



Estrategias para la disminución de los tiempos de espera y mejora de la experiencia de los usuarios en la compra de tiquetes para el ingreso a los parques recreativos COMFAMA: diseño de procesos óptimos y rutas de automatización.

Leidy Tatiana Cardona Quintero

María Elena Bedoya Gómez
Ingeniera Industrial
Asesor interno

Universidad de Antioquia
Facultad de ingeniería
Pregrado
Medellín
2022

Cita	(Cardona Quintero, 2022)
Referencia	Cardona Quintero, (2022). <i>Estrategias para la disminución de los tiempos de espera y mejora de la experiencia de los usuarios en la compra de tiquetes para el ingreso a los parques recreativos COMFAMA: diseño de procesos óptimos y rutas de automatización.</i> ,2022 [Trabajo de grado profesional]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.
Estilo APA 7 (2020)	



BRINSA S.A – Área de Abastecimiento



Centro de Documentación Ingeniería (CENDOI)

Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

Rector: John Jairo Arboleda Céspedes.

Decano/ Director: Jesús Francisco Vargas Bonilla.

Jefe departamento: Mario Alberto Gaviria Giraldo.

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Tabla de contenido

Resumen	7
Abstract	8
Glosario	9
Introducción	10
1. Objetivos	12
2. Marco teórico	13
3. Metodología	16
4. Resultados y análisis	19
5. Conclusiones	23
Referencias	24

Lista de tablas

Tabla 1 <i>Hallazgos del proceso con necesidad de intervención.</i>	15
Tabla 2 <i>Cronograma de actividades.</i>	18

Lista de figuras

Figura 1 <i>Flujo proceso de compra por la página WEB – actual.</i>	19
Figura 2 <i>Flujo proceso de compra por la página WEB – mejorado.</i>	20
Figura 3 <i>Flujo proceso de compra por WhatsApp corporativo.</i>	22

Siglas, acrónimos y abreviaturas

RPA	Automatización Robótica de Procesos
BPMS	Sistemas de Gestión de Procesos de Negocio
QR	Respuesta Rápida
SMS	Servicio de Mensajes Cortos
NFC	Comunicación por Campos Cercanos
TPV	Terminal punto de venta
VIP	Persona muy importante
PA	Proceso actual
SMS	Servicio de mensajes cortos
URL	Localizador de Recursos Uniforme

Resumen

Es importante para las compañías implementar nuevas tecnologías favorables que permitan innovar para que puedan generar mayores ganancias, optimizar los procesos, eliminar desperdicios y mejorar el servicio. COMFAMA debe implementar mejores tecnologías capaces de adaptarse a cualquier tipo de entorno y conduciéndolas a una transformación de servicio más inteligente. Existen herramientas que podrían hacer más fácil los trabajos a desarrollar como la Automatización Robótica de Procesos (RPA) y Sistemas de Gestión de Procesos de Negocio (BPMS), incluso, mejorando herramientas y procesos ya existentes como la conectividad de los equipos, la interfaz, la ubicación de las taquillas, permite que los procesos se vuelvan más eficientes y autónomos; con la finalidad de que sus procedimientos sean depurados, generados dentro de los tiempos establecidos, además de obtener la capacidad para generar más trabajo en tiempos acordados y lograr una seguridad confiable.

Con la conformación de un equipo interdisciplinario dentro de la organización se evaluaron los procesos existentes y se propuso una ruta de mejora respecto al ingreso a los parques, esto permitió identificar oportunidades de creación de nuevos canales de venta como la página WEB y el WhatsApp corporativo, además, de la mejora y eliminación de procesos actuales de la venta en las taquillas de los parques.

Con el proyecto de las entradas ágiles a los parques COMFAMA se debe garantizar a través de un proceso fácil y sencillo, la compra de las entradas a través de medios alternativos a las taquillas comunes de ingreso, para así poder obtener tiempos mínimos de espera en las entradas y una satisfacción alta en los usuarios.

Palabras clave: experiencias de usuario, diseño, procesos, optimización, RPA, BPMS, QR, servicio al cliente, canales de venta.

Abstract

It is important for companies to implement new technologies that enable innovation so that they can generate higher profits, streamline processes, eliminate waste and improve service. Comfama must implement better technologies capable of adapting to any type of environment and leading them to a more intelligent service transformation. Tools such as Robotic Process Automation (RPA) and Business Process Management Systems (BPMS) could make work easier. In addition, improving existing tools and processes such as equipment connectivity, interface, and the location of the lockers allows the processes to become more efficient and autonomous. The main goals are to refine existing procedures within given timelines, to attain enough capacity to generate more work as scheduled, and to maintain reliable security.

With the formation of an interdisciplinary team within the organization, the existing processes were evaluated and an improved entrance route to the parks was proposed. Some existing sales processes at the park ticket offices were either improved or eliminated. The team was also able to identify and create new sales channels such as the WEB page and the corporate WhatsApp account. In an effort to minimize waiting times at the entrance, alternative methods of advance ticket purchasing were introduced.

Keywords: user experiences, design, processes, optimization, RPA, BPMS, QR, customer service, sales channels.

Glosario

- **QR:** son códigos de barras, capaces de almacenar determinado tipo de información, como una URL, SMS, EMail, Texto, entre otros.
- **SMS:** mensaje de texto corto que permite a los usuarios de teléfonos celulares enviar mensajes de hasta 160 caracteres entre dispositivos.
- **URL:** ubicación de una página web o de un archivo en Internet.
- **Interfaz:** dispositivo capaz de transformar las señales generadas por un aparato en señales comprensibles por otro.
- **Prueba piloto:** experimentación que se realiza por primera vez con el objetivo de comprobar ciertas cuestiones.
- **Ensayo-error:** método heurístico para obtener conocimiento, tanto proposicional como
- **RPA:** método para automatizar procesos transaccionales basados en reglas específicas.
- **BPMS:** una herramienta que automatiza la Gestión de Procesos de Negocio.
- **NFC:** es una tecnología inalámbrica de alta frecuencia y de corto alcance que permite conectar dispositivos para el intercambio de datos.
- **TPV:** dispositivo usado en establecimientos comerciales para realizar gestiones de venta.

Introducción

Actualmente en los parques COMFAMA se presenta una gran congestión y largas filas debido a las validaciones que se deben hacer en las taquillas para la venta de las entradas. Esta situación es aún más crítica los fines de semana, fechas especiales y días festivos, donde la afluencia de familias y personas hacia los parques aumenta significativamente. Por ende, se busca tomar decisiones a corto plazo que permita mitigar esta situación, mediante rutas de optimización de los procesos actuales e implementación y mejora de canales alternativos de venta.

Mediante un equipo interdisciplinario, se busca identificar las ideas más significativas, que estén dentro del marco legal y económico, e implementarlas en todos los parques recreativos COMFAMA, después de evaluar cada una de estas, mediante pruebas piloto.

Una de las alternativas propuestas es la compra de entradas a través de la página WEB de la organización, con el fin de que al momento de llegar al parque pasen por un validador electrónico que haga que el ingreso sea ágil y sencillo, siendo indispensable que la compra se realice previo a la llegada al parque, con el fin de descongestionar las filas de espera y los tiempos de ingreso, la verificación de esta compra se hace mediante la lectura de códigos QR (Quick Response).

Otra de las propuestas es la compra por la línea de WhatsApp corporativo, mediante un paso a paso sencillo para la validación y compra de las entradas, esta forma de compra también se valida al ingreso del parque con un código QR.

Además de estas estrategias tecnológicas, se validan también los procesos y herramientas existentes como lo es la velocidad de la red, las bases de datos de los usuarios, la interfaz de venta y los datos solicitados a los usuarios en el momento de la compra, temas que van de la mano con la implementación de los nuevos canales de ventas, puesto que permiten el correcto funcionamiento del proceso disminuyendo el tiempo de venta en la taquilla.

Estas tecnologías permiten innovar el servicio, reflejando una evolución de organización física a organización inteligente y digital, favoreciendo y reforzando los cambios en velocidad, alcance e impacto en servicio. Al integrarla a COMFAMA se pueden obtener grandes ventajas como obtener mayor productividad, evitar errores de dedo, mejorar la calidad en los procesos, además de que se disminuyen los tiempos de atención y de espera.

Estas propuestas de mejora se hicieron mediante un equipo interdisciplinario que evaluó el proceso actual y propuso dichas alternativas dentro de los términos legales y presupuestales de la

organización; entre las áreas involucradas se encuentra tecnología e información, viajes y recreación, biología organización y tesorería, áreas que están directamente involucradas con la venta e ingreso a los parques y que mediante visitas de campo a un parque específico como prueba piloto, se empiezan a tomar decisiones y a proponer alternativas dentro de los márgenes permitidos y la necesidad específica del proyecto.

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

Diseñar estrategias para la disminución de los tiempos de espera y mejora de la experiencia de los usuarios en la compra de tiquetes para el ingreso a los parques recreativos.

1.2 Objetivos Específicos

- Adecuar y mejorar la página WEB para la compra de entradas a los parques, permitiendo una compra rápida y efectiva por parte de los usuarios.
- Implementar en la línea de WhatsApp corporativo la venta de entradas a los parques, ofreciendo así un canal adicional y con mayor acceso por parte de los usuarios.
- Eliminar y/o mejorar procesos actuales innecesarios e ineficientes, que permiten mejorar y agilizar la experiencia de compra de tiquetes.

2. Marco teórico

Como se mencionó anteriormente, para el diseño de estrategias que permitan la disminución de los tiempos de espera y mejora de la experiencia de los usuarios COMFAMA en la compra de tiquetes para el ingreso a los diferentes parques recreativos se construyó un equipo multidisciplinario liderado por el área de *Proyectos Nuevos Negocios*, realizando encuentros semanales de lluvias de ideas y salidas de campo en momentos específicos para el registro de novedades y aplicación de pruebas ensayo-error que permitieron evidenciar todas las posibles rutas de acción y no acción, este tema es de vital importancia para el área de *Viaje y Recreación* de COMFAMA ya que como se establece en la misión y visión de la organización, es primordial brindar bienestar a los usuarios, desde los valores corporativos, ya que COMFAMA se declara como una organización dinámica, humana, vitalista y descomplicada.

Para empezar con este proyecto, es necesario dar una vista general del proceso actual, es prioritario medir el desempeño de la compañía para obtener información útil, relevante y confiable que permita a los dirigentes diseñar acciones estratégicas para mejorar su eficiencia y competitividad (Barradas et al., 2021), permitiendo también conocer la situación actual del negocio, implementando métodos y recolección de datos para lograr mejores resultados, los cuales conllevan a encontrar mejores soluciones, basados en la descripción de los procesos, políticas y controles adecuados a cada parte de la organización proporcionando información precisa y oportuna de los usuarios, mejorando la rentabilidad interna y externa para obtener una mejor posición en el mercado (Tarapués, 2017). así entonces, se da un punto de partida al equipo para la implementación de nuevas estrategias, eliminación de procesos innecesarios y/o mejora de procesos existentes, mediante una lluvia de ideas de cada área interesada y enmarcadas cada una de ellas por las restricciones a nivel legal y presupuestal.

Las largas filas y altos tiempos de espera de los usuarios COMFAMA para la compra de tiquetes de ingreso a los parques es una oportunidad de mejora necesaria para aumentar la satisfacción final del usuario y atraer otros nuevos, por esto, se decide emprender dicho proyecto que permitirá mejorar estos tiempos e implementar nuevas herramientas tecnológicas de fácil acceso para los usuarios.

El surgimiento de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha permitido el incremento de la eficiencia, la productividad, el crecimiento económico y el desarrollo

empresarial, y Comfama, no es ajena a esto. Los diferentes estudios académicos en el contexto macro y microeconómico han estado señalando el acelerado uso de las TIC en la sociedad y en las empresas, para incrementar los niveles de productividad e innovación (Quiroga et al., 2017).

En este contexto, la implementación y uso de los nuevos medios de pago más modernos ha modificado el escenario económico y empresarial, dentro de los sistemas más actuales se pueden destacar el pago con móvil por la importancia que tienen los dispositivos inalámbricos en la sociedad actual, la accesibilidad que supone este medio para los usuarios y las mejoras tecnológicas que se están desarrollando de forma continuada tanto en el mundo online (Internet y redes sociales principalmente) como en el mundo offline (lectores, TPV, etc.). El rápido crecimiento de la tecnología móvil entre la población ha llevado a muchas empresas a aprovechar los dispositivos móviles como una herramienta de ventas. En los últimos años se han analizado diferentes factores para una mejor comprensión del comportamiento del usuario de sistemas de pago móvil, fundamentalmente a través de SMS (Short Message Service), NFC (Near Field Communication) y QR (Liébana et al., 2018), así, basados en estas tecnologías ágiles, se desea implementar este tipo de herramientas que facilitan y agilizan la compra de tiquetes de ingreso, y, además, descongestionar las taquillas físicas de venta de tiquetes en las entradas a los parques COMFAMA, permitiendo un ingreso rápido y agradable.

Con el acceso a plataformas móviles, aplicaciones web, acceso al desde cualquier dispositivo y nuevas tecnologías emergentes, los sistemas que brinden a los clientes servicios efectivos dentro de su modelo de negocio, como reservación o facturas electrónicas, permiten que el soporte a dichos sistemas de cómputo o de información sean cada vez más eficaces dentro de la estructura de la empresa o de una organización. (Falconi Tamayo, 2021, p. 25).

Encaminados entonces a construir rutas alternativas de venta de boletería, se construyen flujogramas de la ruta de acción de estas nuevas herramientas tecnológicas que permiten evidenciar los pasos necesarios para su implementación, pero, además de esto, se evidencio en el camino, la necesidad de corregir, eliminar e implementar algunos ítems del proceso, que, en conjunto con los nuevos canales de venta, permiten lograr el objetivo final.

Tabla 1*Hallazgos del proceso con necesidad de intervención.*

Hallazgo	Prioridad (1 a 5)	Equipo responsable	Notas
Equipos que no cargan la información de algunos usuarios	1	Soluciones TI	Equipos desactualizados. Al no cargar dicha información no se puede hacer la venta. Retraso en la entrada al parque.
Sistema arroja tarifas de afiliación erróneas	1	Soluciones TI	El equipo está configurado para consultar la base de datos. No se puede hacer la venta. Retraso en la entrada al parque.
Toma de datos para particulares (no afiliados)	3	Soporte viaje y recreación	Toma de datos para los usuarios que no están afiliados. Posibilidad de eliminar este paso y agilizar la venta.
Sistemas no toma el pago y se debe volver a iniciar con la venta	1	Soluciones TI	No queda el pago aplicado, debe volver a empezar la transacción.
Tirilla desconfigurada	3	Soluciones TI	Desconfiguración de las impresoras. Retraso de la venta.
Encontrar la tienda de parques por el .com es muy difícil, no sale en el buscador del .com	1	Soluciones TI	No se usa el portal WEB para la compra de los tiquetes debido a la dificultad de la transacción.
Validar nuevamente la información de ventas hechas por el .com	3	Soporte viaje y recreación	Doble proceso. Se compran las entradas por la WEB pero debe hacer fila nuevamente en el ingreso al parque para validarlo de manera manual.
Facturación electrónica para ventas de menor cuantía	5	Tesorería	Para ventas de menor cuantía se debe poner como cliente genérico o para el usuario que manifiesta que no le envíe factura electrónica. Se evita tomar datos y agilizar la venta.
Datáfonos inalámbricos con muy mala señal	3	Soluciones TI	Lentitud en la aplicación del pago con tarjeta.
Caída de la red de internet	5	Soluciones TI	Lentitud en la carga de información e impresión de tiquetes.

Con la identificación de estas oportunidades de mejora, se toman rutas de acción y se asignan al equipo responsable encargados de gestionarla, todo el pro de lograr el éxito del proyecto y sacar adelante los canales de venta alternativos para la mejora continua del servicio.

El mejoramiento continuo se ha convertido en una exigencia para las organizaciones que desean ser competitivas en un mundo como el actual. Su premisa consiste en que cualquier cosa que se realice en una organización puede hacerse mejor y en este sentido se refiere a actividades que conducen a mejorar los estándares existentes. (Imai, 1989, P. 43)

3. Metodología

Para el levantamiento de los datos iniciales y las propuestas a desarrollar, se conformó un equipo interdisciplinario integrado por colaboradores pertenecientes al área de proyectos, tesorería, tecnología e información, viajes y recreación y biología organizacional, áreas de COMFAMA involucradas directamente en este proyecto.

Inicialmente, se pactaron reuniones de manera continua (dos cada semana) donde se hizo una lluvia de ideas con todas las iniciativas de cada área, y así, poder evaluar desde cada equipo la viabilidad de las propuestas en términos legales y económicos. A partir de allí, se empezaron a generar rutas de acción en términos de pruebas piloto, conversaciones con otras áreas y reestructuración de procesos.

Se proponen desde el inicio, dos grandes alternativas de canales de venta como la mejora en la página WEB COMFAMA, ya que en este momento existe la opción de compra por la WEB, pero es un proceso complicado para el usuario, la idea principal es mejorar esta interfaz y dar más opciones de pago. La segunda, es la implementación de ventas en la línea del WhatsApp corporativo, se toma esta ruta ya que la mayoría de los usuarios COMFAMA tienen acceso a un teléfono celular y no a un computador, con esto se facilita el uso de la red social WhatsApp y por ende las compras previas de las entradas a los parques.

Adicional, se evaluaron cada uno de los procesos y herramientas actuales para la venta en las taquillas, dado que son la base para que en conjunto con los dos canales de ventas antes mencionados se pueda lograr el objetivo. Para este proceso, se toma el parque recreativo COMFAMA Copacabana, como sede para realizar las diferentes pruebas piloto y poder definir las rutas de acción, allí se evaluaron temas de conectividad, algo que aqueja a la mayoría de los asesores que están de cara al servicio, pues manifiestan que la carga de base de datos para poder hacer efectiva la venta es muy lenta, para esto el área de tecnología e información se apropió del problema y tomo medidas de acción en el descargue de base de datos antes de iniciar el servicio y la velocidad del internet. La interfaz del sistema y los datos solicitados al usuario, también fueron mejoras identificadas, ya que se solicitan datos del usuario de manera repetida, además de que algunos son innecesarios, con el área de tesorería se conversó la viabilidad de eliminar ciertos datos, ya que por temas legales es imposible la eliminación de algunos de ellos, pero, aun así, se pudieron eliminar ciertos pasos y datos exigidos que permiten agilizar la venta.

También, con el área de *Experiencias* COMFAMA, se logra establecer conexión, ya que esta área trabaja constantemente en la mejora de la experiencia de usuario y viene realizando visitas a parques recreativos internacionales, con lo que se pretende observar e implementar modelos de gestión, así, paralelamente a este proyecto, se validan las acciones de mejora en la gestión de filas según la información recolectada en estos parques referencia. Con esto, se pueden hacer recomendaciones importantes, tales como:

- Probar con diferentes tipologías de filas, es decir, *filas VIP* para quienes tienen una compra previa por alguno de los canales alternativos diferentes a las taquillas de los parques y *filas rápidas* para personas no afiliadas, ya que no es necesaria la validación de datos para la venta de la boleta.
- Informar tiempos de espera para motivar la compra de boletas por canales alternativos y dar tranquilidad al usuario.
- Generar entretenimiento en filas para mejorar la experiencia, ayudando a generar menor percepción del tiempo de espera.
- Comodidad en las filas. Ideas como dispensadores de agua y sombra son importantes al momento de la espera.

Con esta metodología de trabajo, se logra entonces construir flujos de acción para la implementación de estos dos canales y mejoras en los procesos actuales para la disminución de los tiempos de espera en la compra de tiquetes para el ingreso a los parques recreativos COMFAMA.

Para el desarrollo de cada una de estas actividades, se planteó un cronograma inicial que permitió dar cumplimiento a cada una de estas actividades:

Tabla 2

Cronograma de actividades.

ACTIVIDADES Ingreso a los parques	Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
	N° de semanas				N° de semanas				N° de semanas				N° de semanas				N° de semanas				N° de semanas			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Definición del proceso actual - PA	■	■	■																					
Desglose de las actividades del PA		■	■	■	■																			
Identificación de los responsables de cada actividad		■	■	■	■																			
Medición del volumen actual de visitas a los parques						■	■																	
Medición de los tiempos de atención						■	■																	
Descripción de las aplicaciones actuales usadas						■	■																	
Construcción del diagrama de flujo del proceso actual						■	■																	
Describir el alcance de la solución										■	■													
Describir las actividades fuera del alcance										■	■													
Construcción del diagrama de flujo del proceso optimizado										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Costear la implementación de la mejora (análisis costo vs beneficio)																						■	■	■
Presentar proyecto																								■

4. Resultados y análisis

A partir del análisis inicial del proceso de venta de boletería en las taquillas de los parques, se empezaron a realizar pruebas piloto donde se aplicaron las diferentes oportunidades de mejora.

Para la implementación de la mejora en las compras por la página WEB, se diseñó el flujo actual de este proceso, donde se identificaron varias falencias y puntos a mejorar, entre ellos pasos y datos exigidos innecesarios para la facturación. A partir de allí, se procede a eliminar lo que está dentro del marco legal permitido y se construye un proceso mucho más fácil, ágil y efectivo.

Figura 1

Flujo proceso de compra por la página WEB – actual.

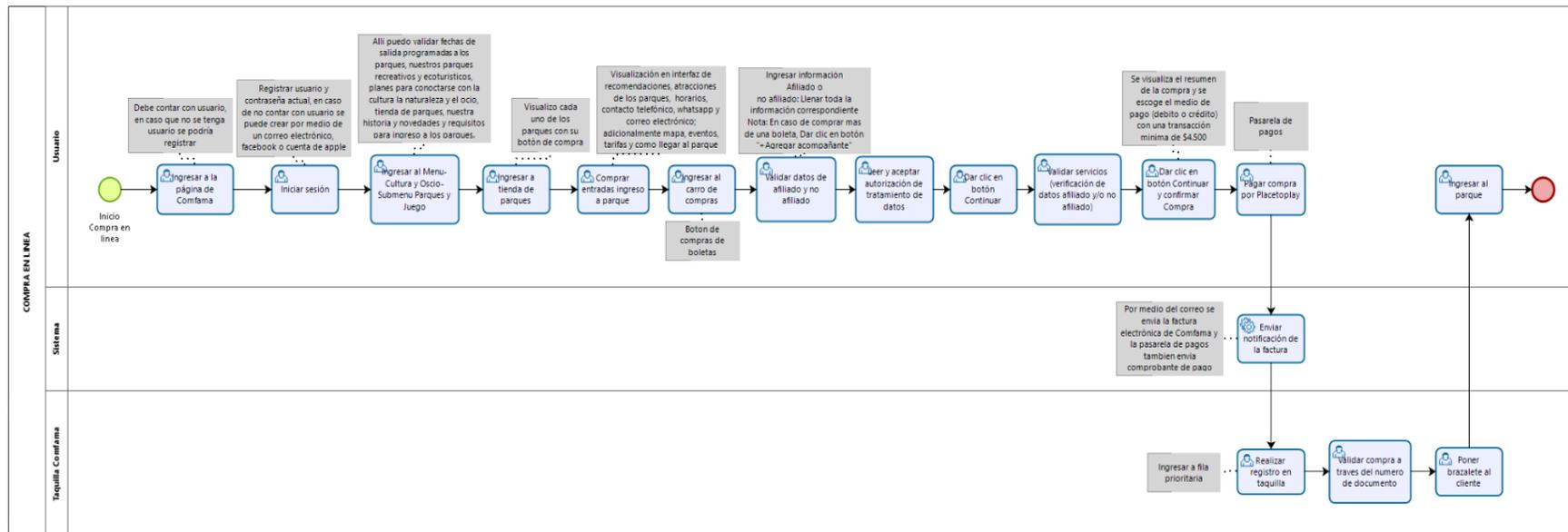
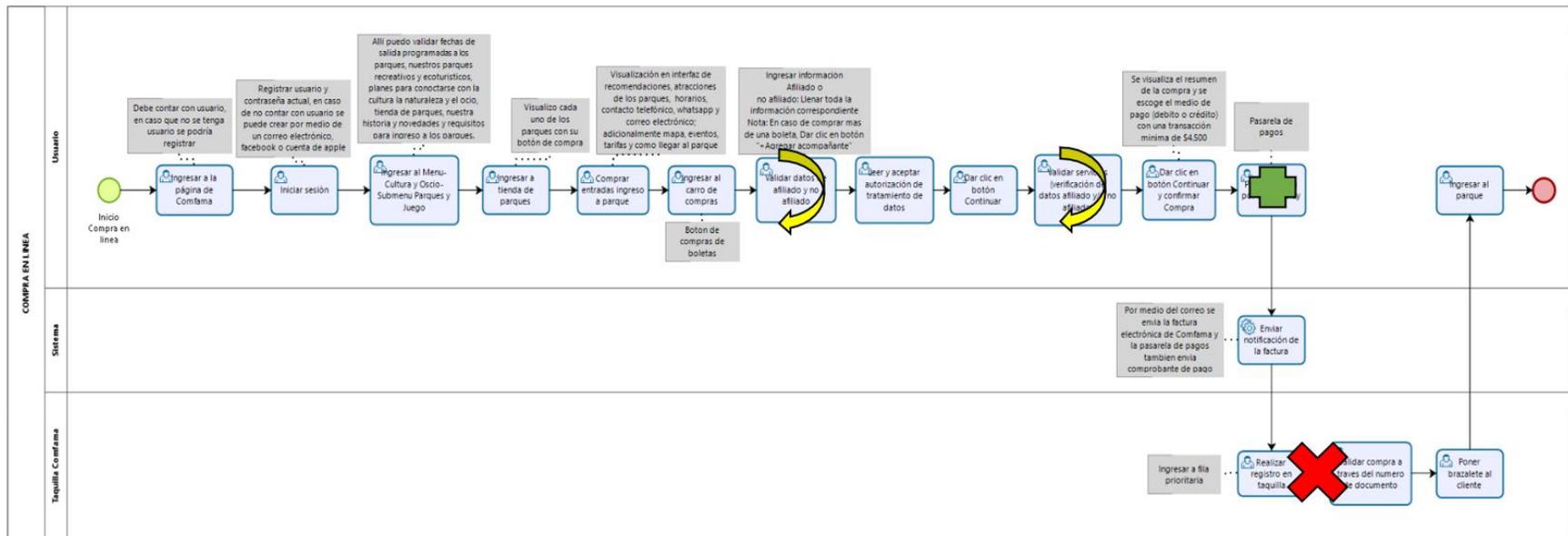


Figura 2

Flujo proceso de compra por la página WEB – mejorado.



Con las mejoras implementadas, se logra disminuir el tiempo de compra del tiquete. Dichas mejoras son:

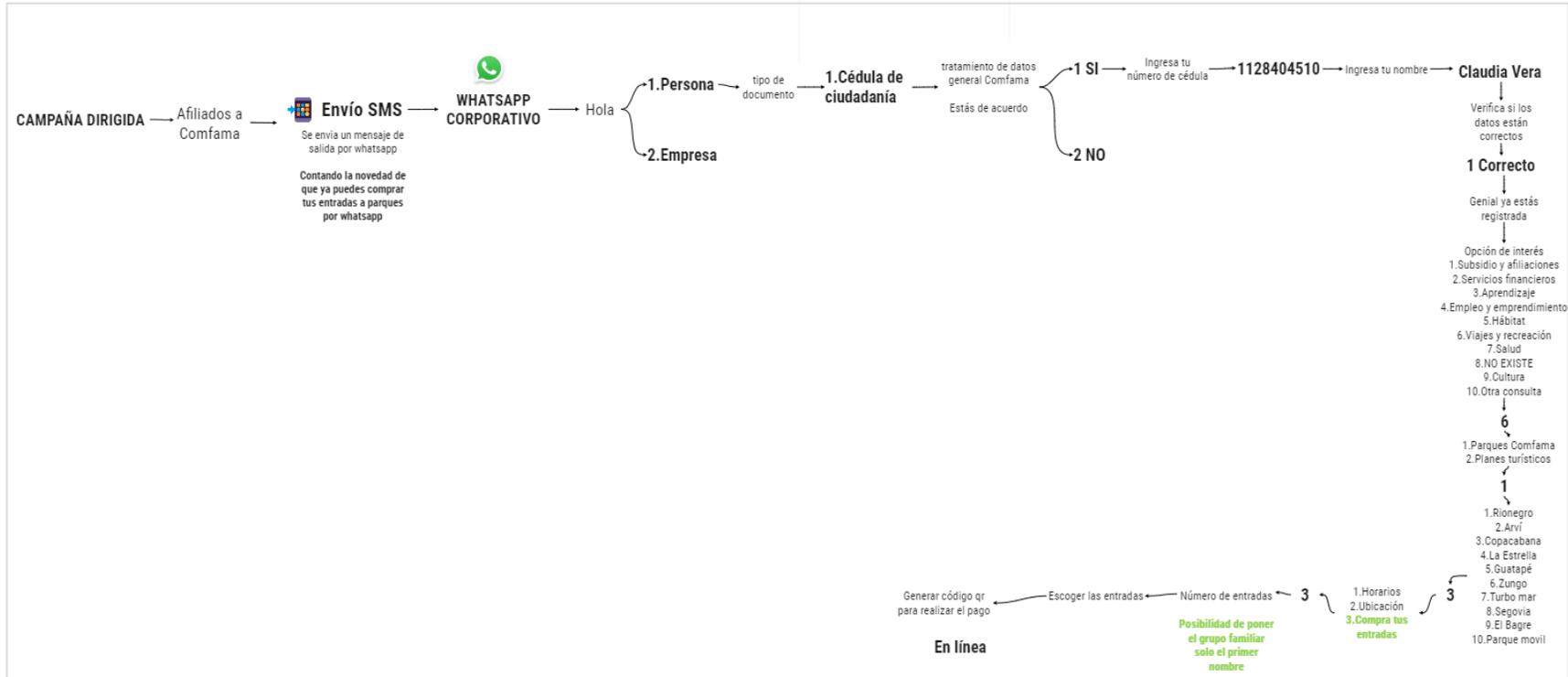
- Eliminación de la validación de datos para personas no afiliadas. Se valida con las áreas directamente implicadas y se llega a la conclusión que son datos innecesarios, que no afectan la operación legal ni contable ni del área de Viaje y Recreación ni Tesorería. Esto permitirá agilizar la compra y solicitar datos innecesarios.
- No es necesario validar los servicios a los cuales tiene derecho el usuario no afiliado, pues pagara la tarifa plena, permitiendo así agilizar la compra y el pago.

- Se incluirán más opciones como medios de pago, esto se sigue ejecutando ya que es necesario negociar con los proveedores y gestionar autorizaciones que son a mediano plazo. Con esto se permite tener un amplio portafolio de medios de recaudo y opciones fáciles de pago para los usuarios.
- No se verificará la compra WEB en las taquillas, para esto, se generará un código QR el cual se debe llevar al parque recreativo de manera impresa o en el teléfono móvil, este será leído por lectores QR establecidos en los torniquetes de las entradas (esta acción será ejecutada una vez se tenga implementada la mejora en la interfaz de la página WEB). Así se reduce el tiempo de espera en las filas de las taquillas y se motiva a realizar compras previas al día del evento.

Ahora, para la construcción del canal de ventas por el WhatsApp corporativo, se validó con el equipo de tecnología la posibilidad de adicionar esta opción dentro del menú que ya se tenía en la línea de atención de este medio. Junto con las personas de esta área, se logró construir un flujo de ventas para este canal, además de la forma en que se dará a conocer este nuevo producto que permita de forma sencilla y rápida adquirir las entradas y efectuar el pago por varios medios, facilitando así la compra final del usuario.

Figura 3

Flujo proceso de compra por WhatsApp corporativo.



5. Conclusiones

COMFAMA tiene como prioridad brindar felicidad a sus usuarios y esto lo consigue generando bienestar al trabajador y a sus familias, algo que se resalta en cada una de las líneas de su misión, visión, valores corporativos y propósito superior. Así, el área de *Viaje y Recreación* tiene un propósito muy grande y es poder generar experiencias significativas para cada uno de sus usuarios, desde el principio hasta el final, es decir, desde la compra de su boleta hasta su regreso a casa. Es por esto la importancia de poder adaptarse al mundo cambiante, a la tecnología y a cada necesidad. Con este proyecto se logra generar buenas expectativas al ingreso del parque recreativo.

Mejorar e implementar nuevos canales de ventas permite a la organización brindar múltiples opciones de compra para los usuarios, facilitar el proceso de decisión al momento de elegir un parque COMFAMA como lugar de esparcimiento, pagar de manera fácil y rápida, agilizar el ingreso y despejar la zona de taquillas en la entrada a los parques y disminuir tiempos de espera para la compra de boletas en las taquillas. Para la organización también conlleva beneficios significativos como la reducción de personal en las taquillas de ingreso.

Con el tema de la eliminación y/o mejora de procesos actuales obsoletos o innecesarios, es muy importante contar con la aprobación de áreas transversales que dentro de los tiempos establecidos en el proyecto es difícil cumplir de manera oportuna, ya que requiere del aval de muchas personas que no se encuentran en el equipo primario del proyecto y se dificulta, en temas de tiempo, lograr aprobarlas e implementarlas.

Con esto, el equipo conformado para desarrollar dicho proyecto sigue trabajando en la consecución de cada idea, ya que en el día a día, surgen nuevas necesidades y a su vez, nuevas rutas de acción que requieren de tiempo para su gestión y cumplimiento.

Referencias

- Barradas Martínez, M., Rodríguez Lázaro, J., & Maya Espinoza, I. (2021). Desempeño organizacional. Una revisión teórica de sus dimensiones y forma de medición. RECAI Revista De Estudios En Contaduría, Administración E Informática, 21 - 40. doi:10.36677/recai.v10i28.15678.
- Falconi Tamayo, L. F. (2021). Desarrollo e implementación de una aplicación Web para la Gestión de Boletería de Vilaró Microteatro Restaurante (Bachelor's thesis).
- Imai, M. (1998). Kaizen: la clave de la ventaja competitiva japonesa (No. 658 I53Y).
- Liébana-Cabanillas, F., Muñoz-Leiva, F. y Sánchez-Fernández, J. (2017). Análisis de sistemas de pago. Análisis intra e interplataformas. En XXIX Congreso de Marketing AEMARK (607-614). Recuperado el 7 de julio de 2022 de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/78157/Analisis_de_sistemas_de_pago.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quiroga-Parra, D. J., Torrent-Sellens, J. y Murcia-Zorrilla, C. P. (2017). Las tecnologías de la información en América Latina, su incidencia en la productividad: Un análisis comparado con países desarrollados. DYNA, 84(200), 281–290. <https://doi.org/10.15446/dyna.v84n200.60632>
- Tarapués Peñafiel, L (2017). Diseño y levantamiento de procesos administrativos de la empresa soluciones avanzadas informáticas y telecomunicaciones SAITEL ubicada en la ciudad de Ibarra. Trabajo de Titulación, modalidad proyecto de investigación para la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría. Contadora Pública Autorizada. Carrera de Contabilidad y Auditoría. Quito: UCE. 136 p.