

PERSPECTIVA	No	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	JUSTIFICACIÓN	ESTRATEGIA DOFA	INICIATIVA ESTRATEGICA	ESTRATEGIA CORPORATIVA	META	INDICADORES ASOCIADO A LA META	LINEA BASE	METAS POR AÑO						
										2023	2024	2025	2026	TOTAL		
Aprendizaje y crecimiento	1	Desarrollar e implementar un modelo de sostenibilidad SHI	Este objetivo busca consolidar a la Sociedad Tequendama como un líder en prácticas sostenibles en los sectores de hospedaje, interno, inmobiliario, servicios y gestión de activos. Este objetivo se compone de iniciativas que buscan:	Sostenibilidad ambiental: Reducción de la huella de carbono, integración de energías renovables y promoción de prácticas responsables.	1. Implementación de certificaciones ambientales (LEED, turismo sostenible) y eficiencia energética en instalaciones.	1. Financiera y de inversiones 2. Talento Humano 3. Marketing Digital 4. ASG 5. Gestión Operativa 6. Innovación 7. Tecnología 8. Crecimiento y expansión	Implementar el 80% del programa de cultura organizacional corporativa	Índice promoción cultura organizacional corporativa = (Resultado avance implementación proyectos cultura organizacional / Proyección avance proyectos cultura organizacional) * 100%	Nuevo Indicador	20%	40%	60%	80%	80%		
				Impacto social positivo: Involucrar a comunidades locales en iniciativas empresariales.	2. Desarrollo de proveedores locales para garantizar calidad y reducir costos logísticos.					Implementar el 100% del programa de implementación proyectos cultura organizacional / Proyección avance proyectos cultura organizacional	Porcentaje implementación programa de competitividad laboral = (Hitos cumplidos por estrategia / Hitos proyectados por estrategia) * 100%	Nuevo Indicador	0%	50%	75%	100%
Innovación verde: Implementación de tecnologías disruptivas que impulsen prácticas sostenibles.	3. Transformación de activos subutilizados: Adaptación de inmuebles a nuevas necesidades de mercado, como espacios para coworking, centros comerciales o viviendas temporales.	Promover prácticas de turismo responsable, fortaleciendo nuestra oferta ecológica.	Sostenibilidad como estrategia competitiva: Diferenciación en el mercado al integrar la sostenibilidad como eje central del negocio.	4. Promover prácticas de turismo responsable, fortaleciendo nuestra oferta ecológica.	3. Alcanzar el 90% de la cobertura TI en las áreas, procesos y servicios		Índice avance transformación tecnológica = actividades realizadas / Cronograma de actividades * 100%	20%	40%				60%	80%	90%	90%
Sostenibilidad como estrategia competitiva: Diferenciación en el mercado al integrar la sostenibilidad como eje central del negocio.	4. Promover prácticas de turismo responsable, fortaleciendo nuestra oferta ecológica.									4. Alcanzar un total del EBITDA de \$18.074 al cierre de la vigencia 2026	EBITDA Sociedad Tequendama+ (EBITDA turístico) + (EBITDA logístico) + (EBITDA inmobiliario)	\$ 7.470				
Este objetivo se centra en maximizar los beneficios económicos, sociales y ambientales, asegurando la sostenibilidad a largo plazo. Este objetivo se compone de iniciativas que buscan:	Mayorar la productividad de los negocios: Implementación de tecnologías avanzadas como inteligencia artificial y automatización para reducir costos y mejorar la eficiencia operativa.	1. Implementación de inteligencia artificial y big data para personalización de la oferta y optimización de la operación.	2. Programas de reutilización y alianzas con bancos de alimentos.	3. Optimización de costos operativos.	4. Expansión de servicios a través de nuevos mercados, implementación de experiencias personalizadas y sostenibles, e integración con tendencias de turismo responsable.	5. Alcanzar el 90% de cumplimiento en el proyecto de recuperación de la infraestructura hotelera	Avance proyecto inversión = (Hitos cumplidos / Hitos proyectados) * 100%	10%	24%				53%	75%	90%	90%
Mejorar la productividad de los negocios: Implementar tecnologías avanzadas, como la inteligencia artificial y la automatización, para reducir costos y mejorar la eficiencia operativa.	Enfoque en la economía circular: Reducción de desperdicios y eficiencia de recursos.	2. Programas de reutilización y alianzas con bancos de alimentos.								Diversificación de capacidades: Desarrollar nuevos modelos de negocio sostenibles que respondan a las necesidades de los mercados emergentes, así como la adaptación de modelos de negocio que permitan responder a los cambios del entorno.	Foco en resultados sostenibles: Alinear las métricas financieras con impactos sociales y ambientales positivos, reforzando la generación de valor compartido.	Enfoque en la economía circular para reducir desperdicios y mejorar la eficiencia de recursos.				
Diversificación de capacidades: Desarrollar nuevos modelos de negocio sostenibles que respondan a los mercados emergentes.	Enfoque en la economía circular para reducir desperdicios y mejorar la eficiencia de recursos.	3. Optimización de costos operativos.	Experiencia del cliente: Personalización de servicios con análisis predictivo y herramientas digitales avanzadas.	Reputación y confianza: Comunicación transparente de logros en sostenibilidad e innovación.	Alianzas estratégicas: Fortalecimiento de relaciones con socios clave para ampliar el alcance y la credibilidad de la marca.	Transformación digital del marketing: Uso de big data e inteligencia artificial para personalizar la comunicación y las estrategias de fidelización.	Hiperpersonalización de la experiencia del cliente: Crear conexiones emocionales fuertes con los clientes mediante experiencias únicas y alineadas con sus valores.	1. Hiperpersonalización de la experiencia del cliente: Crear conexiones emocionales fuertes mediante experiencias únicas y alineadas con sus valores.	2. Posicionamiento de la marca Tequendama como referente de excelencia en hospitalidad dentro y fuera del GISED.				3. Generación de sinergias con otras empresas del GISED para aprovechar economías de escala.	4. Adaptación al juego de plataformas digitales: Expansión en servicios de delivery y B2Me para responder a cambios en los hábitos de consumo.	Experiencia del cliente: Personalizar los servicios ofrecidos mediante análisis predictivo y herramientas digitales avanzadas.	Reputación y confianza: Comunicación transparente de logros en sostenibilidad e innovación.
Este objetivo busca consolidar la percepción de la Sociedad Tequendama como una organización moderna, ágil y sostenible, destacando su innovación y su impacto positivo en la comunidad. Este objetivo se compone de iniciativas que buscan:	Experiencia del cliente: Personalización de servicios con análisis predictivo y herramientas digitales avanzadas.	1. Hiperpersonalización de la experiencia del cliente: Crear conexiones emocionales fuertes mediante experiencias únicas y alineadas con sus valores.								Reputación y confianza: Comunicación transparente de logros en sostenibilidad e innovación.	2. Posicionamiento de la marca Tequendama como referente de excelencia en hospitalidad dentro y fuera del GISED.	3. Generación de sinergias con otras empresas del GISED para aprovechar economías de escala.				
Financiera	2	Incrementar el valor integral de la empresa	Este objetivo se centra en maximizar los beneficios económicos, sociales y ambientales, asegurando la sostenibilidad a largo plazo. Este objetivo se compone de iniciativas que buscan:	Mayorar la productividad de los negocios: Implementación de tecnologías avanzadas como inteligencia artificial y automatización para reducir costos y mejorar la eficiencia operativa.	1. Implementación de inteligencia artificial y big data para personalización de la oferta y optimización de la operación.	1. Financiera y de inversiones 2. Talento Humano 3. Marketing Digital 4. ASG 5. Gestión Operativa 6. Innovación 7. Tecnología 8. Crecimiento y expansión	Alcanzar el 90% de la cobertura TI en las áreas, procesos y servicios	Índice avance transformación tecnológica = actividades realizadas / Cronograma de actividades * 100%	20%	40%	60%	80%	90%	90%		
				Enfoque en la economía circular: Reducción de desperdicios y eficiencia de recursos.	2. Programas de reutilización y alianzas con bancos de alimentos.										3. Optimización de costos operativos.	4. Expansión de servicios a través de nuevos mercados, implementación de experiencias personalizadas y sostenibles, e integración con tendencias de turismo responsable.
				Mejorar la productividad de los negocios: Implementar tecnologías avanzadas, como la inteligencia artificial y la automatización, para reducir costos y mejorar la eficiencia operativa.	Diversificación de capacidades: Desarrollar nuevos modelos de negocio sostenibles que respondan a las necesidades de los mercados emergentes, así como la adaptación de modelos de negocio que permitan responder a los cambios del entorno.		Foco en resultados sostenibles: Alinear las métricas financieras con impactos sociales y ambientales positivos, reforzando la generación de valor compartido.	Enfoque en la economía circular para reducir desperdicios y mejorar la eficiencia de recursos.	6. Desarrollar el 100% del plan de comunicaciones corporativas	Avance plan comunicaciones anual = (Hitos cumplidos en el año / Hitos proyectados en el año) * 100%	0%	100%	100%	100%		
				Diversificación de capacidades: Desarrollar nuevos modelos de negocio sostenibles que respondan a los mercados emergentes.	Enfoque en la economía circular para reducir desperdicios y mejorar la eficiencia de recursos.		3. Optimización de costos operativos.	Experiencia del cliente: Personalización de servicios con análisis predictivo y herramientas digitales avanzadas.	Reputación y confianza: Comunicación transparente de logros en sostenibilidad e innovación.	Alianzas estratégicas: Fortalecimiento de relaciones con socios clave para ampliar el alcance y la credibilidad de la marca.	Transformación digital del marketing: Uso de big data e inteligencia artificial para personalizar la comunicación y las estrategias de fidelización.	Hiperpersonalización de la experiencia del cliente: Crear conexiones emocionales fuertes con los clientes mediante experiencias únicas y alineadas con sus valores.				
Este objetivo busca consolidar la percepción de la Sociedad Tequendama como una organización moderna, ágil y sostenible, destacando su innovación y su impacto positivo en la comunidad. Este objetivo se compone de iniciativas que buscan:	Experiencia del cliente: Personalizar los servicios ofrecidos mediante análisis predictivo y herramientas digitales avanzadas.	Reputación y confianza: Comunicación transparente de logros en sostenibilidad e innovación.	Alianzas estratégicas: Fortalecimiento de relaciones con socios clave para ampliar el alcance y la credibilidad de la marca.	Transformación digital del marketing: Uso de big data e inteligencia artificial para personalizar la comunicación y las estrategias de fidelización.	Hiperpersonalización de la experiencia del cliente: Crear conexiones emocionales fuertes con los clientes mediante experiencias únicas y alineadas con sus valores.											
Cliente	3	Fortalecer el posicionamiento de la Marca Tequendama	Este objetivo busca consolidar la percepción de la Sociedad Tequendama como una organización moderna, ágil y sostenible, destacando su innovación y su impacto positivo en la comunidad. Este objetivo se compone de iniciativas que buscan:	Experiencia del cliente: Personalización de servicios con análisis predictivo y herramientas digitales avanzadas.	1. Hiperpersonalización de la experiencia del cliente: Crear conexiones emocionales fuertes mediante experiencias únicas y alineadas con sus valores.	1. Financiera y de inversiones 2. Talento Humano 3. Marketing Digital 4. ASG 5. Gestión Operativa 6. Innovación 7. Tecnología 8. Crecimiento y expansión	Alcanzar el 90% de cumplimiento en el proyecto de recuperación de la infraestructura hotelera	Avance proyecto inversión = (Hitos cumplidos / Hitos proyectados) * 100%	10%	24%	53%	75%	90%	90%		
				Reputación y confianza: Comunicación transparente de logros en sostenibilidad e innovación.	2. Posicionamiento de la marca Tequendama como referente de excelencia en hospitalidad dentro y fuera del GISED.										3. Generación de sinergias con otras empresas del GISED para aprovechar economías de escala.	4. Adaptación al juego de plataformas digitales: Expansión en servicios de delivery y B2Me para responder a cambios en los hábitos de consumo.
				Alianzas estratégicas: Fortalecimiento de relaciones con socios clave para ampliar el alcance y la credibilidad de la marca.	Transformación digital del marketing: Uso de big data e inteligencia artificial para personalizar la comunicación y las estrategias de fidelización.		6. Desarrollar el 100% del plan de comunicaciones corporativas	Avance plan comunicaciones anual = (Hitos cumplidos en el año / Hitos proyectados en el año) * 100%	0%	100%	100%	100%	100%			
				Experiencia del cliente: Personalizar los servicios ofrecidos mediante análisis predictivo y herramientas digitales avanzadas.	Reputación y confianza: Comunicación transparente de logros en sostenibilidad e innovación.		Alianzas estratégicas: Fortalecimiento de relaciones con socios clave para ampliar el alcance y la credibilidad de la marca.	Transformación digital del marketing: Uso de big data e inteligencia artificial para personalizar la comunicación y las estrategias de fidelización.	Hiperpersonalización de la experiencia del cliente: Crear conexiones emocionales fuertes con los clientes mediante experiencias únicas y alineadas con sus valores.							