

Recibido: 10/11/2015–Aceptado: 26/01/2016

# Oportunidades innovadoras en empresa del sector hotelero en villavicencio<sup>1</sup>

## Innovative opportunities enterprise in the hotel industry villavicencio

Mónica Colorado Tafurth\*  
Angie Milena Riaño Montoya\*\*  
Ángelo Mauricio Soto\*\*\*  
Dora Navarro Quintero\*\*\*\*

Universidad Cooperativa de Colombia –Villavicencio

**Forma de citar este artículo en APA:**

Colorado Tafurth, M., Riaño Montoya, A. M., Soto A. M. & Navarro Quintero, D. (julio – diciembre 2016). Oportunidades Innovadoras en Empresa del Sector Hotelero en Villavicencio. *Revista Science Of Human Action*, 1(2), 281-299.

<sup>1</sup> El artículo es resultado del Proyecto de investigación: "La innovación y creatividad como estrategia competitiva en las empresas de servicio de Villavicencio", Línea de investigación Gestión Organizacional, Grupo de investigación GESTORES. Estudiantes de Administración de Empresas. Universidad Cooperativa de Colombia.

\* Estudiante de Administración de Empresas. Correo electrónico: monica.coloradot@campusucc.edu.co

\*\* Estudiante de Administración de Empresas. Correo electrónico: Angie.rianom@campusucc.edu.co

\*\*\* Estudiante de Administración de Empresas. Correo electrónico: angelo.soto@campusucc.edu.co

\*\*\*\* Administradora de Empresas. Magister en Docencia e Investigación Universitaria. Profesora de la Universidad Cooperativa de Colombia. Línea de investigación Gestión Organizacional, Grupo de investigación GESTORES. Correo electrónico: dora.navarro@campusucc.edu.co

## Resumen

La investigación formativa se centró en la elaboración de un diagnóstico empresarial y la propuesta de una idea innovadora en el Hotel Don Lolo de la ciudad de Villavicencio. La metodología utilizada fue de corte exploratorio y descriptivo apoyada con revisión documental, encuesta y entrevista. Los resultados del diagnóstico evidenciaron falencias e impactos positivos que conjugados con mega-tendencias sociales (consumidor ecológico) y tecnológicas (software) generaron una propuesta de mejora en el servicio al cliente y en las funciones administrativas de la entidad. Con la tendencia mundial en el propósito de manejo de hoteles verdes, el avance tecnológico en la prestación del servicio y con la afluencia de la hostelería, se propone fortalecer el consumo de alimentos orgánicos, mediante una huerta de cultivos hidropónicos y un software especializado que integre procesos funcionales, con el fin de lograr una mayor participación en el mercado llanero.

## Palabras claves:

Innovación, creatividad, tecnológico, hoteles, Villavicencio.

## Abstract

This research focused on make a business diagnosis and the proposal of an innovating idea at the Hotel Don Lolo in the city of Villavicencio. Methodology used was exploratory and descriptive supported on a documental review, survey, and interview. Results showed shortcomings, and positive impacts that conjugates with social megatrends (Customer – ecologic) and technologic (software) generated an improvement proposal in customer service also in administrative functions at the entity. With global trend of management Green Hotels, technological advance in customer service and agreement of the hostels, It aims to strengthen the consumption of organic food through hydroponics garden and a specialized software that integrates all functional processes in order to achieve greater market share in the area.

## Keywords:

Innovation, creativity, technological, hotels, Villavicencio.

# Introducción

El desarrollo económico de las naciones se ha relacionado, entre otras cosas, con la pericia, ingenio y creatividad de los empresarios y la forma como estos adaptan su negocio a las costumbres, tradiciones y culturas regionales para mejorar la productividad de la actividad empresarial; ello, sin desconocer lo promisorio de la interacción *glocal* que permite el flujo del mercado internacional.

En la actualidad, la globalización se ha visto permeada por un desarrollo sostenible, que abarca desde aspectos tecnológicos hasta la perspectiva del consumidor a la hora de adquirir productos o servicios. El primer acercamiento al concepto de desarrollo sostenible fue tratado en el informe Naciones Unidas (1987, p. 23); al hacerlo refiere la necesidad mundial de alcanzar un desarrollo duradero en donde la explotación de los recursos, la orientación tecnológica y los cambios organizacionales estén supeditados al beneficio de las generaciones presentes y futuras.

En Colombia, y particularmente en el Departamento del Meta, en el transcurso de estos 28 años son pocas las prácticas que se han realizado para alcanzar este propósito mundial, aunque no se desconoce la política pública de fortalecimiento a la sostenibilidad del medio ambiente fijada como meta por parte del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD); se estima una baja integración entre la academia, el empresario y el estado. Este distanciamiento limita la selección y adaptación de nuevas formas de producción basadas en la adecuada selección de herramientas tecnológicas e identificación de diagnósticos estratégicos que medien la generación de ideas innovadoras encausadas al mejoramiento de la productividad y competitividad sostenible.

En el Departamento del Meta el sector económico predominante es el comercio mayorista y minorista seguido del sector alojamiento y servicio de comidas. El 62.03% de las unidades productivas se concentran en la capital, Villavicencio. De las 36.363 empresas registradas en el departamento, el 97% están constituidas como microempresas según datos de la Cámara de Comercio de Villavicencio (2015). La ubicación geográfica privilegiada, la infraestructura vial y la cercanía a la capital del país, hacen de Villavicencio una ciudad con amplio ingreso de visitantes; la ocupación hotelera para el 2014 fue de 67.5% (Instituto de Turismo del Meta, 2014).

El Departamento cuenta con productos turísticos que dan cuenta de su paisaje, folclor, cultura llanera y gastronomía en diferentes poblaciones (ver tabla 1).

**Tabla 1.** Productos turísticos en el Departamento del Meta- Colombia

Nº	Municipio	Producto turístico
1	Acacias	Festival del Retorno
2	Barranca de Upía:	Feria Artesanal y Reinado de la Palma
3	Cabuyaro:	Festival de La Playa y el Río
4	Calvario:	Ferías y Fiestas Agrícola, ganadera y cultural de la Cordillera o Navidades Comunitarias
5	Castilla La Nueva:	Festival del Petróleo y la Cultura Llanera
6	Cubarral:	Festival del Cubarro o Navidades Comunitarias
7	Cumarál:	Festival de La Vaquería
8	El Castillo:	Festival y Reinado de la Fraternidad Castellense
9	El Dorado:	Festival Agrocultural de la Cal y la Reconciliación
10	Fuente De Oro	Festival Folclórico y Cultural El Guayupe de Oro
11	Granada	Festival de Verano. o Festival de La Cosecha
12	Guamal	Festival de Las Colonias
13	La Macarena	Festival Musical Llanero “La Velloussea”
14	La Uribe	Festival de la Paz y La Confraternidad
15	Mapiripán	Ferías y Fiestas
16	Puerto Gaitán	Festival de Verano Y Festival internacional de La Cachama
17	Puerto López	Festival de verano. o Festival del Canoero o Festival de Colonias
18	Puerto Lleras	Ferías y fiestas
19	Restrepo	Festival y Reinado Nacional de la Sal
20	San Carlos de Guaroa	Festival de La Palma y La Guaratara
21	San Juan de Arama	Festival Sierra de la Macarena
22	San Juanito	Festival del Retorno
23	San Martín	Festival Internacional Folclórico y Turístico del Llano
24	Villavicencio	Festival de Catama, Festival del Joropo, Semana Santa, Navidades Comunitaria

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el Instituto de Turismo del Meta, 2014.

Este panorama, soporta la necesidad de integrar los procesos de formación con las expectativas empresariales (Pequeñas y medianas empresas Pymes) regionales que profundicen sobre el conocimiento del sector y conjuntamente se construyan propuestas creativas, innovadoras y sostenibles para satisfacer la demanda respetando las particularidades de esta actividad empresarial en la zona.

Sumado a este contexto, existen soportes investigativos que demuestran cómo la capacidad emprendedora, la capacidad de la mercadotecnia y la innovación organizacional, logran proporcionar a las Pymes una ventaja competitiva sostenible, (Hernández, Domínguez & Castillo, 2008, p. 163). De igual forma, la aplicación de nuevas tecnologías en los procesos empresariales, han demostrado mayor rendimiento y competitividad en los negocios.

Para el presente estudio se obtuvo el consentimiento del propietario del establecimiento hotelero *Hotel don Lolo* en la ciudad de Villavicencio. Se pretende mostrar que se puede lograr un acercamiento universidad–empresa y, que conjuntamente se pueden generar diagnósticos organizacionales con el fin de proponer estrategias adaptadas a las condiciones y capacidades económicas del servicio hotelero que posibiliten una actividad sostenible y rentable.

Se consideraron para este estudio los siguientes aspectos: Inicialmente, se realiza el diagnóstico empresarial apoyados en la herramienta DOFA y con ella se determinan los factores clave de éxito; mediante un test (radar de innovación) se identifica el grado de innovación del establecimiento hotelero y se procede a definir la estrategia innovadora que acompañe la viabilidad de una mega-tendencia social y tecnológica como aporte práctico al manejo de la sostenibilidad.

El análisis y determinación de estrategias estuvo acompañado del conocimiento, experiencia y decisión del empresario y sus colaboradores. Es de aclarar que al considerar la indagación con los usuarios del establecimiento sobre la prestación del servicio, esta no se logró efectuar dado que el huésped no permite ser incomodado por ninguna circunstancia y manifiesta a través de los funcionarios del hotel que su prioridad básica es la tranquilidad y el descanso.

## 1. Metodología

La metodología utilizada fue de corte exploratorio–descriptivo. A través de un diagnóstico estratégico, se identificaron y analizaron las variables endógenas y exógenas que intervienen en el funcionamiento del establecimiento hotelero, se identificó el nivel de innovación y se propuso estrategias para el mejoramiento del menú orgánico de restaurante.

### 1.1. Fase 1. Diagnóstico Empresarial

Se trabajó mediante la aplicación de un análisis DOFA que permitió establecer factores clave y posibles falencias dentro y fuera de la organización. Dicho diagnóstico se implementó a través de los siguientes instrumentos:

**Encuesta.** Esta herramienta se dividió en un análisis de variables internas conformada por una lista de fortalezas y debilidades; a su vez se identificó variables externas que afectan a la organización positiva como negativamente y que constituyen posibles oportunidades o amenazas. Esta herramienta fue dirigida al Jefe de Calidad del Hotel, quien valoró cada ítem en una escala 1 al 5 según su importancia. De igual forma, se complementó este análisis con el aprovechamiento del software en línea, INGHENIA.

**Entrevista.** Se entrevistó al jefe de calidad y al representante legal del Hotel, teniendo en cuenta aspectos de competitividad en el sector, innovación, ventajas competitivas, infraestructura, clientes tanto internos como externos y la importancia del desarrollo sostenible generado por el Hotel en cuanto a la norma NTC 5133, 2006 (Sello Ambiental) y la NTS-TS 002 (Operaciones Ambientales Ecoeficientes otorgada en 2014)

## 1.2. Fase 2. Identificación de la Creatividad y la Innovación

El análisis de la creatividad y la innovación se realizó con la herramienta radar de innovación tomado de Industrieberatung Consultores Empresariales (Christian Bruszies, 2015, p. 49); por el cual se logra identificar oportunidades y establecer prioridades con respecto a varias dimensiones organizacionales: planeación estratégica, competencias medulares, efectividad de Innovación y Desarrollo (I + D), toma de decisiones, enfoque en el cliente, redes de cooperación y cultura corporativa en términos de innovación.

## 1.3. Fase 3. Mega-Tendencias Sociales y Tecnológicas

Se efectuó un estudio y análisis detallado de las mega-tendencias actuales con el fin de proyectar la más idónea al estilo y las necesidades del sector hotelero, eligiendo una mega-tendencia social y una mega-tendencia tecnológica.

## 1.4. Fase 4. Aplicación del Jobs To Be Done

Para el reconocimiento del usuario hotelero, se aplicó el enfoque Jobs-To- Be- Done (JBTD, Trabajo por hacer) el cual consiste en analizar aspectos funcionales y emocionales de los huéspedes, mediante una técnica de observación “No participante” realizada en diferentes áreas del hotel como el lobby, el restaurante Zaguán del llano, áreas sociales y el bar la Cautiva.

# 2. Resultados

---

A continuación se describen los resultados significativos para el desarrollo funcional y operativo de la organización en estudio. Con base en ellos, se propone una idea innovadora como alternativa de mejora a las falencias encontradas.

## 2.1. Descripción de la Empresa

Según lo expuesto en la NTS-TS 006 sobre Categorización por estrellas de Hoteles; Don Lolo, catalogado como un hotel de tres estrellas (Asociación Hotelera de Colombia COTELCO, s.f.). Está ubicado en el Barrio Camoa de la ciudad de Villavicencio-Meta, rodeado de varias rutas turísticas del departamento, además de varios centros comerciales y zonas bancarias.

Figura 1. Logotipo Hotel Don Lolo

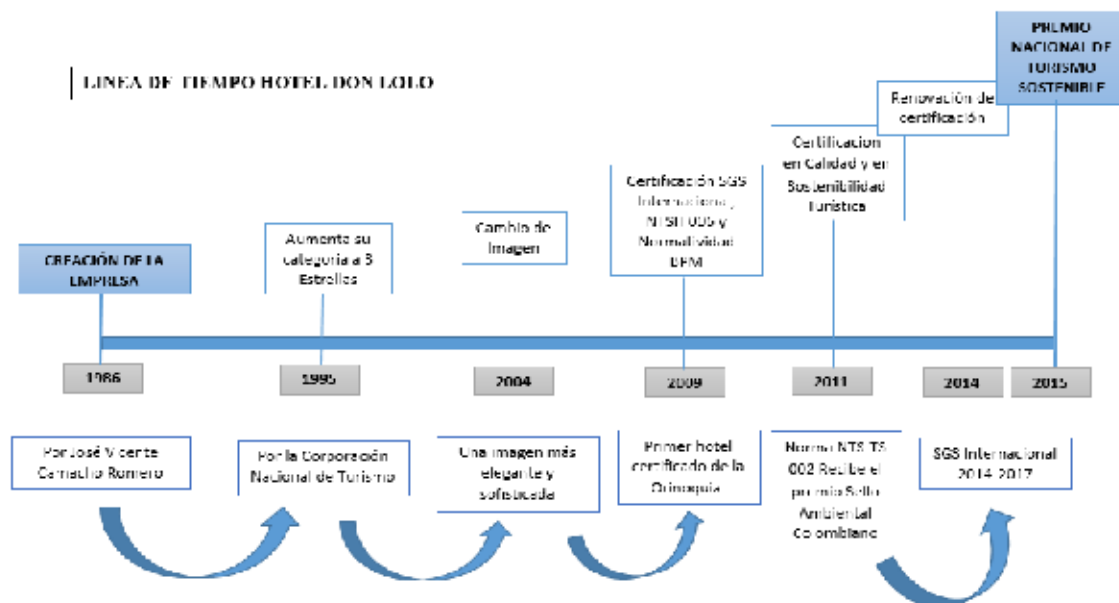


Fuente: Hotel Don Lolo (2015). Logotipo [Figura] Recuperado de <http://www.donlolohotel.com/>

En su portafolio de servicios se ofrecen habitaciones amplias, cómodas y confortables, algunas de ellas con balcón, vista al llano y aire acondicionado. Cuenta con servicio de piscina, turco, parqueadero vigilado, parque infantil, WIFI en habitaciones y zonas comunes entre otros. Para todos sus eventos, convenciones o conferencias el hotel pone a su disposición tres salones de eventos con capacidad de 50 a 120 personas equipados con equipos audiovisuales y de logística. Asimismo el hotel Don Lolo, se encuentra certificado con la norma NTS 006 de categoría tres estrellas NTS-TS002 de Calidad y sostenibilidad Turística gracias a un capital humano encargado de brindar el mejor de los servicios (Hotel Don Lolo, 2015).

En la gráfica siguiente se observa los momentos trascendentales del hotel durante su trayectoria hasta la actualidad.

Figura 2. Línea de tiempo Hotel Don Lolo



Fuente: elaboración propia.

## 2.2. Diagnóstico

Según la Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local–TURyDES (2010), diagnóstico se concibe como un proceso de gestión analítico, al identificar los problemas que impiden el crecimiento y desarrollo de la organización; preventivo puesto que detecta y desarrolla alternativas estratégicas, minimizando riesgos y maximizando las oportunidades o acciones a realizar; y de evaluación permanente, mediante la recolección de información, que permite generar una hipótesis de la situación actual de la organización, pasando de un estado de incertidumbre a otro de conocimiento para su adecuada dirección.

Existen actualmente dos tipos de diagnóstico: general y específico. El primero se caracteriza por tener una amplia visión empresarial, abarcando gran variedad de aspectos dentro y fuera de la organización. Y el segundo se enfatiza en un proceso productivo, financiero o de gestión en particular, teniendo en cuenta aspectos relativos al mercado y a los consumidores. De acuerdo con los tipos de diagnóstico evidenciados anteriormente, se realizó un diagnóstico general basado en el análisis DOFA con el fin de abarcar y analizar las principales dimensiones de la organización.

## 2.3. Análisis DOFA

El análisis DOFA es un modelo que permite realizar un diagnóstico estratégico, como lo describe Johnson & Scholes (2001, p. 173), este modelo permite identificar el efecto de una estrategia en la búsqueda del equilibrio entre las variables de capacidad interna y externa.

## 2.4. Análisis de Factores Clave

Al llevar a cabo la encuesta y la entrevista se detectó una serie de factores clave que impactan tanto positiva como negativamente a la organización los cuales se mencionan a continuación.

**Fortalezas.** En términos positivos la organización recibió en el año 2014 el “Sello Ambiental” por la adopción de las normas NTC 5133 de 2006 y la NTS-TS 002 al realizar operaciones ambientales ecoeficientes (ver figuras 3 y 4); estas acciones incluyen ahorro de agua (duchas ahorradoras, árboles economizadores de agua, llaves plugs e información pedagógica al huésped para el cuidado del agua), ahorro de energía (Switches ahorradores, tarjetas de encendido electrónico en las habitaciones, aire acondicionado a mini Split a mínimo encendido en zonas administrativas, bombillos ahorradores, sensores de movimientos) y plan de manejo de residuos (materiales inorgánicos reciclables y orgánicos compostaje, al contar con su propia huerta orgánica).



Figura 3. Cuidado del Agua y Huerta de especias



Fuente: Presentación Prezi Hotel Don Lolo (2015). Cuidado del agua y huerta.[Figura] Recuperado de [https://prezi.com/mn\\_afyczfsty/hotel-don-lolo/](https://prezi.com/mn_afyczfsty/hotel-don-lolo/).

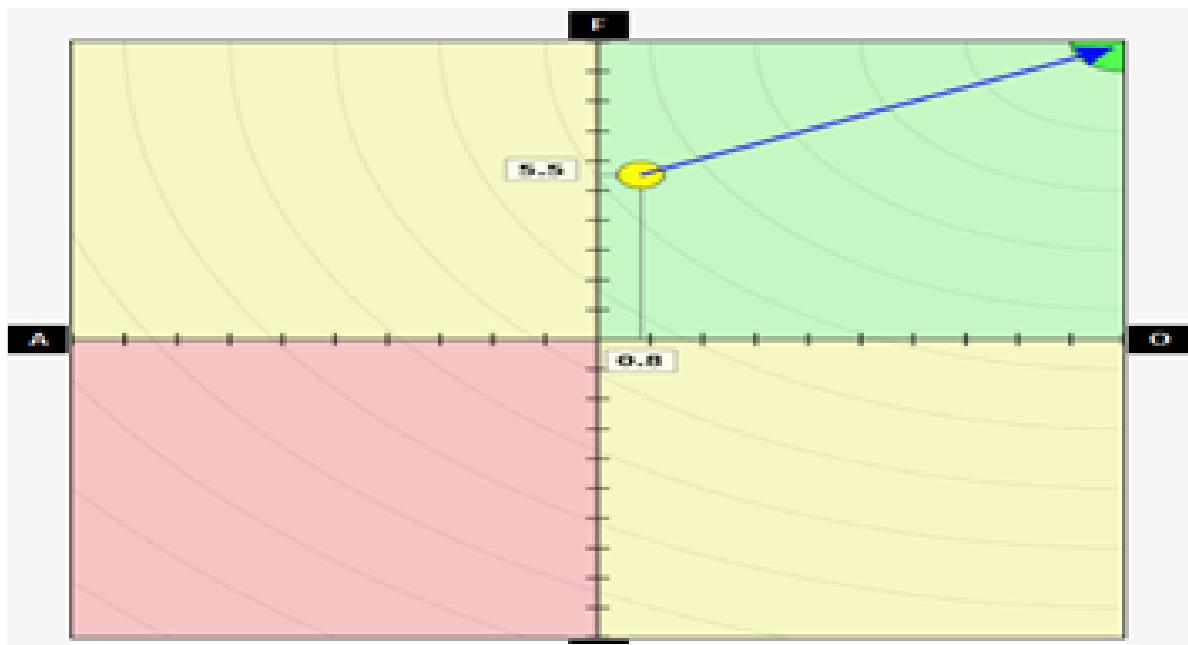
Otro resultado de la entrevista, el cual se establece como fortaleza, es el compromiso con la región, al fomentar la cultura llanera, mediante la exposición de imágenes de artistas llaneros en todos los pisos del hotel; asimismo posee más de 20 tipos de plantas y árboles representativos de la Orinoquia para que el cliente conozca un poco más de la cultura, flora y fauna de los llanos. El hotel Don Lolo actualmente es reconocido en la ciudad de Villavicencio por tener una trayectoria de 29 años, gracias a la calidad del servicio, precios bajos comparados con los de la competencia, buena relación con los proveedores que son netamente de la región y una ubicación estratégica cercana a varios centros comerciales, zonas bancarias y rutas turísticas representativas, generando un conocimiento en el mercado que lo tiene posicionado como el hotel insignia de la capital del Meta.

**Debilidades.** En el proceso de observación y resultados de la entrevista se identificaron debilidades que impiden el crecimiento óptimo del hotel, entre ellas están el poco desarrollo de servicios nuevos y exclusivos como factor diferenciador frente a la competencia, carencia de infraestructura moderna y tecnificada en el área operativa y administrativa lo que ocasiona problemas en procesos de logística y atención. En términos de marketing y ventas se crea la necesidad de tener más presencia online para promocionar el servicio.

**Oportunidades.** En el diagnóstico se evidencian oportunidades que proyectadas y aprovechadas podrían convertirse en fortalezas. La posibilidad de generar alianzas con empresas privadas, desarrollar nuevos servicios mediante la integración de innovación y tecnología e impulsar el turismo regional y nacional como ventaja económica por las alzas del dólar que impiden al colombiano promedio viajar al extranjero, esto hace del turismo local una excelente opción.

**Amenazas.** Los factores externos identificados en el estudio como riesgos son: los cambios de hábitos y costumbre de los clientes, aumento de impuestos y leyes en el sector hotelero, una fusión futura de competidores, la llegada de hoteles extranjeros a la ciudad que puedan tener un portafolio de servicios más amplio, además de una inestabilidad del país, que influye directamente en la demanda turística.

Figura 5. Gráfica de Posicionamiento Hotel Don Lolo



Fuente: Software online Ingenia (2015).  
Posicionamiento DOFA [Grafica] Recuperado de  
<http://www.inghenia.com/gadgets/swot/swot.php>

El análisis de posicionamiento indica el aprovechamiento de las fortalezas y oportunidades del negocio para mitigar las amenazas del entorno que impactan en la calidad del servicio mediante planes estratégicos que incluyan propuestas innovadoras que apoyen la productividad sostenible.

## 2.5. Análisis de Estrategias

Se propone una serie de estrategias con el fin de mejorar las falencias, y aprovechar las oportunidades tales como alianzas estratégicas con empresas privadas (centros comerciales, gimnasios, SPA, entre otros) que permitan garantizar algunos servicios que el hotel actualmente no ofrece y que son solicitados por el huésped. Conjuntamente, incluir productos orgánicos en la carta del restaurante, en aprovechamiento de la huerta auto sostenible de que dispone el hotel, mantener el liderazgo en el mercado regional mediante un Software rápido y confiable que incluya todas las áreas organizacionales del hotel; además, establecer alianzas estratégicas con agencias online (OTAs) y convenios con centros turísticos y vacacionales.

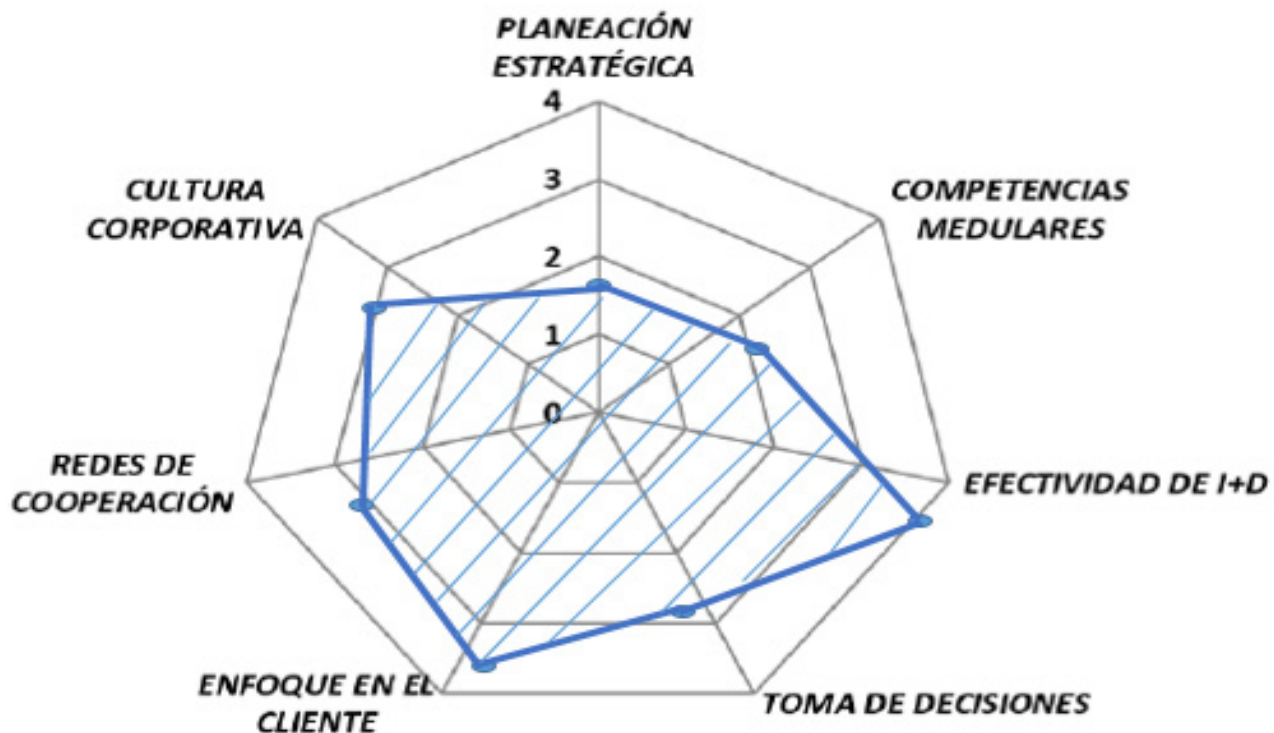
## 2.6. Red de Innovación

Los hallazgos de la aplicación del Radar de Innovación se describen en siete dimensiones organizacionales a saber: Planeación Estratégica, Competencias Medulares, Efectividad de I + D, Toma de Decisiones, Enfoque Cliente, Redes de Cooperación y Cultura Corporativa como se observa en la figura 7.

Entre las variables más destacadas se encuentran: efectividad de I + D, cultura corporativa y enfoque al cliente; que evidencian o soportan el trabajo permanente en procesos de innovación al manejar niveles altos de sostenibilidad por prácticas verdes, dirigidos al ahorro de energía, al cuidado del agua, reutilización de desechos y producción casera, que han llevado al Hotel Don Lolo a ser premiado por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible con la certificación de “Sello Ambiental”.

Si bien es cierto existe una efectividad en Innovación y Desarrollo alineado al propósito de calidad en el servicio y reflejado en los avances de certificación ambiental, este no se acompaña con metas a largo plazo que direccionen la estrategia a la inversión permanente en Investigación; sumado a ello, el proceso de toma de decisiones es débil en la dirección y control de los proyectos de innovación.

Figura 7. Red de Innovación



Fuente: Elaboración propia.

## 2.7. Creatividad e Innovación

Ambos conceptos están relacionados, es decir, la creatividad consiste en la “capacidad de pensar soluciones nuevas a un problema existente, o de descubrir problemas diferentes” (Ordoñez, 2010, p. 12). La innovación, se considera como:

El proceso de transformar ideas en valor para la organización y los consumidores, el cual se inicia con la generación de ideas, pasando por un tamizaje de viabilidad, hasta la implementación de un nuevo, o significativamente mejorado: producto -bien o servicio, proceso, esquema de mercadeo o estructura organizacional de la empresa (Asociación Colombiana de Facultades de Ingeniería-ACOFI, 2012, p. 3).

Dando cuenta de lo anterior y teniendo como referente la fortaleza relevante del Hotel Don Lolo, en el área de la gestión de desarrollo ambiental como compromiso social certificada con la norma NTS 5133 de 2006 con el sello ambiental y la NTS –TS 002 por operaciones ambientales eco-eficientes, se propone como innovación potenciar dicha fortaleza y atacar la debilidad de innovación de servicios nuevos, mediante la ampliación de la huerta a cultivos hidropónicos en la sede campestre el *Jecho*, con el objetivo de ofrecer alimentos orgánicos en la carta del restaurante, brindando la posibilidad a los clientes de mantener un estilo de vida saludable y libre de productos químicos y fertilizantes. Según el registro de solicitud de alimentos en el hotel, existe una mayor tendencia a consumir productos frescos y orgánicos. Igualmente, se propone la utilización del Software ZEUS para el manejo administrativo y de control del servicio hotelero.

## 2.8. Propuesta Innovadora

De acuerdo con el Diagnostico empresarial, análisis DOFA, Radar de Innovación y análisis de mega-tendencias, se propone una idea innovadora que fortalezca las debilidades, buscando la creación de nuevos productos adaptando la mega tendencia social Consumidor Ecológico (Cultivo Hidropónico) como factor predominante en la evolución y el deseo de mantener una alimentación saludable y minimizando los problemas operativos a través de herramientas tecnológica como el software (Zeus) que integre las áreas funcionales de la organización.

**Cultivos Hidropónicos.** El termino hidroponía tiene su origen en las palabra griegas “Hidro” que significa agua y “Ponos” que significan trabajo; es una técnica de producción agrícola en la que se cultiva sin suelo y donde los elementos nutritivos son entregados en una solución líquida (Izquierdo, 2003, p. 2). Dadas las actuales condiciones de la organización en estudio, se pretende desarrollar una huerta de cultivos hidropónicos libre de plagas y pesticidas, con el fin de facilitar el consumo de alimentos orgánicos, teniendo en cuenta que en la actualidad existe una amplia preferencia por la alimentación sana y saludable que proporcione nutrientes esenciales para su cuerpo.

Principalmente se cultivarán hortalizas en la sede campestre del Hotel (el Jecho), puesto que es un lugar óptimo para realizar la técnica, teniendo en cuenta que requiere de una fuente de agua potable cerca, y luz solar mínimo 6 horas al día. En esta oportunidad se desea cultivar lechugas (crespa, iceberg, roble roja) tomate y zanahoria; para ello se utilizara tubos de PVC de 3 pulgadas de diámetro y orificios de una pulgada y media con espacios de 8 pulgadas, con un sistema de bombeo integrado de 250 litros de agua por hora la cual suministra nutrientes a todo el sistema de riego por efectos de gravedad.

Para el éxito de los cultivos Hidropónicos es necesario el uso de sustratos, los cuales sustituyen al suelo en la función de sostener a las plantas (Izquierdo, 2003, p. 13), por tanto, se recomienda utilizar sustratos orgánicos que regularmente son productos de desechos de alguna actividad agropecuaria o industria, tales como, el aserrín que debe ser sometido a procesos de eliminación de sustancias toxicas y además cuenta con una retención de humedad de un 54% lo que es ideal para climas templados y secos. Otro sustrato importante es la cascarilla de arroz que se utiliza fundamentalmente con grava ya que es muy liviano y su capacidad de retención de humedad es baja, con un 40% ya mezclado. El departamento del Meta se caracteriza por ser productora de estos sustratos, al desarrollar actividades agrícolas, en cuanto a la producción de arroz y al cultivo de árboles maderables siendo de fácil adquisición para el desarrollo de la huerta.

Los cultivos hidropónicos se caracterizan por ser cultivos libres de parásitos, bacterias y hongos; tienen costos de producción reducidos, son independientes a los fenómenos meteorológicos, ocupan menos espacios, generan un ahorro de agua que se puede reciclar; así mismo se evita el uso de fertilizantes e insecticidas, proporcionando limpieza e higiene en el manejo del cultivo.

En términos de costos las semillas de lechuga (crespa, iceberg, roble roja) tomate y zanahoria son productos que se consiguen con facilidad en el mercado, cuyos precios oscilan entre \$5.000 y \$19.000, teniendo en cuenta la cantidad por paquete. Los nutrientes tienen un valor aproximado de \$50.000 y la bomba de aire, esencial para el sistema de riego, varía entre \$600.000 y \$ 700.000, lo cual indica que la inversión para el desarrollo de la huerta es mínimo.

**Software Zeus.** También denominado Zeus® hoteles, es una herramienta que brinda en forma rápida, confiable y segura, información que facilitará a los funcionarios la realización de sus labores, agilizando las funciones de administración y control, generando oportunamente información para la toma de decisiones, puesto que, se pueden emitir reportes de tipo financiero y estadístico, que permiten evaluar las transacciones y rendimientos de las áreas operativas del Hotel en cualquier momento (Zeus Tecnología, 2015, p. 1).

Zeus Hoteles, es un Software Visual, desarrollado en tecnología Cliente–Servidor y Bases de Datos relacionales SQL, listo para operar de manera amigable sobre plataforma Windows. Zeus es muy flexible y está diseñado para que pueda ser parametrizado según las características del hotel; en todos los módulos Zeus permite búsquedas de información en forma rápida para que los usuarios tengan todo lo que necesiten a la mano (Zeus Tecnología, 2015, p. 1).

Las razones por las cuales se propone implementar este tipo de software en el Hotel Don Lolo. como idea innovadora y creativa, son las siguientes: es una empresa colombiana (se apoya a la industria nacional) afiliada a Fedesoft, maneja una tecnología de punta, no requiere indexación de datos, lo cual ahorra tiempo y mejora notablemente la exactitud de la información, disminuye el riesgo de pérdida, total posibilidad de ejecución remota vía internet, basada en su modelo Cliente – Servidor; es un producto integral (Hoteles, POS, Teléfonos, Banquetes & Eventos, Contabilidad, Inventarios–Costos, Activos Fijos y Nómina) además de adquirirlo por medio de venta o alquiler.

Según estudio realizado en el sector Hotelero de la ciudad de Villavicencio se identificó que la mayoría de los hoteles tres estrellas utilizan el software Zeus; entre los más importantes se encuentran, el hotel Hacaritama Colonial, Villavicencio Plaza y Hotel María Gloria, gracias a que este software es eficiente e integra tanto las áreas operativas como administrativas optimizando el funcionamiento y la demanda que generan los hoteles de este sector. Cabe mencionar que la ubicación geografía de la ciudad, ha generado la presencia de hoteles de talla internacional como el Hotel Estelar, el cual es reconocido por su gran infraestructura y el manejo de software altamente tecnificados, por tanto se ve la necesidad de implementar sistemas de calidad acordes con las condiciones que impone la competencia.

## 2.9. Mega-Tendencias

El concepto de tendencia es entendido como “La propensión o inclinación en los hombres y en las cosas hacia determinados fines” (RAE, 2015, pp. 12-15). Esta se manifiesta en los ámbitos sociales, tecnológicos y culturales, cuyo impacto es perceptible a un segmento importante de la sociedad por un largo tiempo.

Estos detonadores de oportunidades de negocio, como se le denomina a la mega-tendencias, están clasificadas en dos tipos: las Mega-tendencias Sociales (satisfacer una necesidad específica exigida por la demanda del mercado) y las Mega-tendencias Tecnológicas (creación de necesidades generadas por una innovación tecnológica). Teniendo en cuenta el diagnóstico empresarial y con la avenencia del empresario y sus colaboradores se adoptará una Mega-tendencia Social -consumidor ecológico- por considerar la satisfacción de necesidad en el servicio de los usuarios alineada a la conservación del medio ambiente y a la utilización de

productos alimenticios orgánicos. De igual forma, se incluye Mega-tendencia Tecnológica -computadores de alto rendimiento- con el manejo del software ZEUS que servirá de apoyo en los procesos administrativos y contables y la producción de informes que soporten la toma de decisiones organizacionales. A continuación se darán a conocer tendencias actuales.

## 2.10. Mega-Tendencia Social

Según lo propuesto por el Grupo de Desarrollo Tecnológico de Monterrey (2009, p. 19), las megatendencias sociales se remite al concepto de “*Market Pull* u oportunidad de negocio que se origina como respuesta a comportamientos que se pueden prever en la sociedad en el futuro, y que se pueden traducir en necesidades de mercado”. Esta Mega-tendencia se relaciona con un cambio de tipo sociológico, ético, ideológico o moral que genera nuevos comportamientos sociales. En el Hotel Don Lolo, se adoptará la mega-tendencia Consumidor Ecológico.

**Consumidor Ecológico.** La Mega-tendencia Social “Consumidor Ecológico” hace referencia a un comprador consciente y sensible ante las repercusiones que sus hábitos de consumo imponen sobre el desarrollo sostenible de la región; en otras palabras es aquella persona con estilos de vida saludables que prefieren productos menos contaminantes, orgánicos y comportamientos respetuosos del medio ambiente (Grupo de Desarrollo Regional del Tecnológico de Monterrey, 2009, p. 25).

Actualmente el Hotel Don Lolo es reconocido en el mercado hotelero de la ciudad de Villavicencio por ser un “Hotel Verde”, gracias a su gestión del desarrollo ambiental como una de las fortalezas más importantes evidenciadas en el diagnóstico empresarial, por esta razón, se quiere aplicar la Mega-tendencia social *consumidor ecológico*, por medio de un cultivo bajo los parámetros de una producción limpia-ecológica, al observar la posibilidad de implementar nuevos servicios que integren productos saludables apoyados en un estilo de vida orgánica para los huéspedes.

## 2.11. Mega-Tendencia Tecnológica

Estas se consideran como patrones de conducta que emergen de una necesidad personal o corporativa, “se generan con cambios en gran escala en el conocimiento, las aplicaciones o la manera de visualizar una disciplina del conocimiento humano”. (Grupo de Desarrollo Regional del Tecnológico de Monterrey, 2009, p. 20). Los autores identifican 12 megatendencias tecnológicas y una de ellas es la de “Computadores de alto rendimiento”.

En el Hotel Don Lolo, se adoptará la mega-tendencia Tecnológica Computadoras de alto Rendimiento mediante sistemas específicos para una optimización de procesos operativos y de logística.

**Computadoras de Alto Rendimiento.** La Mega-tendencia Tecnológica “Computadoras de alto Rendimiento” mediante sistemas (Software) específicos, hace referencia al uso de sistemas de cómputos avanzados y sistemas formados por varios procesadores intercomunicados tanto a nivel de Hardware como de Software. En términos de equipo, son capaces de procesar enormes cantidades de información ofreciendo procedimientos más eficaces y eficientes que los convencionales; y en el ámbito del software, programas avanzados que integren todas las áreas funcionales de una organización. (Grupo de Desarrollo Regional del Tecnológico de Monterrey, 2009, p. 20).

En la actualidad el hotel considera como una oportunidad manifiesta, la modernización de su infraestructura tecnológica; lo que permitirá la aplicación de una Mega-tendencia tecnológica basada en softwares que unifiquen todas las áreas funcionales de la organización y minimice problemas operativos, dichas mega-tendencias aplicadas de la mejor manera es una ventaja competitiva, abarcando estilos de vida y tendencias que cada vez se hacen más comunes en la sociedad.

**Just To Be Done.** El Just To Be Done (JTBD) “Trabajo a realizar” es definido como el trabajo que los productos y servicios llevan a cabo por los consumidores. Este enfoque permite darle una perspectiva diferente a las necesidades de los clientes, al identificar los trabajos que la gente desea como oportunidades de crecimiento productivo. El JTBD se divide en dos tipos de trabajos: los emocionales (inciden en el comportamiento, pensamiento y actuar del consumidor) y los funcionales (cumplen con un oficio operativo específico).

**Aspectos Funcionales.** En este aspecto se analizaron las preferencias de los clientes en términos funcionales (relativo al uso del servicio); los hallazgos permitieron clasificar estos aspectos en 3 categorías: perfil corporativo, turista y familia-pareja.

**Perfil Corporativo.** Este tipo de cliente maneja un estatus alto, teniendo en cuenta la organización a la que representa y a las funciones administrativas que lleva a cabo (se omite la descripción de las entidades a solicitud del hotel y por políticas de privacidad). La calidad y la eficacia en el servicio, la seguridad y la alimentación saludable juegan un papel importante para que este tipo de perfil cumpla con sus expectativas y satisfaga sus necesidades emocionales.

**Perfil Turista.** Son usuarios que desean un ambiente acogedor que se relacione con las costumbres de su hogar, rodeado de tranquilidad y armonía mediante un trato amable. Del mismo modo, espera ser sorprendido en oferta de alimentos típicos y saludables, muestras culturales, eventos turísticos, etc.



**Perfil Familia-Pareja.** Estos usuarios buscan un ambiente tranquilo y relajado, donde las preocupaciones estén en un segundo plano, priorizando la seguridad y el confort de su familia o de su pareja en una espacio privado y lleno de felicidad.

## Conclusiones

Los resultados de la práctica académica permitieron un acercamiento universidad–empresa. Con la autorización del empresario se pudo realizar un diagnóstico organizacional que fue reconocido por el administrador y el equipo de calidad del hotel.

El nivel de innovación en el hotel está sustentado en los logros que se han alcanzado para los procesos de acreditación de calidad. Sin embargo, la planeación estratégica dista mucho de una formulación, ejecución y evaluación de los planes, con baja generación de proyectos que promuevan la innovación a corto, mediano y largo plazo.

Según los hallazgos del diagnóstico y teniendo en cuenta la capacidad administrativa y económica de la Mypime se presentó una propuesta alineada a los propósitos de servicio ecológico que ha mantenido el hotel.

La adopción de la megatendencia social “consumidor ecológico” y la megatendencia tecnología “computadores de alto rendimiento” fue analizada y evaluada de acuerdo a la situación empresarial, a la manifestación creativa de los colaboradores y a la importancia que dichas megatendencias tienen en el favorecimiento de los procesos organizacionales, lo que le brindará mejores estándares de competitividad y sostenibilidad.

## Referencias

Asociación Colombiana de Facultades de Ingeniería, ACOFI. (Octubre de 2012). La Calidad en las Facultades de Ingeniería y su Impacto en el Desarrollo Nacional. *acofi.edu.co*. Recuperado de [http://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC\\_PE\\_Conceptos\\_Innovacion.pdf](http://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf)

- Asociación Hotelera de Colombia. (s. f.). Hoteles Afiliados. *cotelco.org*. Recuperado de <http://meta.cotelco.org/hoteles/>
- Barber, F. P. (2014). Turismo y desarrollo sostenible en la Provincia de Samana, República Dominicana. *Investigaciones Turísticas*, 8(1), 112 -139.
- Bruszies, C. J. (19 de noviembre de 2015). *Gerencia de la Innovación, Radar de Innovación*. Barrancabermeja, Santander, Colombia: Industrierberatung Consultores Empresariales.
- Cámara de Comercio Villavicencio. (2015). Registro Único Empresarial y Social Cámara de comercio. Recuperado [http://www.rues.org.co/RUES\\_Web/](http://www.rues.org.co/RUES_Web/)
- Grupo de Desarrollo Regional del Tecnológico de Monterrey. (2009). Las Megatendencias Sociales Actuales y su Impacto en la Identificación de Oportunidades Estratégicas de Negocios. *gestionestrategica.wikispaces.com*. (I. T. Monterrey, Ed.). Recuperado de [http://gestionestrategica.wikispaces.com/file/view/MegatendenciasSociales\\_y\\_su\\_ImpactoOportunidadesEstrategicas%281%29+copia+copia.pdf](http://gestionestrategica.wikispaces.com/file/view/MegatendenciasSociales_y_su_ImpactoOportunidadesEstrategicas%281%29+copia+copia.pdf)
- Grupo de Desarrollo Tecnológico de Monterrey. (2009). Las Megatendencias Sociales Actuales y su Impacto en la Identificación de Oportunidades Estratégicas de Negocios *centroinnovacion.org*. Recuperado de <http://www.centroinnovacion.org/assets/megatendencias-tecnologicas.pdf>
- Hernández, D., & Castillo. (2008). Ventaja competitiva sostenible en pequeñas y medianas empresas hoteleras del sur de México. *Revista Universidad del Norte Pensamiento & Gestión*, 25 (1), 161 – 177.
- Hotel Don Lolo. (13 de septiembre de 2015). Certificaciones. *Don Lolo Hotel Eventos y Convenciones*. Recuperado de <http://www.donlolohotel.com>
- Inghenia, S. (20 de septiembre de 2015). Aspectos Básicos de la Planificación Estratégica. *Inghenia SWOT*. Recuperado de <http://www.inghenia.com/gadgets/swot/swot.php>
- Instituto de Turismo del Meta. (2014). Guía Turística el Meta, los Llanos son vida. Recuperado de <file:///C:/Users/frojas/Downloads/guia%20turistica%20Meta.pdf>
- Izquierdo, J. (2003). *Hidroponia Simplificada: Cartilla de capacitación*. Santiago, Chile: Oficina Regional para America Latina y el Caribe de FAO.
- Johnson, G., & Scholes, K. (2001). *Direccionamiento estratégico (5ª )*. Madrid: Pearson.
- Naciones Unidas. (2014) Plan Estratégico del PNUD. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Recuperado de [http://www.undp.org/content/undp/es/home/operations/about\\_us.html](http://www.undp.org/content/undp/es/home/operations/about_us.html)

Naciones Unidas. (3 de junio de 1992). *Declaración de Río sobre el medio ambiente y el desarrollo*. Recuperado de <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/riodeclaration.htm>

Naciones Unidas. (4 de agosto de 1987). *Informe Brundtland. De la Comisión **Mundial sobre Medio Ambiente y el Desarrollo***. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/105305734/ONU-Informe-Brundtland-Ago-1987-Informe-de-la-Comision-Mundial-sobre-Medio-Ambiente-y-Desarrollo>

Norma Técnica Colombiana, NTC 5133, Sello Ambiental (Septiembre de 2006). Recuperado de [https://www.minambiente.gov.co/images/AsuntosambientalesySectorialyUrbana/pdf/Sello\\_ambiental\\_colombiano/NTC\\_5133\\_primera\\_actualizaci%C3%B3n\\_Etiquetas\\_ambientales\\_tipo\\_I.pdf](https://www.minambiente.gov.co/images/AsuntosambientalesySectorialyUrbana/pdf/Sello_ambiental_colombiano/NTC_5133_primera_actualizaci%C3%B3n_Etiquetas_ambientales_tipo_I.pdf)

Norma Técnica NTS – TS Sectorial Colombiana 002, Requisitos de sostenibilidad establecimientos de alojamiento y hospedaje (Noviembre de 2014). Recuperado de [file:///C:/Users/frojas/Downloads/NTS\\_-\\_TS\\_002\\_para\\_publicaci%C3%B3n\\_UEC.pdf](file:///C:/Users/frojas/Downloads/NTS_-_TS_002_para_publicaci%C3%B3n_UEC.pdf)

Ordoñez, R. (2010). *Cambio, Creatividad e Innovación, Desafíos y Respuestas*. México: Ediciones Granica S.A.

Real Academia Española. (2015). *Diccionario de la lengua española*. [rae.es](http://www.rae.es/). Recuperado de <http://www.rae.es/>

Vesga, R. (20 de agosto de 2013). *Job to be Done. JTBD*. Bogotá, Colombia: Universidad de los Andes. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=3X73HHtmkBE>.

Zeus Tecnología. (12 de septiembre de 2015). *Productos Zeuz Hoteles*. [zeustecnologia.com](http://zeustecnologia.com). Recuperado de <https://www.zeustecnologia.com/zeuswebsite/public/productget.aspx?code=hoteles>