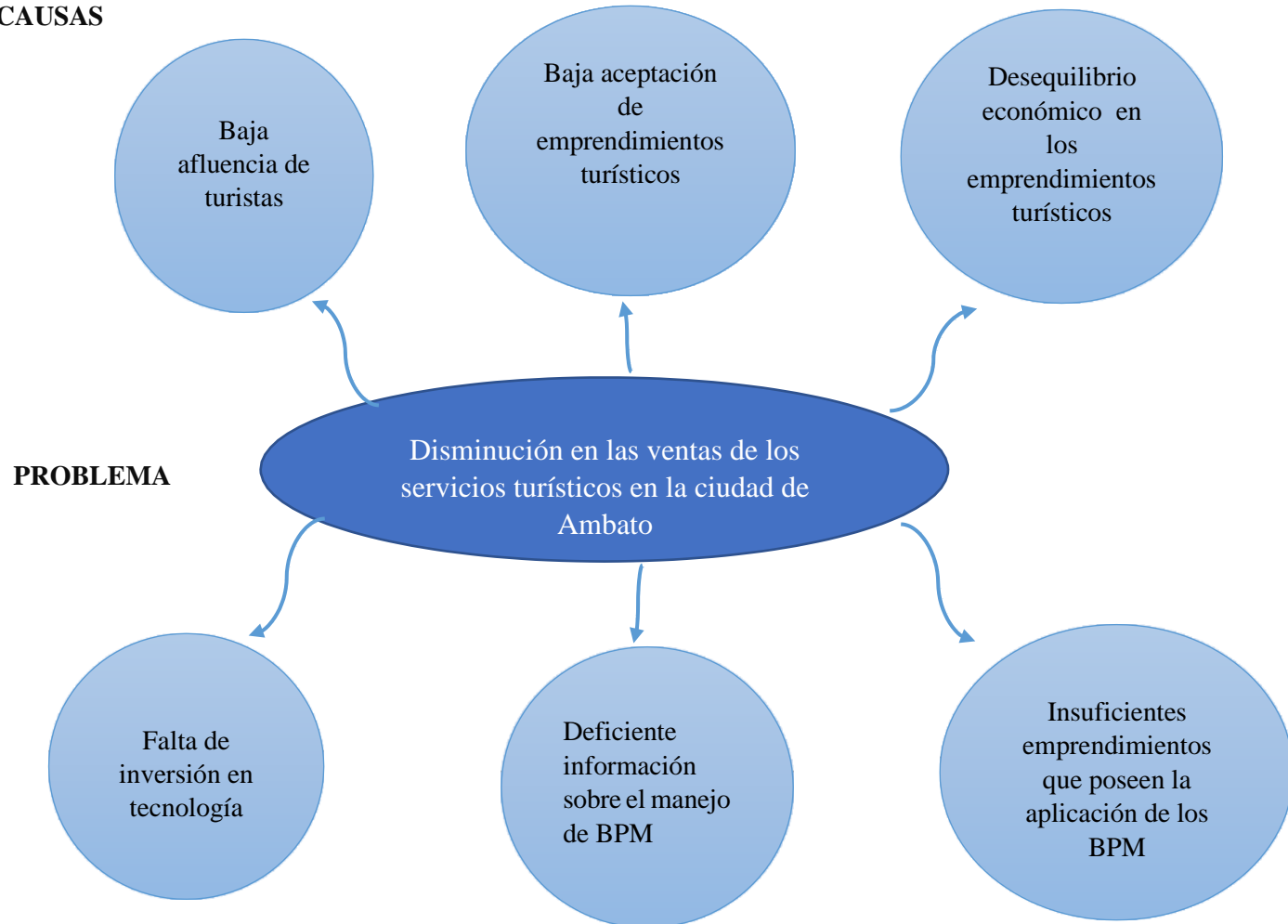


Anexos 5. Gráfico



Anexos 6. Árbol de problemas

CAUSAS



EFFECTOS



Anexos 7. Encuesta
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE MERCADOTECNIA



Tema: Business Process Management (BPM), en el desarrollo de los emprendimientos turísticos

Objetivo: Establecer el Business Process Management en el desarrollo de emprendimientos Turísticos.

Instrucciones: Por favor, lea detenidamente las preguntas y responda de acuerdo a su criterio seleccionando una única opción.

Nota: Este cuestionario es netamente con propósitos académicos, sin fines de lucro

Business Process Management (BPM) tienen como fin aumentar la productividad, reducir costos y se encargan principalmente de automatizar los procesos, generando evidencias que aportan de manera positiva a sus emprendimientos.

	Considera usted:	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	¿Qué es favorable implementar los BPM a su emprendimiento para mejorar la comunicación entre la organización y el cliente?					
2	¿Qué los BPM aportan con altos beneficios a su organización?					
3	¿Qué los BPM dan solución a los problemas del consumidor en relación a la organización y clientes?					
4	¿Qué los BPM ayudan a la reducción de costos en la organización?					
5	¿Qué es conveniente que la organización implemente los BPM para mejorar la automatización de procesos?					

6	¿Qué los BPM son elementos esenciales que facilitan la comunicación entre la organización y el cliente?					
7	¿Qué la organización comparta con sus clientes información relevante sobre el uso de los BPM?					
8	¿Qué es oportuno que la organización de a conocer los resultados de la aplicación de los BPM?					
Desarrollo de los emprendimientos turísticos						
9	¿Qué el desarrollo de los BPM en la orgGanización mejora la interacción con sus clientes?					
10	¿Qué el desarrollo de los emprendimientos turísticos está orientados a los diversos tipos de consumidores?					
11	¿Qué la implementación de los BPM en el desarrollo de los emprendimientos turísticos facilita la competencia en el mercado?					
12	¿Qué la innovación en los servicios ofertados facilita el desarrollo de los emprendimientos turísticos					
13	¿Qué la sostenibilidad favorece el desarrollo de los emprendimientos turísticos?					
14	¿Qué la promoción en el desarrollo de los emprendimientos turísticos contribuye la acogida en el mercado?					
15	¿Qué el precio de los emprendimientos turísticos está relacionado con la implementación de los BPM?					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Nota aclaratoria:

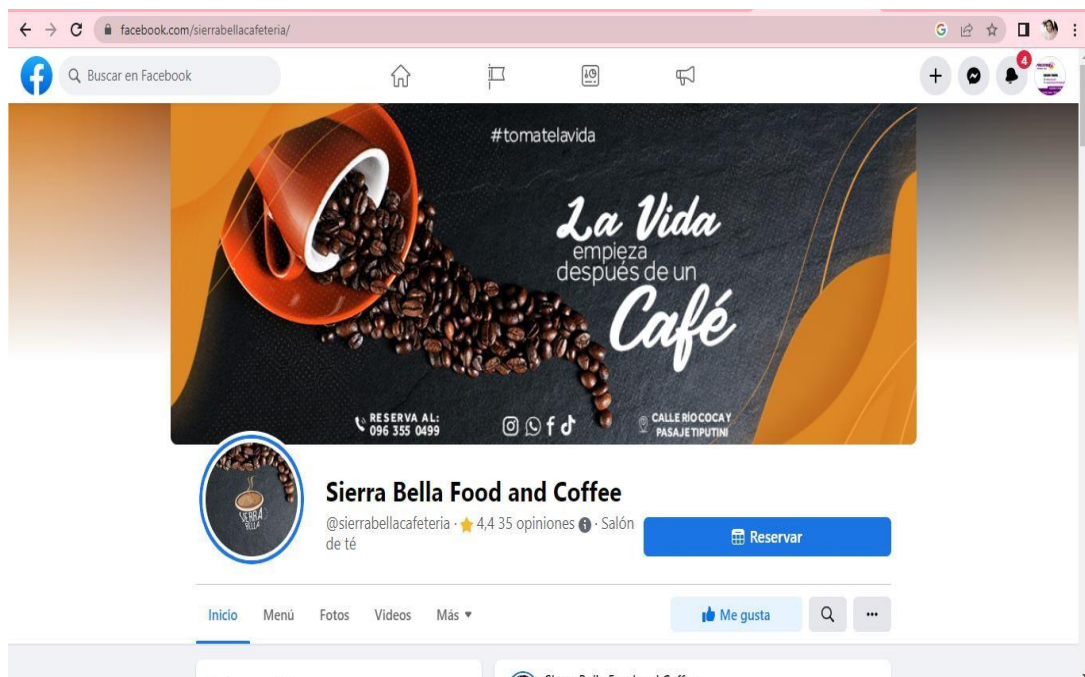
Mediante el marco teórico y la identificación de las variables se encontró dimensiones, subdimensiones y fases, las cuales permiten plantear las preguntas del cuestionario.

Adicionalmente, se han considerado investigaciones primeramente aprobados y publicados a nivel SCOPUS como a nivel Doctoral: como la siguiente referencia:


Reijers, H. (2021). Business Process Management: The evolution of a discipline. *Elsevier*, 126. doi:https://doi.org/10.1016/j.compind.2021.103404

Cobo , S., Fernández, A., López, J., & Santamaría, M. (2018). Public support for entrepreneurship, human capital and talent in the context of Spanish tourism. *2018*, 53 - 74.

Facebook Sierra Bella Food And Coffee



Anexos 8. Validación de expertos



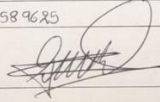
VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO
APRECIACIÓN

	SI	NO
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente.	X	
El número de preguntas del cuestionario es excesivo.		X

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento.	X			
Claridad en la redacción de las preguntas.	X			
Pertinencia de la variable con los indicadores.		X		
Relevancia del contenido.		X		
Factibilidad de la aplicación.		X		
Validez de contenido del cuestionario.	X			


Observaciones: Aplicable

IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Validado por:	Ingeniero Cesar Guerrero
Profesión:	Ingeniero
Lugar de Trabajo:	UTA - FCADM
Cargo que desempeña:	Docente
Lugar y fecha de validación:	Ambato 14 de Noviembre 2022
E-mail:	
Teléfono o celular:	0984589625
Firma:	

Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario

Anexos 9. Validación de expertos



VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

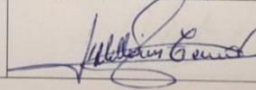
APRECIACIÓN

	SI	NO
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente.	✓	
El número de preguntas del cuestionario es excesivo.		✓

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento.	✓			
Claridad en la redacción de las preguntas.	✓			
Pertinencia de la variable con los indicadores.	✓			
Relevancia del contenido.	✓			
Factibilidad de la aplicación.	✓			
Validez de contenido del cuestionario.	✓			

Observaciones:

IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Validado por:	William Tenorio
Profesión:	Docente
Lugar de Trabajo:	UFA - FCADM
Cargo que desempeña:	Docente - Investigador
Lugar y fecha de validación:	Ambato, 16 Noviembre 2022
E-mail:	wt.tenorio@ufa.edu.ec
Teléfono o celular:	0988452485
Firma:	

Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario

Anexos 10. Validación de expertos



VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

APRECIACIÓN

	SI	NO
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente.	✓	
El número de preguntas del cuestionario es excesivo.		✓

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento.	✓			
Claridad en la redacción de las preguntas.	✓			
Pertinencia de la variable con los indicadores.	✓			
Relevancia del contenido.	✓			
Factibilidad de la aplicación.	✓			
Validez de contenido del cuestionario.	✓			

Observaciones:

IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Validado por:	LEONARDO ANDRÉS BALLESTEROS LÓPEZ
Profesión:	INGENIERO COMERCIO
Lugar de Trabajo:	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE ARIBATO
Cargo que desempeña:	PROFESOR TITULAR
Lugar y fecha de validación:	ARIBATO 14-11-2022
E-mail:	lg.ballesteros@uta.edu.ec
Teléfono o celular:	0499009512
Firma:	

Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario