



Ciencias



INFORME DE EJECUCIÓN

INFORME FINAL

Actividad 29: Implementar la ruta crítica a través de acciones de Formación, asesoría, relacionamiento, mentoría, entre otras de las empresas beneficiarias.

PROYECTO: Fortalecimiento del sector TI e industrias 4.0 a través de su cadena de valor en el departamento de RISARALDA



DATOS DE LA ACTIVIDAD

| | |
|--|---|
| Tipo de informe: Parcial <input checked="" type="checkbox"/> Final <input type="checkbox"/> | Informe No. <input type="text" value="8"/> |
| Nombre proyecto | Fortalecimiento del sector TI e industrias 4.0 a través de su cadena de valor en el departamento de RISARALDA |
| Entidad ejecutora | Centro de Innovación y desarrollo tecnológico - CIDT |
| Producto | Empresas intervenidas para el incremento de su productividad a partir del diagnóstico de madurez |
| Actividad | Actividad 29: Implementar la ruta crítica a través de acciones de Formación, asesoría, relacionamiento, mentoría, entre otras de las empresas beneficiarias |
| Período abarcado por el informe | 1/8/2024 al 30/04/2025 |

CONTENIDO

| | |
|---|-----------|
| 1. INTRODUCCIÓN | 10 |
| 1.1. Resumen de avance acumulado en periodo anterior..... | 10 |
| 1.2. Resumen de avance en el periodo actual: | 11 |
| 2. METODOLOGÍA GENERAL | 12 |
| 3. APRESTAMIENTO DE LA ACTIVIDAD 29 | 14 |
| 3.1. Realizar consolidado de actividades e insumos para diseño metodológico de actividad | 14 |
| 3.1.1. Proceso de formación | 14 |
| 3.1.2. Proceso de mentoría..... | 16 |
| Proceso de Asesoría..... | 22 |
| 3.2. Definición de metodología para el desarrollo de la actividad y producto esperado | 29 |
| 3.2.1 Formación:..... | 29 |
| 3.2.2 Asesoría:..... | 30 |
| 3.2.3 Mentoría: | 30 |
| 4 EJECUCIÓN IMPLEMENTACIÓN CIERRE DE BRECHAS:..... | 31 |
| 4.1 Mentorías: | 37 |
| 4.1.1. Mentoría desarrollar e implementar programas de capacitación en liderazgo y habilidades para empleados y líderes..... | 38 |
| 4.1.1.1. Empresa In Check Integral Solution SAS: | 38 |
| 4.1.2. Mentoría diseñar un plan para expandir la gestión comercial, incluyendo estrategias para captar nuevos clientes y mejorar la venta de servicios..... | 39 |
| 4.1.2.1. Empresa Weppa Cloud: | 39 |
| 4.1.3. Mentoría realizar un análisis interno de las estrategias actuales y la identificación de brechas en el alcance de clientes..... | 40 |
| 4.1.3.1. Empresa Weppa Cloud: | 40 |
| 4.1.4. Mentoría diseñar y documentar un plan de acción detallado para implementar los objetivos comerciales definidos. | 41 |
| 4.1.4.1. Empresa Ambientes Virtuales:..... | 42 |
| 4.1.4.2. Empresa Delphi Analytics SAS: | 42 |
| 4.1.4.3. Empresa Gisruptivo: | 42 |
| 4.1.4.4. Empresa Hyo:..... | 43 |
| 4.1.4.5. Empresa Proyi:..... | 43 |
| 4.1.5. Mentoría diseñar y documentar un plan de acción detallado para implementar los objetivos comerciales definidos seguimiento..... | 43 |
| 4.1.5.1. Delphi Analytics SAS:..... | 44 |



4.1.5.2. Empresa Gisruptivo: 44

4.1.5.3. Empresa Hyo: 44

4.1.5.4. Empresa Onyx: 45

4.1.5.5. Empresa Proyi: 45

4.1.6. Mentoría participar en un programa de mentoría y/o acompañamiento personalizado para la reestructuración administrativa de la empresa que incluya procesos claros para la selección, evaluación, negociación de contratos, gestión de relaciones y supervisión del desempeño tanto de proveedores como de clientes y optimizar sus procesos operativos. 46

4.1.6.1. Empresa Ok web: 46

4.1.6.2. Empresa Triage Soluciones: 47

4.1.7. Mentoría diseñar y documentar un plan de acción detallado para implementar los objetivos comerciales definidos. 47

4.1.7.1. Ambientes Virtuales: 48

4.1.7.2. Proyi: 49

4.1.7.3. Hyo: 50

4.1.8. Mentoría o acompañamiento personalizado enfocado en apoyar a la empresa en implementación de estrategias tributarias y legales. 50

4.1.9. Mentoría revisar y actualizar los procedimientos documentales, incluyendo políticas, procesos y registros. 51

4.1.10. Participar en un programa de mentoría y/o acompañamiento personalizado para el acompañamiento en la identificación de oportunidades en nuevos mercados internacionales. 52

4.1.11. Mentoría realizar un análisis para identificar vacíos operativos y áreas de mejora. 52

4.1.12. Mentoría y acompañamiento personalizado que incluya procesos claros para la gestión de proyectos, selección, evaluación, negociación de contratos, gestión de relaciones y supervisión del desempeño tanto de proveedores como de clientes. 53

4.1.12.1. Ambientes Virtuales: 53

4.1.12.2. Delphi Analytics SAS: 54

4.1.12.3. Escuela Didáctica 56

4.1.13. Mentoría para diseñar y documentar un plan de acción detallado para implementar los objetivos comerciales definidos. 57

4.1.13.1. Gisruptivo: 57

4.1.13.2. Delphi Analytics Sas 58

4.1.13.3. Onyxsoft SAS 59

4.1.14. Mentoría para capacitar al equipo de trabajo en metodologías como Design Thinking, Lean Start UP, Agile e Innovación abierta para mejorar la capacidad de innovación de la empresa y aumentar su competitividad en el mercado. 61

4.1.14.1. Ambientes virtuales: 61

4.1.14.2. Edentia: 62

4.1.14.3. Hyo: 64

4.1.14.4. Proyectos y Soluciones TI: 65

4.1.14.5. Datosfera SAS 66

4.1.15. Participar en un programa de mentoría y/o acompañamiento personalizado para asesorar al equipo en el diseño de una estrategia de innovación. 67

4.1.16. Participar en un programa de mentoría y/o acompañamiento personalizado para el acompañamiento en la identificación de oportunidades en nuevos mercados internacionales. 72

4.1.17. Capacitar al equipo de trabajo en metodologías como: Design Thinking, Lean Start UP, Agile e Innovación abierta para mejorar la capacidad de innovación de la empresa y aumentar su competitividad en el mercado. 73

4.1.18. Documentar los procesos de gestión proyecto, proveedores y clientes (selección, evaluación, negociación, gestión de relaciones y supervisión), según las experiencias previas. 74

| | |
|--|-----|
| 4.1.18.1. Ambientes Virtuales:..... | 75 |
| 4.1.18.2. Escuela Didáctica:..... | 75 |
| 4.1.19. Identificar la información sensible manejada por la empresa y cuáles son los principales riesgos cibernéticos para esta información. | 76 |
| 4.1.20. Diseñar y documentar un plan de acción detallado para implementar los objetivos comerciales definidos. | 77 |
| 4.1.20.1. Datosfera:..... | 77 |
| 4.1.20.2. Proyectos y Soluciones SAS: | 78 |
| 4.1.21. Evaluar el estado actual de la ciberseguridad, implementar mejoras y formar al personal en buenas prácticas..... | 79 |
| 4.1.22. Realizar actividades al interior de la empresa para fomentar la generación de ideas innovadoras para aumentar la competitividad, utilizando técnicas de creatividad y metodologías de innovación..... | 80 |
| 4.1.22.1. Ambientes Virtuales:..... | 80 |
| 4.1.22.2. Proyi:..... | 81 |
| 4.1.22.3. Hyo:..... | 82 |
| 4.1.23. Evaluar al interior del equipo de trabajo la viabilidad de las ideas generadas en términos de mercado, tecnología, y recursos necesarios..... | 83 |
| 4.1.23.1. Ambientes Virtuales:..... | 83 |
| 4.1.23.2. Proyi:..... | 84 |
| 4.1.23.3. Weppa Cloud: | 84 |
| 4.1.23.4. Edentia: | 85 |
| 4.1.23.5. Hyo:..... | 86 |
| 4.1.23.6. Datosfera:..... | 86 |
| 4.1.24. Documentar la estrategia de innovación para la empresa Ok Web. | 87 |
| 4.1.25. Mentoría para optimizar los procesos de seguimiento y retroalimentación dentro de la organización, asegurando una comunicación efectiva para la empresa Yeminus. | 88 |
| 4.1.26. Mentoría para documentar los procesos de gestión proyecto, proveedores y clientes (selección, evaluación, negociación, gestión de relaciones y supervisión), según las experiencias previas para la empresa Delphi Analytics | 89 |
| 4.1.27. Mentoría para la implementación de la fase inicial del proceso de gestión de proyectos, proveedores y clientes diseñado..... | 90 |
| 4.1.27.1. Ambientes Virtuales:..... | 90 |
| 4.1.27.2. Escuela Didáctica..... | 90 |
| 4.1.27.3. Delphi Analytics | 91 |
| 4.1.28. Mentoría con el fin de elaborar un protocolo que permita definir una estrategia de innovación para la empresa que permita mejorar su competitividad en el mercado..... | 92 |
| 4.1.28.1. Proyi:..... | 92 |
| 4.1.28.2. Datosfera | 93 |
| 4.1.28.3. Ambientes Virtuales:..... | 95 |
| 4.1.28.4. Edentia: | 97 |
| 4.1.28.5. Proyectos y Soluciones: | 99 |
| 4.1.28.6. Hyo:..... | 100 |
| 4.1.29. Mentoría con el fin de documentar la estrategia de innovación para la empresa. | 101 |
| 4.1.29.1. Ok web: | 101 |
| 4.1.29.2. Proyi:..... | 104 |
| 4.1.30. Mentoría con el fin de realizar actividades al interior de la empresa para fomentar la generación de ideas innovadoras para aumentar la competitividad, utilizando técnicas de creatividad y metodologías de innovación. | 105 |



4.1.31. Mentoría y acompañamiento personalizado para la reestructuración administrativa de la empresa en temas legales y contables y diseñar un protocolo de gestión. 106

4.1.32. Implementación y seguimiento del protocolo administrativo, legal y financiero diseñado y Documentar los procesos administrativos, legales y financieros según las experiencias previas y realizar un protocolo ágil. 107

4.1.33. Realizar un análisis de las necesidades de desarrollo de liderazgo y habilidades de los empleados para la empresa In Check..... 108

4.1.34. Identificar y poner en práctica al menos 1 estrategia tributaria aprendida durante las sesiones de formación para la empresa onyxsoft. 109

4.1.35. Mentoría para diseñar una política de ciberseguridad para la empresa Escuela Didáctica. 111

4.1.36. - Mentoría sobre identificar la información sensible manejada por la empresa y cuáles son los principales riesgos cibernéticos para esta información para la empresa Escuela Didáctica... 112

4.1.37. Participar en un programa de mentoría con el fin de Diseñar e implementar un Protocolo estructurado que permita a la empresa identificar oportunidades, definir estrategias y ejecutar acciones orientadas a fortalecer su competitividad en el mercado, mediante el desarrollo de soluciones diferenciadoras, sostenibles y centradas en las necesidades del cliente..... 113

4.1.38. Documentar los procesos administrativos y de gestión de proveedores (selección, evaluación, negociación, gestión de relaciones y supervisión), según las experiencias previas... 115

4.1.39. Implementación y seguimiento de los procesos administrativos y gestión de proveedores y clientes diseñado para la empresa Ok Web..... 115

4.1.40. Informe final del prototipo utilizando herramientas de innovación, diseño y/o modelado. 116

4.1.41. Entregables finales proceso innovación. 116

4.1.42. Entregable final proceso Yeminus. 117

4.1.43. Mentoría sobre mercados nacionales para la empresa Triage. 117

4.2 Talleres: 119

4.2.1. Taller denominado participar en un programa de mentoría y/o acompañamiento personalizado para el acompañamiento en la identificación de oportunidades en nuevos mercados y definición de precios 120

4.2.2. Taller denominado participar en un programa de formación sobre apertura de mercados 121

4.2.3. Taller denominado participar en un programa de formación sobre sistemas de gestión de proveedores y clientes y de operación administrativa de empresas TI-4.0. 125

4.2.4. Taller participar en un programa de formación gestión administrativa, contable y legal para empresas TI-4.0. 126

4.3 Asesoría 129

4.3.1. Asesoría weppa cloud: 129

4.3.2. Asesoría Escuela Didáctica: 130

4.3.3. Asesoría Triage SAS: 131

4.3.4. Asesoría identificar al menos 1 oportunidad de mercado y formular y documentar objetivos comerciales de estos mercados. 132

4.3.4.1. Empresa Proyi: 133

4.3.4.2. Empresa Ambientes Virtuales: 133

4.3.4.3. Empresa Hyo: 134

4.3.5. Asesoría participar en un programa de creación de una estrategia de marca integral..... 134

4.3.5.1. Empresa soluciones Triage SAS: 134

4.3.5.2. Empresa Escuela Didáctica SAS: 135

4.3.6. Asesoría definir la estructura de precios para las suscripciones en el software..... 136

| | |
|--|------------|
| 4.3.7. Asesoría identificar al menos 1 oportunidad de mercado, para la cual se debe formular y documentar objetivos comerciales de estos mercados plan de acción comercial. | 136 |
| 4.3.7.1. Empresas Ambientes Virtuales:..... | 136 |
| 4.3.7.2. Empresa Hyo:..... | 137 |
| 4.3.7.3. Empresa proyí:..... | 137 |
| 4.3.8. Asesoría definir la estructura de precios para las suscripciones en el software..... | 138 |
| 4.3.9. Asesoría para crear una estrategia de marca integral que combine tácticas digitales y tradicionales adaptadas a los mercados emergentes. | 138 |
| 4.3.10. Asesoría para desarrollar un plan para identificar los potenciales mercados en los que se puede desenvolver la empresa. | 139 |
| 4.3.11. Asesoría para analizar las necesidades actuales y los objetivos específicos de la empresa. | 140 |
| 4.3.12. Asesoría revisión rápida y optimización de canales actuales. | 141 |
| 4.3.13. Asesoría Revisión y Mejora embudos Existentes: | 142 |
| 4.3.14. Optimización de la Conversión y Cierre..... | 143 |
| 4.3.15. Asesoría para crear una estrategia de marca integral que combine tácticas digitales y tradicionales adaptadas a los mercados emergentes. | 144 |
| 4.3.16. Identificar al menos 1 oportunidad de mercado y formular y documentar objetivos comerciales de estos mercados. | 145 |
| 4.3.16.1. Datosfera:..... | 145 |
| 4.3.16.2. Proyectos y Soluciones SAS: | 146 |
| 4.3.17. Potenciación del Seguimiento y la retroalimentación Yeminus | 147 |
| 4.4 Novedad De Ejecución | 150 |
| 5. BIBLIOGRAFÍA | 154 |
| 6. CONCLUSIONES:..... | 154 |
| 7. ANEXOS: | 158 |
| 8. EQUIPO DE TRABAJO..... | 164 |

Índice de Tablas

| | |
|--|------------|
| <i>Tabla 1: Detalle tareas actividad.....</i> | <i>12</i> |
| <i>Tabla 2: Proceso de formación consolidado.....</i> | <i>14</i> |
| <i>Tabla 3: Proceso de mentoría consolidado.....</i> | <i>16</i> |
| <i>Tabla 4: Proceso de asesoría consolidado.....</i> | <i>22</i> |
| <i>Tabla 5: Cronograma mes de Octubre.....</i> | <i>31</i> |
| <i>Tabla 6: Cronograma mes de Noviembre.....</i> | <i>32</i> |
| <i>Tabla 7: Cronograma mes de Diciembre.....</i> | <i>32</i> |
| <i>Tabla 8: Cronograma mes Enero.....</i> | <i>34</i> |
| <i>Tabla 9 Cronograma Mes Febrero.....</i> | <i>35</i> |
| <i>Tabla 10 Cronograma final mes marzo.....</i> | <i>36</i> |
| <i>Tabla 11 Cronograma Final mes de Abril.....</i> | <i>37</i> |
| <i>Tabla 12 Empresas Categorizadas según su puntuación.....</i> | <i>150</i> |
| <i>Tabla 13 Primer Listado de beneficiarios seleccionados.....</i> | <i>151</i> |
| <i>Tabla 14 Segundo Listado definitivo beneficiarios actividad de cierre de brechas.....</i> | <i>153</i> |
| <i>Tabla 15 Equipo de trabajo.....</i> | <i>164</i> |



Índice de Figuras

| | |
|---|------------|
| <i>Figuras 1: Presentación Taller.....</i> | <i>121</i> |
| <i>Figuras 2 Empresarios asistentes.....</i> | <i>122</i> |
| <i>Figuras 3 Grupo de Whatsapp Proyecto UTP- Convocatoria</i> | <i>124</i> |
| <i>Figuras 4 Convocatoria Correo Electrónico.....</i> | <i>124</i> |
| <i>Figuras 5 Empresarios Asistentes.....</i> | <i>126</i> |
| <i>Figuras 6: Presentación Taller.....</i> | <i>128</i> |



1. INTRODUCCIÓN

El presente documento consolida los resultados alcanzados en el desarrollo de la Actividad 29: Implementar la ruta crítica a través de acciones de Formación, asesoría, relacionamiento, mentoría, entre otras de las empresas beneficiarias.

El propósito de esta actividad es generar un informe que consolida las acciones de cierre de brecha para cada una de las empresas 15 empresas priorizadas. Además, se proporcionarán las evidencias de la ejecución de esta actividad.

1.1. Resumen de avance acumulado en periodo anterior

Durante el mes de Marzo, se ejecutaron las siguientes actividades para los empresarios:

- Se realizó Mentoría para optimizar los procesos de seguimiento y retroalimentación dentro de la organización, asegurando una comunicación efectiva para la empresa Yeminus.
- Se realizó mentoría para elaborar un protocolo que permita definir una estrategia de innovación para la empresa Ambientes Virtuales que permita mejorar su competitividad en el mercado.
- Se realizó Mentoría sobre documentar los procesos de gestión proyecto, proveedores y clientes (selección, evaluación, negociación, gestión de relaciones y supervisión), según las experiencias previas para la empresa Delphy Analytcs SAS.
- Se realizó mentoría para documentar los procesos administrativos, legales y financieros según las experiencias previas y realizar un protocolo ágil para la empresa Gisruptivo.
- Se realizó mentoría con el fin de elaborar un protocolo que permita definir de forma clara la estrategia de innovación para mejorar la competitividad en el mercado. Mentoría realizada para las empresas Proyi, Datosfera, Edentia, Hyo, Ambientes Virtuales,
- Se realizó mentoría con el fin de documentar la estrategia de innovación para la empresa Ok Web.



- Se realizó mentoría con el fin de realizar actividades al interior de la empresa para fomentar la generación de ideas innovadoras para aumentar la competitividad, utilizando técnicas de creatividad y metodologías de innovación para la empresa Datosfera.
- Se realizó mentoría para la implementación de la fase inicial del proceso de gestión de proyectos, proveedores y clientes diseñado para las empresas Ambientes virtuales, Escuela Didáctica, Delphi analytics SAS y Gisruptivo.
- Se realizó mentoría con el fin de participar en un programa de acompañamiento personalizado para la reestructuración administrativa de la empresa en temas legales y contables y diseñar un protocolo de gestión en estos temas para la empresa Gisruptivo.
- Se realizó mentoría para hacer un análisis de las necesidades de desarrollo de liderazgo y habilidades de los empleados para la empresa In Check.
- Se realizó mentoría con el fin de identificar y poner en práctica al menos 1 estrategia tributaria aprendida durante las sesiones de formación para la empresa Onyxsoft SAS.

Actividades realizadas con el propósito de ejecutar los temas planteados en los ámbitos de formación (talleres), mentoría y asesoría, recibiendo por parte de los empresarios una respuesta positiva a cada una de las actividades realizadas, evidenciando una alta necesidad por parte de estos, de adquirir los conocimientos y habilidades transmitidos a través de las sesiones realizadas como se evidencia en el desarrollo del informe.

1.2. Resumen de avance en el periodo actual:

Durante el mes de abril, se ejecutaron las siguientes actividades:

- Se realizó mentoría con el fin de diseñar una política de ciberseguridad para la empresa Escuela Didáctica.
- Se realizó mentoría sobre herramientas de ciberseguridad para la empresa Escuela Didáctica.
- Se realizó mentoría con el fin de Diseñar e implementar un Protocolo estructurado que permita a la empresa identificar oportunidades, definir estrategias y ejecutar acciones orientadas a fortalecer su competitividad en el mercado, mediante el

desarrollo de soluciones diferenciadoras, sostenibles y centradas en las necesidades del cliente.

- Se realizó mentoría con el fin de documentar los procesos administrativos y de gestión de proveedores (selección, evaluación, negociación, gestión de relaciones y supervisión), según las experiencias previas para la empresa Ok Web.
- Se realizó mentoría con el fin de realizar la implementación y seguimiento de los procesos administrativos y gestión de proveedores y clientes diseñado para la empresa Ok Web.
- Se realiza Informe final del prototipo utilizando herramientas de innovación, diseño y/o modelado durante este proceso se realizaron reuniones de cierre con las empresas que hicieron parte del proceso: Datosfera, Proyi, Ambientes Virtuales, Hyo y Edentia.

2. METODOLOGÍA GENERAL

La Actividad 29 se enfocará en la intervención de 15 empresas mediante Formación, Asesoría y Mentoría. Se realizarán acompañamientos grupales e individuales con el objetivo de incrementar la productividad y la innovación, cerrando brechas identificadas en cada empresa.

A continuación, se presenta la tabla 1: Detalle tareas actividad, en donde se evidencia el paso a paso de las actividades y subactividades planteadas para la realización de la actividad No. 29; el porcentaje de avance reportado es exclusivamente a la ejecución técnica requerida para dar cumplimiento a producto esperado en la presente actividad hasta el mes de Abril.

Tabla 1: Detalle tareas actividad

| EDT | Nombre de tarea | Duración (días) | Comienzo | Fin | Avance |
|-----|---|-----------------|----------|-----------|--------|
| | Actividad 29: Implementar la ruta crítica a través de acciones de Formación, asesoría, relacionamiento, mentoría, entre otras de las empresas | 272 | 1/8/2024 | 30/4/2025 | 100% |

| EDT | Nombre de tarea | Duración (días) | Comienzo | Fin | Avance |
|-------|--|-----------------|-----------|-----------|--------|
| | beneficiarias. | | | | |
| 1 | Aprestamiento | 45 | 1/8/2024 | 15/9/2024 | 100% |
| 1.1. | <i>Realizar consolidado de actividades e insumos para diseño metodológico de actividad</i> | 8 | 1/8/2024 | 9/8/2024 | 100% |
| 1.2 | <i>Definición de metodología para el desarrollo de la actividad y producto esperado</i> | 18 | 12/8/2024 | 30/8/2024 | 100% |
| 2 | Ejecución implementación cierre de brechas | 227 | 15/9/2024 | 30/4/2025 | 100% |
| 2.1 | Implementar acciones de Mentorías | 227 | 15/9/2024 | 30/4/2025 | 100% |
| 2.1.1 | <i>Ejecución mentorías</i> | 227 | 15/9/2024 | 30/4/2025 | 100% |
| 2.2 | Implementar acciones de talleres | 227 | 15/9/2024 | 30/4/2025 | 100% |
| 2.2.1 | <i>Ejecución del taller</i> | 227 | 15/9/2024 | 30/4/2025 | 100% |
| 2.3 | Implementar acciones de asesoría | 227 | 15/9/2024 | 30/4/2025 | 100% |
| 2.3.1 | <i>Ejecución de las asesorías</i> | 227 | 15/9/2024 | 30/4/2025 | 100% |

Fuente: Elaboración propia



3. APRESTAMIENTO DE LA ACTIVIDAD 29

Este capítulo presenta un informe del proceso llevado a cabo por el Centro de Innovación y desarrollo tecnológico (CIDT) de la Universidad Tecnológica de Pereira, para realizar las actividades de aprestamiento en el proceso de implementación de las actividades para el cierre de brechas.

3.1. Realizar consolidado de actividades e insumos para diseño metodológico de actividad

De acuerdo con la información de la actividad 28: Definir la ruta crítica para su implementación por cada una de las 15 empresas seleccionadas, (Anexo 0: Informe final actividad 28), se construyó el siguiente cuadro resumen donde se encuentra el nombre de la empresa por tipo de actividades (formación, mentoría y/o seguimiento):

3.1.1. Proceso de formación

Se consolidaron las necesidades del proceso de formación para establecer un programa de capacitación abierta a las 15 empresas, priorizando a las empresas que tienen esos temas como necesidad. Teniendo en cuenta esto se buscará el personal pertinente para realizar las actividades.

Tabla 2: Proceso de formación consolidado

| Formación | Empresas | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------|---------------|---------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------|-------------|----------------|----------------------------------|--------------------|---------------------|--------------|-----------|
| | Tri ng e | DATOSF ERA | PR OY I | AMBIEN TES VIRTUAL ES | ESCUEL AS DIDACTI CA | H Y O | EDEN TIA | GISRUPTI VO | PROYECT O Y SOLUCION ES | SISTIGESTION ES | DELPHIANALYTI CS | ONVXS OFT | OK WEB |
| Participar en un programa de formación sobre sistemas de gestión de proveedores y clientes y de operación administrativa de empresas TI-4.0. | X | | | X | X | | | | | | | | X |
| Participar en un programa de formación sobre apertura de mercados. | | X | X | | | X | | X | | X | | X | |



| Formación | Empresas | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------|---------------|---------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------|-------------|----------------|----------------------------------|--------------------|---------------------|--------------|-----------|
| | Tri re e | DATOSF ERA | PR OY I | AMBIEN TES VIRTUAL ES | ESCUEL AS DIDACTI CA | H Y O | EDEN TIA | GISRUPTI VO | PROYECT O Y SOLUCION ES | SISTIGESTION ES | DELPHIANALYTI CS | ONVYS OFT | OK WEB |
| Capacitar al equipo de trabajo en metodologías como: Design Thinking, Lean Start UP, Agile e Innovación abierta para mejorar la capacidad de innovación de la empresa y aumentar su competitividad en el mercado. | | X | X | X | | X | X | | X | | | | |
| Participar en un programa de formación gestión administrativa, contable y legal para empresas TI-4.0. | | | | | | | | X | | X | | | |
| Participar en un programa de formación sobre apertura de mercados internacionales. | | | | | | | | | X | | X | | |
| Participar en un programa de formación sobre sistemas de gestión proyectos, proveedores y clientes para las empresas TI-4.0. | | | | | | | | | | | X | | |
| Participar en sesiones de formación sobre aspectos tributarios específicos (disminución de impuestos, beneficios tributarios de exportación y venta en el exterior, entre otros). | | | | | | | | | | | | X | |

Fuente propia



3.1.2. Proceso de mentoría

Igualmente como el punto anterior, teniendo en cuenta el resultado de la actividad 28 (anexo 0), donde se trabajó con cada empresario y se consolidaron las necesidades del procesos de mentoría para establecer un programa de mentoría abierta a las 15 empresas, de acuerdo al plan de acción para cierre de brechas a continuación se detalla en la tabla 3: Proceso de mentoría consolidado, los temas a tratar.

Tabla 3: Proceso de mentoría consolidado

| MENTORÍA | Empresas | | | | | | | | | | | | | | |
|---|------------|----------------|------------|---------------|---------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------|-------------|----------------|----------------------------------|--------------------|---------------------|--------------|-----------|
| | Tri age | WEPPACLO UD | INCH CK | DATOSF ERA | PR OY I | AMBIEN TES VIRTUAL ES | ESCUEL AS DIDACTI CA | H Y O | EDEN TIA | GISRUPTI VO | PROYECT O Y SOLUCION ES | SISTIGESTION ES | DELPHIANALYTI CS | ONYXS OFT | OK WEB |
| Crear una estrategia de marca integral que combine tácticas digitales y tradicionales adaptadas a los mercados emergentes. | X | | | | | | X | | | | | | | | |
| Realizar un análisis interno de las estrategias actuales y la identificación de brechas en el alcance de clientes. | | X | | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollar un plan para identificar los potenciales mercados en los que se puede desenvolver la empresa | | X | | | | | | | | | | | | | |
| Evaluar al interior del equipo de trabajo la viabilidad de las ideas generadas en términos de mercado, tecnología, y recursos necesarios. | | X | | X | X | X | | X | X | | | | | | |



| MENTORÍA | Empresas | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------|----------------|-------------|---------------|---------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------|-------------|----------------|----------------------------------|--------------------|---------------------|--------------|
| | Tri RE e | WEPPACLO UD | INCHE CK | DATOSF ERA | PR OY I | AMBIEN TES VIRTUAL ES | ESCUEL AS DIDACTI CA | H Y O | EDEN TIA | GISRUPTI VO | PROYECT O Y SOLUCION ES | SISTIGESTION ES | DELPHIANALYTI CS | ONVYS OFT |
| Diseñar un plan para expandir la gestión comercial, incluyendo estrategias para captar nuevos clientes y mejorar la venta de servicios. | | X | | | | | | | | | | | | |
| Realizar un análisis para identificar vacíos operativos y áreas de mejora. | | | X | | | | | | | | | | | |
| Evaluar el estado actual de la ciberseguridad , implementar mejoras y formar al personal en buenas prácticas. | | | X | | | | | | | | | | | |
| Revisar y actualizar los procedimientos documentales, incluyendo políticas, procesos y registros. | | | X | | | | | | | | | | | |
| Realizar un análisis de las necesidades de desarrollo de liderazgo y habilidades de los empleados. | | | X | | | | | | | | | | | |



| MENTORÍA | Empresas | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------|----------------|-------------|---------------|---------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------|-------------|----------------|----------------------------------|--------------------|---------------------|--------------|-----------|
| | Tri se e | WEPPACLO UD | INCHE CK | DATOSF ERA | PR OY I | AMBIEN TES VIRTUAL ES | ESCUEL AS DIDACTI CA | H Y O | EDEN TIA | GISRUPTI VO | PROYECT O Y SOLUCION ES | SISTIGESTION ES | DELPHIANALYTI CS | ONVYS OFT | OK WEB |
| Desarrollar e implementar programas de capacitación en liderazgo y habilidades para empleados y líderes. | | | X | | | | | | | | | | | | |
| Identificar al menos 1 oportunidad de mercado y formular y documentar objetivos comerciales de estos mercados. | | | | X | | | | X | | X | | X | | X | |
| Diseñar y documentar un plan de acción detallado para implementar los objetivos comerciales definidos. | | | | X | X | | | X | | X | X | X | X | X | |
| Participar de las sesiones de seguimiento del proyecto. | | | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Elaborar un protocolo que permita definir una estrategia de innovación para la empresa que permita mejorar su competitividad en el mercado. | | | | X | | X | | X | | | X | | | | |
| Realizar actividades al interior de la empresa para fomentar la generación de ideas innovadoras para aumentar | | | | X | X | X | | X | X | | | | | | |



| MENTORÍA | Empresas | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------|----------------|-------------|---------------|---------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------|-------------|----------------|----------------------------------|--------------------|---------------------|--------------|-----------|
| | Tri RE e | WEPPACLO UD | INCHE CK | DATOSF ERA | PR OY I | AMBIEN TES VIRTUAL ES | ESCUEL AS DIDACTI CA | H Y O | EDEN TIA | GISRUPTI VO | PROYECT O Y SOLUCION ES | SISTIGESTION ES | DELPHIANALYTI CS | ONVYS OFT | OK WEB |
| la competitividad, utilizando técnicas de creatividad y metodologías de innovación. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseñar un prototipo de una de las ideas seleccionadas utilizando herramientas de innovación, diseño y/o modelado. | | | | X | X | X | | X | X | | | | | | |
| Identificar al menos 1 oportunidad de mercado, para la cual se debe formular y documentar objetivos comerciales de estos mercados. | | | | | X | | | | | | | | | | |
| Elaborar un protocolo que permita definir una estrategia de innovación para la empresa Proyi para mejorar su competitividad en el mercado. | | | | | X | | | | | | | | | | |
| Documentar los procesos de gestión proyecto, proveedores y clientes (selección, evaluación, negociación, gestión de relaciones y supervisión), según las | | | | | | X | X | | | | | | | | |



| MENTORÍA | Empresas | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------|----------------|-------------|---------------|---------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------|-------------|----------------|----------------------------------|--------------------|---------------------|--------------|-----------|
| | Tri RE e | WEPPACLO UD | INCHE CK | DATOSF ERA | PR OY I | AMBIEN TES VIRTUAL ES | ESCUEL AS DIDACTI CA | H Y O | EDEN TIA | GISRUPTI VO | PROYECT O Y SOLUCION ES | SISTIGESTION ES | DELPHIANALYTI CS | ONVYS OFT | OK WEB |
| experiencias previas. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Implementación de la fase inicial del proceso de gestión de proyectos, proveedores y clientes diseñado. | | | | | | X | X | | | | | | X | | |
| Identificar la información sensible manejada por la empresa y cuáles son los principales riesgos cibernéticos para esta información. | | | | | | | X | | | | | | | | |
| Diseñar una política de ciberseguridad para la empresa Escuela Didáctica | | | | | | | X | | | | | | | | |
| Participar de las sesiones de seguimiento del proyecto. | | | | | | | | X | | | | | | | |
| Elaborar un protocolo que permita definir una estrategia de innovación para la empresa Edentia para mejorar su competitividad en el mercado. | | | | | | | | | X | | | | | | |
| Definir la estructura de precios para | | | | | | | | | | X | | | | | |



| MENTORÍA | Empresas | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------|----------------|-------------|---------------|---------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------|-------------|----------------|----------------------------------|--------------------|---------------------|--------------|-----------|
| | Tri RE e | WEPPACLO UD | INCHE CK | DATOSF ERA | PR OY I | AMBIEN TES VIRTUAL ES | ESCUEL AS DIDACTI CA | H Y O | EDEN TIA | GISRUPTI VO | PROYECT O Y SOLUCION ES | SISTIGESTION ES | DELPHIANALYTI CS | ONVYS OFT | OK WEB |
| las suscripciones en el software. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Documentar los procesos administrativos , legales y financieros según las experiencias previas y realizar un protocolo ágil. | | | | | | | | | X | | X | | | | |
| Implementación y seguimiento del protocolo administrativo, legal y financiero diseñado. | | | | | | | | | X | | X | | | | |
| Identificar al menos 1 oportunidad de mercado internacional y formular y documentar objetivos comerciales de este mercado. | | | | | | | | | | X | | X | | | |
| Documentar los procesos de gestión proyecto, proveedores y clientes (selección, evaluación, negociación, gestión de relaciones y supervisión), según las experiencias previas. | | | | | | | | | | | | X | | | |
| Identificar y poner en práctica al menos 1 estrategia tributaria | | | | | | | | | | | | | | X | |



| MENTORÍA | Empresas | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------|----------------|-------------|---------------|---------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------|-------------|----------------|----------------------------------|--------------------|---------------------|--------------|-----------|
| | Tri RE e | WEPPACLO UD | INCHE CK | DATOSF ERA | PR OY I | AMBIEN TES VIRTUAL ES | ESCUEL AS DIDACTI CA | H Y O | EDEN TIA | GISRUPTI VO | PROYECT O Y SOLUCION ES | SISTIGESTION ES | DELPHIANALYTI CS | ONVYS OFT | OK WEB |
| aprendida durante las sesiones de formación. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Documentar los procesos administrativos y de gestión de proveedores (selección, evaluación, negociación, gestión de relaciones y supervisión), según las experiencias previas. | | | | | | | | | | | | | | | X |
| Implementación y seguimiento de los procesos administrativos y gestión de proveedores y clientes diseñados. | | | | | | | | | | | | | | | X |
| Documentar la estrategia de innovación para la empresa Ok Web. | | | | | | | | | | | | | | | X |

Fuente Propia

Proceso de Asesoría

Igualmente, como el punto anterior, teniendo en cuenta el resultado de la actividad 28 (anexo 0), donde se trabajó con cada empresario y se consolidó las necesidades del proceso de asesoría para establecer un programa de individual para las 15 empresas.

Teniendo en cuenta esto, se buscará el personal pertinente para realizar las actividades.

Tabla 4: Proceso de asesoría consolidado



| Asesorías | Empresas | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------|----------------|-------------|---------------|---------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------|-------------|----------------|----------------------------------|--------------------|---------------------|--------------|-----------|
| | Tri RE e | WEPPACLO UD | INCHE CK | DATOSF ERA | PR OY I | AMBIEN TES VIRTUAL ES | ESCUEL AS DIDACTI CA | H Y O | EDEN TIA | GISRUPTI VO | PROYECT O Y SOLUCION ES | SISTIGESTION ES | DELPHIANALYTI CS | ONVYS OFT | OK WEB |
| Crear una estrategia de marca integral que combine tácticas digitales y tradicionales adaptadas a los mercados emergentes. | X | | | | | | X | | | | | | | | |
| Realizar un análisis interno de las estrategias actuales y la identificación de brechas en el alcance de clientes. | | X | | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollar un plan para identificar los potenciales mercados en los que se puede desenvolver la empresa | | X | | | | | | | | | | | | | |
| Evaluar al interior del equipo de trabajo la viabilidad de las ideas generadas en términos de mercado, tecnología, y recursos necesarios. | | X | | X | X | X | | X | X | | | | | | |
| Diseñar un plan para expandir la gestión comercial, incluyendo estrategias para captar nuevos clientes y mejorar la venta de servicios. | | X | | | | | | | | | | | | | |



| Asesorías | Empresas | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------|----------------|-------------|---------------|---------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------|-------------|----------------|----------------------------------|--------------------|---------------------|--------------|
| | Tri re e | WEPPACLO UD | INCHE CK | DATOSF ERA | PR OY I | AMBIEN TES VIRTUAL ES | ESCUEL AS DIDACTI CA | H Y O | EDEN TIA | GISRUPTI VO | PROYECT O Y SOLUCION ES | SISTIGESTION ES | DELPHIANALYTI CS | ONVYS OFT |
| Realizar un análisis para identificar vacíos operativos y áreas de mejora. | | | X | | | | | | | | | | | |
| Evaluar el estado actual de la ciberseguridad , implementar mejoras y formar al personal en buenas prácticas. | | | X | | | | | | | | | | | |
| Revisar y actualizar los procedimientos documentales, incluyendo políticas, procesos y registros. | | | X | | | | | | | | | | | |
| Realizar un análisis de las necesidades de desarrollo de liderazgo y habilidades de los empleados. | | | X | | | | | | | | | | | |
| Desarrollar e implementar programas de capacitación en liderazgo y habilidades para empleados y líderes. | | | X | | | | | | | | | | | |
| Identificar al menos 1 oportunidad de mercado y formular y documentar objetivos comerciales de estos mercados. | | | | X | | | X | | X | | X | | X | |



| Asesorías | Empresas | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------|----------------|-------------|---------------|---------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------|-------------|----------------|----------------------------------|--------------------|---------------------|--------------|
| | Tri se e | WEPPACLO UD | INCHE CK | DATOSF ERA | PR OY I | AMBIEN TES VIRTUAL ES | ESCUEL AS DIDACTI CA | H Y O | EDEN TIA | GISRUPTI VO | PROYECT O Y SOLUCION ES | SISTIGESTION ES | DELPHIANALYTI CS | ONYKS OFT |
| Diseñar y documentar un plan de acción detallado para implementar los objetivos comerciales definidos. | | | | X | X | | | X | | X | X | X | X | |
| Participar de las sesiones de seguimiento del proyecto. | | | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Elaborar un protocolo que permita definir una estrategia de innovación para la empresa que permita mejorar su competitividad en el mercado. | | | | X | | X | | X | | | X | | | |
| Realizar actividades al interior de la empresa para fomentar la generación de ideas innovadoras para aumentar la competitividad, utilizando técnicas de creatividad y metodologías de innovación. | | | | X | X | X | | X | X | | | | | |
| Diseñar un prototipo de una de las ideas seleccionadas utilizando herramientas de innovación, diseño y/o modelado. | | | | X | X | X | | X | X | | | | | |



| Asesorías | Empresas | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------|----------------|-------------|---------------|---------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------|-------------|----------------|----------------------------------|--------------------|---------------------|--------------|
| | Tri re e | WEPPACLO UD | INCHE CK | DATOSF ERA | PR OY I | AMBIEN TES VIRTUAL ES | ESCUEL AS DIDACTI CA | H Y O | EDEN TIA | GISRUPTI VO | PROYECT O Y SOLUCION ES | SISTIGESTION ES | DELPHIANALYTI CS | ONVYS OFT |
| Identificar al menos 1 oportunidad de mercado, para la cual se debe formular y documentar objetivos comerciales de estos mercados. | | | | | X | | | | | | | | | |
| Elaborar un protocolo que permita definir una estrategia de innovación para la empresa Proyi para mejorar su competitividad en el mercado. | | | | | X | | | | | | | | | |
| Documentar los procesos de gestión proyecto, proveedores y clientes (selección, evaluación, negociación, gestión de relaciones y supervisión), según las experiencias previas. | | | | | | X | X | | | | | | | |
| Implementación de la fase inicial del proceso de gestión de proyectos, proveedores y clientes diseñado. | | | | | | X | X | | | | | X | | |
| Identificar la información sensible manejada por la empresa y cuáles son los principales | | | | | | | X | | | | | | | |



| Asesorías | Empresas | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------|----------------|-------------|---------------|---------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------|-------------|----------------|----------------------------------|--------------------|---------------------|--------------|-----------|
| | Tri RE e | WEPPACLO UD | INCHE CK | DATOSF ERA | PR OY I | AMBIEN TES VIRTUAL ES | ESCUEL AS DIDACTI CA | H Y O | EDEN TIA | GISRUPTI VO | PROYECT O Y SOLUCION ES | SISTIGESTION ES | DELPHIANALYTI CS | ONVYS OFT | OK WEB |
| riesgos cibernéticos para esta información. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseñar una política de ciberseguridad para la empresa Escuela Didáctica | | | | | | X | | | | | | | | | |
| Participar de las sesiones de seguimiento del proyecto. | | | | | | | X | | | | | | | | |
| Elaborar un protocolo que permita definir una estrategia de innovación para la empresa Edentia para mejorar su competitividad en el mercado. | | | | | | | | X | | | | | | | |
| Definir la estructura de precios para las suscripciones en el software. | | | | | | | | | | X | | | | | |
| Documentar los procesos administrativos , legales y financieros según las experiencias previas y realizar un protocolo ágil. | | | | | | | | | | X | | X | | | |
| Implementación y seguimiento del protocolo administrativo, | | | | | | | | | | X | | X | | | |



| Asesorías | Empresas | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------|----------------|-------------|---------------|---------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------|-------------|----------------|----------------------------------|--------------------|---------------------|--------------|-----------|
| | Tri se e | WEPPACLO UD | INCHE CK | DATOSF ERA | PR OY I | AMBIEN TES VIRTUAL ES | ESCUEL AS DIDACTI CA | H Y O | EDEN TIA | GISRUPTI VO | PROYECT O Y SOLUCION ES | SISTIGESTION ES | DELPHIANALYTI CS | ONVYS OFT | OK WEB |
| legal y financiero diseñado. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Identificar al menos 1 oportunidad de mercado internacional y formular y documentar objetivos comerciales de este mercado. | | | | | | | | | | | X | | X | | |
| Documentar los procesos de gestión proyecto, proveedores y clientes (selección, evaluación, negociación, gestión de relaciones y supervisión), según las experiencias previas. | | | | | | | | | | | | | X | | |
| Identificar y poner en práctica al menos 1 estrategia tributaria aprendida durante las sesiones de formación. | | | | | | | | | | | | | | X | |
| Documentar los procesos administrativos y de gestión de proveedores (selección, evaluación, negociación, gestión de relaciones y supervisión), según las | | | | | | | | | | | | | | | X |



| Asesorías | Empresas | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------|----------------|-------------|---------------|---------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------|-------------|----------------|----------------------------------|--------------------|---------------------|--------------|-----------|
| | Tri BE e | WEPPACLO UD | INCHE CK | DATOSF ERA | PR OY I | AMBIEN TES VIRTUAL ES | ESCUEL AS DIDACTI CA | H Y O | EDEN TIA | GISRUPTI VO | PROYECT O Y SOLUCION ES | SISTIGESTION ES | DELPHIANALYTI CS | ONVYS OFT | OK WEB |
| experiencias previas. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Implementación y seguimiento de los procesos administrativos y gestión de proveedores y clientes diseñados. | | | | | | | | | | | | | | | X |
| Documentar la estrategia de innovación para la empresa Ok Web. | | | | | | | | | | | | | | | X |

Fuente Propia

3.2. Definición de metodología para el desarrollo de la actividad y producto esperado

La Actividad 29 se centrará en la intervención de 15 empresas con el objetivo de incrementar su productividad e innovación mediante el cierre de brechas identificadas.

Esta intervención se llevará a cabo utilizando tres enfoques principales: Formación, Asesoría y Mentoría.

3.2.1 Formación:

Objetivo: Proporcionar a las empresas conocimientos y herramientas necesarias para fortalecer sus capacidades en áreas clave.

Metodología:



Se llevarán a cabo sesiones grupales, donde se impartirán cursos y talleres diseñados para abordar las brechas comunes identificadas en las empresas.

Resultado Esperado: Se espera que las empresas adquieran competencias esenciales que les permitan mejorar su desempeño operativo y estratégico.

3.2.2 Asesoría:

Objetivo: Ofrecer orientación específica para la resolución de problemas particulares en cada empresa.

Metodología: Consultores especializados trabajarán directamente con las empresas para identificar soluciones adaptadas a sus necesidades específicas, mediante sesiones de asesoramiento individuales. Durante las sesiones de asesoría, los expertos proporcionarán recomendaciones técnicas y soluciones específicas a los problemas operativos o estratégicos que enfrenten las empresas, ayudándoles a mejorar su desempeño en áreas concretas, desarrollando actividades enfocadas en resolver desafíos puntuales.

Resultado Esperado: Las empresas podrán implementar soluciones personalizadas que aborden sus desafíos específicos, contribuyendo así al cierre de brechas críticas.

3.2.3 Mentoría:

Objetivo: Acompañar a las empresas en la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos y en la toma de decisiones estratégicas.

Metodología: Se desarrollarán sesiones de mentoría o consejería tanto grupales como individuales, donde mentores experimentados guiarán a las empresas en la implementación de mejoras continuas y en la adaptación a nuevas prácticas. Las sesiones de mentoría estarán centradas en el acompañamiento de largo plazo, donde mentores guiarán a las empresas en la implementación de mejoras continuas, promoviendo el desarrollo de capacidades, el liderazgo, y la adaptación a nuevas prácticas y tendencias del sector. La mentoría busca el crecimiento integral de las empresas mediante un enfoque más holístico

Resultado Esperado: Las empresas experimentarán un proceso de transformación que no solo cerrará brechas inmediatas, sino que también las preparará para enfrentar futuros desafíos con mayor resiliencia e innovación.

A lo largo de esta actividad, se combinará el acompañamiento grupal (en los procesos de formación y algunas mentorías) con el acompañamiento individual (a través de las asesorías) para garantizar un impacto profundo y duradero en cada una de las empresas involucradas.



4 EJECUCIÓN IMPLEMENTACIÓN CIERRE DE BRECHAS:

La propuesta de trabajo para el cierre de brechas de las 15 empresas del sector TI en Risaralda, se ha dividido en tres grandes categorías que son: Mentorías, asesorías y formación. Cada empresa manifestó su necesidad en términos de brechas competitivas existentes y a partir de ahí se estructuró el programa para dar respuestas a esas necesidades empresariales.

Para dar inicio al proceso, el día 18 de octubre se convocó a las empresas por medio de llamada telefónica, con el fin de agendar su participación en la reunión de presentación del equipo y del proyecto. Esta reunión fue programada para el 24 de octubre de 2024 y se llevó a cabo de manera virtual, permitiendo así la interacción y alineación con todos los involucrados. Esta primera sesión buscó establecer una comunicación efectiva y presentar los objetivos, responsabilidades y expectativas del proyecto.

La evidencia de las llamadas telefónicas realizadas se puede evidenciar en el anexo 06, y el cronograma de las actividades del mes de octubre se en la tabla 5: cronograma mes de Octubre:

Tabla 5: Cronograma mes de Octubre

cidt | UTP

Note: En cada celda va la actividad, fecha de la semana y hora por empresa

MES: OCTUBRE

| Empresas | Semana 1 21-25 Octubre | | | | | Semana 2 28 al 1 de noviembre | | | | |
|--------------------------------------|------------------------|-------|---|-------|---|--|-------|---|-------|---------|
| | Liz | Diego | Eduardo | María | William | Liz | Diego | Eduardo | María | William |
| Ambientes virtuales punto con lida | | | | | | | | | | |
| Delphi Analytics SAS | | | | | | | | | | |
| Escuela Didáctica SAS | | | | | | 18 de octubre «Presencia» Participar en un programa de creación de una estrategia de marca virtual 8:00. | | | | |
| GSRUPTIVO | | | | | | | | | | |
| Proyectos y Soluciones TI SAS | | | | | | | | | | |
| Proyl | | | | | | | | | | |
| Sistemas & gestiones Administrativas | | | | | | | | | | |
| Ok Web S.A.S. | | | 24 de octubre «Virtual»-reunion inicio cronograma 8 AM 09:00 AM | | 24 de octubre «Virtual»-reunion inicio cronograma 8 AM 09:00 AM | | | | | |
| Wappa Cloud | | | | | | | | 28 OCTUBRE-«Presencia»- Realizar un análisis sobre de las | | |
| Datosfera SAS | | | | | | 18 de octubre «Presencia» Participar en un programa de creación de una estrategia de | | | | |
| Triage SAS | | | | | | | | | | |
| Edentia | | | | | | | | | | |
| HYO | | | | | | | | | | |
| IN CHECK INTEGRAL SOLUTION S.A.S. | | | | | | | | | | |
| Onyx Soft SAS | | | | | | | | | | |

Fuente Propia



Tabla 8: Cronograma mes Enero.

| Empresas | Semana 1 2025 de 11 al 17 de Enero | | | | | Semana 2 2025 de 20 al 24 de Enero | | | | | Semana 3 2025 de 27 al 31 de Enero | | | | | | | | |
|-----------------------------------|--|-----|------------|-------|---------|------------------------------------|---|-----|------------|-------|------------------------------------|---------|--|-----|------------|-------|---------|---------|--|
| | Mercados | Luz | Innovación | Clase | Eduardo | William | Mercados | Luz | Innovación | Clase | Eduardo | William | Mercados | Luz | Innovación | Clase | Eduardo | William | |
| Yemius | Jueves 16 de enero - 2:30PM. Sesión Educativa y Operación de Cuentas Inclusivas | | | | | | Jueves 24 de enero - 2:30PM. Sesión Educativa y Operación de Cuentas Inclusivas | | | | | | | | | | | | |
| Ambientes virtuales punto com fda | | | | | | | Jueves 23 de enero - 2pm. Capacitación al equipo de trabajo en metodologías como Design Thinking, Lean StartUP, Agile e Innovación, abierta para mejorar la capacidad de innovación. | | | | | | | | | | | | |
| Delphi Analytics SAS | | | | | | | | | | | | | Jueves 31 de enero - 2:00PM. Diseñar y documentar un plan de acción detallado para implementar los objetivos comerciales de febrero. | | | | | | |
| Escuela Didáctica SAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| GISRUPTIVO | Jueves 17 de enero - 3:30PM. Diseñar y documentar un plan de acción detallado para implementar los objetivos comerciales de febrero. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Proyectos y Soluciones TI SAS | | | | | | | JUEVES 23 HORAS 00:00 a las 10:00 am - Participar en un programa de mentoría de acompañamiento personalizado para el acompañamiento en la identificación de oportunidades de nuevos mercados internacionales. | | | | | | Jueves 27 de enero - 1:30PM. ASesorar, evaluar el avance y oportunidad de mercado internacional y formular y documentar objetivos comerciales de este mercado + INNOVACIÓN. Diseñar y documentar un plan de acción detallado para implementar. | | | | | | |
| Proyi | | | | | | | | | | | | | Miércoles 26 de enero - 2:00PM. Capacitar al equipo de trabajo en metodologías como Design Thinking. | | | | | | |
| Ok Web S.A.S. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Weppo Cloud | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Datafera SAS | | | | | | | | | | | | | Jueves 24 de enero - 3:30PM. ASesorar, evaluar el avance y oportunidad de mercado y formular y documentar objetivos comerciales de este mercado. | | | | | | |
| Traige SAS | | | | | | | | | | | | | Jueves 26 de enero - 1:30pm. Capacitar al equipo de trabajo en metodologías como Design Thinking. | | | | | | |
| Edentia | | | | | | | Miércoles 22 de enero. Capacitar al equipo de trabajo en metodologías como Design Thinking, Lean StartUP, Agile e Innovación. | | | | | | | | | | | | |
| HYO | | | | | | | Jueves 23 de enero - 3PM. Capacitar al equipo de trabajo en metodologías como Design Thinking, Lean StartUP, Agile e Innovación. | | | | | | | | | | | | |
| IN CHECK INTEGRAL SOLUTION S.A.S. | | | | | | | 17 de Enero - Presencial: 2 horas 00:00 a las 10:00 am. Realizar un análisis para identificar nuevas oportunidades y áreas de mejora. | | | | | | | | | | | | |
| Onyx Soft SAS | | | | | | | | | | | | | Jueves 26 de enero - 2:30PM. Diseñar y documentar un plan de acción detallado para implementar los objetivos comerciales de febrero. | | | | | | |

Fuente Propia



Tabla 9 Cronograma Mes Febrero

| Fecha | Actividad |
|-------------------------|-----------|-------------------------|-----------|-------------------------|-----------|-------------------------|-----------|-------------------------|-----------|-------------------------|-----------|-------------------------|-----------|-------------------------|-----------|
| 01 de Febrero - 1 Hora | Clase | 02 de Febrero - 1 Hora | Clase | 03 de Febrero - 1 Hora | Clase | 04 de Febrero - 1 Hora | Clase | 05 de Febrero - 1 Hora | Clase | 06 de Febrero - 1 Hora | Clase | 07 de Febrero - 1 Hora | Clase | 08 de Febrero - 1 Hora | Clase |
| 09 de Febrero - 2:30 PM | Clase | 10 de Febrero - 2:30 PM | Clase | 11 de Febrero - 2:30 PM | Clase | 12 de Febrero - 2:30 PM | Clase | 13 de Febrero - 2:30 PM | Clase | 14 de Febrero - 2:30 PM | Clase | 15 de Febrero - 2:30 PM | Clase | 16 de Febrero - 2:30 PM | Clase |
| 17 de Febrero - 2:30 PM | Clase | 18 de Febrero - 2:30 PM | Clase | 19 de Febrero - 2:30 PM | Clase | 20 de Febrero - 2:30 PM | Clase | 21 de Febrero - 2:30 PM | Clase | 22 de Febrero - 2:30 PM | Clase | 23 de Febrero - 2:30 PM | Clase | 24 de Febrero - 2:30 PM | Clase |
| 25 de Febrero - 2:30 PM | Clase | 26 de Febrero - 2:30 PM | Clase | 27 de Febrero - 2:30 PM | Clase | 28 de Febrero - 2:30 PM | Clase | 29 de Febrero - 2:30 PM | Clase | 30 de Febrero - 2:30 PM | Clase | 01 de Marzo - 2:30 PM | Clase | 02 de Marzo - 2:30 PM | Clase |

Fuente Propia



Tabla 11 Cronograma Final mes de Abril

|  | | | | | | |
|---|---|---|-------|---------|---------|--|
| Semanas / Meses | | | | | | |
| Empresas | Semana 12 2025 de 31 al 04 de Abril | | | | | |
| | Liz | | Diego | Eduardo | William | |
| | Mercados | Innovación | | | | |
| Escuela Didáctica SAS | | | | | | 2 horas 01 de abril 9:00 am a 11:00 pm (humberto) Diseñar una política de ciberseguridad para la empresa Escuela Didáctica - Mentoría sobre herramientas de ciberseguridad. |
| GISRUPTIVO | | | | | | |
| Proyectos y Soluciones TI SAS | 2h 28-marzo 2025 Participar en un programa de mentoría y/o acompañamiento personalizado para asesorar al equipo en el diseño de una estrategia de innovación. | 1 hora - 04:00 PM 28 marzo 2025 Elaborar un protocolo que permita definir una estrategia de innovación para la empresa que permita mejorar su competitividad en el mercado. | | | | |
| Proyi | | | | | | |
| Ok Web S.A.S. | | | | | | H 2 horas Martes 8 Abril - 8:00 - 10:00 aM Documentar los procesos administrativos y de gestión de proveedores (selección, evaluación, negociación, gestión de relaciones y supervisión), según las experiencias previas. H 2 horas 10:00 a 12:00 pm Implementación y seguimiento de los procesos administrativos y gestión de |

Fuente Propia

A continuación, se presentan las acciones realizadas.

4.1 Mentorías:

Las mentorías son una herramienta estratégica clave para potenciar el desarrollo personal y profesional. A través de un proceso guiado por expertos con experiencia, las empresas tienen la oportunidad de adquirir conocimientos prácticos, resolver desafíos específicos y



fortalecer sus habilidades en un entorno colaborativo. Este enfoque permite no solo el crecimiento individual, sino también la generación de resultados tangibles y sostenibles en diferentes ámbitos.

Cabe aclarar que, al 30 de noviembre de 2024, la mentoría lleva un porcentaje de avance de un 4%, en virtud a que las actividades realizadas se enfocaron en temas de Asesoría y talleres, ya que las mentorías se encuentran programadas para la ejecución del contrato en el 2025; Sin embargo, para el mes de diciembre, se espera tener un avance del 20% en mentorías.

Para el mes de octubre no se ejecutan mentorías, esto en virtud a que la fecha de inicio del contrato fue el 17 de octubre en donde hubo una semana para coordinar las actividades que se ejecutarían y otra semana de ejecución de actividades, es por esto que, al 31 de octubre todas las actividades ejecutadas se realizaron como asesoría.

En este mes del **17 al 31 de octubre**, el plan de trabajo que se manejó, fue el siguiente:

- Reunión Inicio donde se presentó el equipo de trabajo y el cronograma a trabajar.
- Participar en un programa de creación de una estrategia de marca integral, este proceso incluye la realización de diferentes asesorías especializadas a empresarios, orientadas a analizar en profundidad las características de la empresa y a efectuar diagnósticos de su marca con el fin de lograr un mayor impacto y potencializar la venta de sus productos o servicios.
- Realizar un análisis interno de las estrategias actuales y la identificación de brechas en el alcance de clientes.

Para el mes de noviembre se realizan las siguientes mentorías:

4.1.1. Mentoría desarrollar e implementar programas de capacitación en liderazgo y habilidades para empleados y líderes.

4.1.1.1. Empresa In Check Integral Solution SAS:

Se realiza mentoría para la empresa indicada en donde participan la señora Wendy Cardona y Daniel Salcedo como dueños de la empresa y Diego Velásquez como mentor, en esta mentoría, inicialmente se conoce el estado actual de la empresa, cuáles son los objetivos y KPIs para el 2025 y adicional cuáles son las metodologías usadas actualmente para la empresa.



Al inicio de la mentoría, el mentor ofrece una charla introductora sobre la historia, evolución, objetivos, estructura y cultura organizacional de las empresas. Durante esta charla, se explican de manera detallada los elementos que deberían implementarse dentro de la compañía. Adicionalmente, se realiza una sesión de mentoría enfocada en las metas empresariales, con el objetivo de identificar las necesidades de la empresa en materia de liderazgo.

Por último, se hacen diferentes propuestas para que implementen dentro de la empresa metodologías que construyan a una cultura de liderazgo y así poder ejercer mejor la dirección con la empresa para llevarla a niveles superiores.

Se evidencia lo anterior, en el acta de reunión -mentoría- y la presentación como anexo No. 16 La fotografía como evidencia en el anexo 17 y la asistencia de los empresarios en el anexo 18

4.1.2. Mentoría diseñar un plan para expandir la gestión comercial, incluyendo estrategias para captar nuevos clientes y mejorar la venta de servicios.

4.1.2.1. Empresa Weppa Cloud:

Se realiza mentoría para la empresa indicada en donde participan el señor Yeison Gómez y Ángela Aragón como dueños de la empresa y Eduardo Sánchez como mentor, teniendo como objetivo principal discutir estrategias para la promoción y venta de la aplicación Chattia en colaboración con Cotelco y otros actores del sector empresarial.

Dentro de la mentoría se realiza:

- **Revisión del Programa de Cotelco:** Se revisó el programa que Cotelco está manejando con la Gobernación de Risaralda para identificar cómo Weppa Cloud puede integrarse en el evento.
- **Estrategias de Marketing y Ventas:** Se discutió el uso de la inteligencia artificial y el marketing conversacional como temas principales para la charla de Weppa en el evento de Cotelco. También se mencionó la importancia de avanzar con Asobares para acercar la solución a empresarios gastronómicos.
- **Boletines y Newsletter:** Eduardo recomendó que los boletines de Weppa se realicen en forma de newsletter y se definan métricas para convertir potenciales clientes en clientes reales. Actualmente, tienen un 48% de tasa de lectura en sus boletines.



-**Segmento de Clientes:** Se identificaron los directores de operaciones y comerciales, así como los líderes de TI, como los segmentos de clientes más adecuados para la solución de Weppa.

- **LinkedIn y Sales Navigator:** Se discutió la efectividad de LinkedIn y Sales Navigator, concluyendo que no han sido herramientas efectivas hasta el momento.

- **Reunión con Hecho en Pereira:** Se acordó gestionar una reunión con Hecho en Pereira, con Eduardo Sánchez como responsable, hecho en Pereira es una estrategia liderada por la alcaldía de Pereira, para el posicionamiento de los bienes y servicios de la ciudad a nivel nacional e internacional. Adicionalmente la estrategia contempla la posibilidad que las empresas que hacen parte de la marca, puedan conocerse con el objetivo de generar oportunidades de negocios entre las mismas. El compromiso es generar una reunión con Cristian Patiño, director de la estrategia de Hecho en Pereira, para presentar los servicios de Weppa Cloud y definir como pueden ofrecerse las soluciones de Weppa para las empresas que hacen parte de la estrategia.

- **CCD y Desayuno Empresarial:** Se mencionó la colaboración con CCD y Sandra Buitrago, y la organización de un desayuno empresarial.

- **Free Press y Testimoniales:** Se revisará quién puede encargarse de la prensa gratuita y se considerará la inclusión de testimoniales.

- **Estrategia de Referidos:** Se destacó la importancia de la estrategia de referidos que ya están aplicando.

- **Video de Comprador en inglés:** Se acordó generar un video en inglés con un cliente actual.

- **Participación en Eventos:** Se invitó a Weppa a participar en la Feria Expobar y a generar un evento con las empresas del coworking Camellando.

- **Networking:** Se sugirió participar en la estrategia de networking "El amigo del amigo".

Se evidencia lo anterior en el acta de reunión -mentoría- firmada como anexo 19, la asistencia de los empresarios en el anexo 20. La fotografía como evidencia de la reunión en el anexo 21 y entregable como anexo 201.

4.1.3. Mentoría realizar un análisis interno de las estrategias actuales y la identificación de brechas en el alcance de clientes.

4.1.3.1. Empresa Weppa Cloud:



En la reunión, Eduardo, Yeison y Ángela discutieron sobre la importancia de la colaboración, en el desarrollo de proyectos nacionales e internacionales, haciendo énfasis en la necesidad de establecer conexiones efectivas y aprovechar espacios recomendados por Eduardo como “El amigo del amigo”.

También se abordaron temas relacionados con sectores que podrían ser susceptibles de hacer uso de la herramienta de Chatia, como el de salud y el turismo en Colombia.

De parte de Eduardo se presentó información acerca de competidores para la empresa a nivel nacional e internacional, haciendo énfasis en los precios de estas empresas versus los que está manejando la herramienta de Chatia. Chatia está por encima en precios y la sugerencia es poder revisar si se puede desarrollar un paquete de entrada para las empresas interesadas. El grueso de empresas colombianas entra dentro de la categoría pequeña y mediana, y difícilmente tienen la capacidad de inversión para poder adquirir la solución a los precios que actualmente está ofreciendo Weppa Cloud. Eduardo propone la posibilidad de presentar la herramienta a las empresas que hacen parte del clúster de turismo y salud de Pereira y Risaralda, sin embargo, sugiere que es importante recopilar el testimonio de la empresa de Santa Marta del sector salud que ya viene utilizando la herramienta Chatia y poder hacer una venta más consultiva para las empresas que hacen parte del clúster. Se hace una revisión de la campaña paga que hizo la empresa en Google adwords, para conocer el tráfico que se generó, y se crea la discusión sobre cómo se pueden monetizar esos contactos. De parte de Weppa se menciona que hay un tema técnico con la solución que arroja cierta complejidad en el momento de realizar la venta, ya que la persona usuaria debe tener un acompañamiento especializado para poder poner en marcha la herramienta. Esto puede dificultar que los interesados accedan a la misma y puede ser una de las razones por las cuales no se han captado nuevos clientes.

Se evidencia lo anterior en el acta de reunión -mentoría- firmada como anexo 22, la asistencia de los empresarios en el anexo 23. La fotografía como evidencia en el anexo 24.

4.1.4. Mentoría diseñar y documentar un plan de acción detallado para implementar los objetivos comerciales definidos.

En la ruta crítica del proyecto, numeral 3.1.2., se hace referencia a la necesidad expresada por la empresa en estos términos: Diseñar y documentar un plan de acción detallado para implementar los objetivos comerciales definidos.

La mentoría fue realizada de forma individual para las siguientes empresas, así:

- Ambientes Virtuales
- Delphi Analytics SAS



- Gisruptivo
- HYO
- Proyi

4.1.4.1. Empresa Ambientes Virtuales:

En esta Mentoría participaron el Ceo de la empresa Luis Alfonso Martínez y la consultora Liz Hernández, con el fin de diseñar el plan y objetivos comerciales, depurando las oportunidades reales, realizando estrategias para así identificar las oportunidades en el mercado y monetizar las oportunidades actuales. Se revisa el primer prototipo realizado por la empresa respecto a sus estrategias comerciales.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión anexo No. 25 y listado de asistencia anexo No. 26.

4.1.4.2. Empresa Delphi Analytics SAS:

En esta mentoría participaron el Ceo de la empresa Daniel Giraldo y la Consultora Liz Hernández, con el fin de analizar la priorización de oportunidades del mercado según el estado actual de la empresa. Se realiza asesoría de Sprints para ejecutar el plan de acción.

Cuenta con una solución que no ha encontrado su product marketfit, está buscando financiación a través de clientes para continuar buscando el punto de equilibrio.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión anexo No. 27 y listado de asistencia anexo No. 28.

4.1.4.3. Empresa Gisruptivo:

En estas Mentorías participaron el Ceo de la empresa Daniel Agudelo y la consultora Liz Hernández, con el fin de analizar la priorización de oportunidades del mercado según el estado actual de la empresa. Se realiza asesoría de Sprints para ejecutar el plan de acción.

La oportunidad que se encontró fue atender con la misma solución un nicho masivo, que aunque su ticket sea menor tienen recurrencia y está dado por consejos y demás espacios de reunión que se requieran grabar, transcribir. Se apoya al desarrollo del plan de acción para materializar la viabilidad de la oportunidad. Se pide el plan de acción de manera detallada para la próxima sesión.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión anexo No. 29 y listado de asistencia anexo No. 30.



4.1.4.4. Empresa Hyo:

En esta mentoría participaron el Ceo de la empresa Olivia Vélez y la consultora Liz Hernández, con el fin de analizar la priorización de oportunidades del mercado según el estado actual de la empresa. Se realiza mentoría de Sprints para ejecutar el plan de acción, teniendo como resultado la depuración de las oportunidades reales del mercado, brindando a los empresarios los conocimientos necesarios para saber identificar, cuando es una oportunidad real y cuando no, además, de brindar los atributos a identificar al momento de encontrar una oportunidad de negocio clara, con el fin de aplicar diferentes estrategias y poder convertirla en venta.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión anexo No. 31 y listado de asistencia anexo No. 32.

4.1.4.5. Empresa Proyi:

En esta Mentoría participaron el Ceo de la empresa Kelli Posada y la consultora Liz Hernández, con el fin de analizar hábitos corporativos para identificar las oportunidades de mercado e identificar los atributos únicos del producto o servicio, teniendo como resultado la depuración de las oportunidades reales del mercado, brindando a los empresarios los conocimientos necesarios para saber identificar, cuando es una oportunidad real y cuando no, además, de brindar los atributos a identificar al momento de encontrar una oportunidad de negocio clara, con el fin de aplicar diferentes estrategias y poder convertirla en venta.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión anexo No. 33 y listado de asistencia anexo No. 34.

4.1.5. Mentoría diseñar y documentar un plan de acción detallado para implementar los objetivos comerciales definidos seguimiento.

En la ruta crítica del proyecto, numeral 3.1.2., se hace referencia a la necesidad expresada por la empresa en estos términos: Diseñar y documentar un plan de acción detallado para implementar los objetivos comerciales definidos Seguimiento. Esta mentoría se realiza con el fin de realizar un seguimiento a cada una de las empresas respecto a su plan de acción, con el fin de realizar sugerencias y hacer diferentes recomendaciones al mismo.

Mentoría realizada de forma individual para las siguientes empresas, así:

- Delphi Analytics SAS



- Gisruptivo
- HYO
- Onyx
- Proyi

4.1.5.1. Delphi Analytics SAS:

En esta Mentoría participaron el Ceo de la empresa Daniel Giraldo y la Consultora Liz Hernández, con el fin de discutir el tema de exploración de oportunidades y ejecución del plan de acción, se realiza una definición de 3 oportunidades que se puedan ejecutar, revisando los referentes del producto o servicio de acuerdo a los requerimientos del flujo de caja del negocio y se establece un plan de acción a corto plazo para ejecutar.

La empresa queda con las tareas de realizar la propuesta comercial, establecer metas y diferentes canales de monetización. Para la empresa es clave generar flujo de caja y sostenibilidad financiera a corto plazo.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión anexo No. 35 y listado de asistencia anexo No. 36.

4.1.5.2. Empresa Gisruptivo:

En esta Mentoría participaron el Ceo de la empresa Daniel Agudelo y la Consultora Liz Hernández, con el fin de revisar avances del piloto de plan de acción de las oportunidades de mercado, revisión de los objetivos vs paso a paso, las habilidades que se deben ejecutar dentro del plan de acción y los pasos a seguir.

La empresa tiene una maduración importante en su negocio, se recomienda explorar métodos que no requieran de su presencia en la operación para ser más escalables.

Se coloca como objetivo a la empresa realizar el plan de acción comercial, el cual está enfocado en convertir los servicios y productos ofrecidos por la empresa en negocios y ventas reales, encontrando el primer cliente dentro del plan de acción que lleve consigo un resultado efectivo, es decir, una venta, por lo que se dan las guías necesarias para lograr estos objetivos.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión anexo No. 37 y listado de asistencia anexo No. 38.

4.1.5.3. Empresa Hyo:



En esta Mentorías participaron el Ceo de la empresa Olivia Vélez y la consultora Liz Hernández, con el fin de realizar la revisión del plan de acción de las oportunidades de mercado, revisar el avance y solventar dudas y establecer los KPIS al plan de acción.

El plan de acción está enfocado en desarrollo de producto, se recomienda usar inteligencia artificial para hacer un estudio de mercado y búsqueda de atributo del producto, igualmente se recomienda ajustar plan de acción enfocado en la validación inmediata con experimentos en situaciones con cliente real.

La empresa HYO debe diligenciar herramientas del plan de acción y hacer las validaciones de mercado, tienen un ejercicio interesante de propuesta de valor, son técnicos y rigurosos con la metodología.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión anexo No. 39.

4.1.5.4. Empresa Onyx:

En esta Mentorías participaron con el señor Oscar Guevara y la consultora Liz Hernández, con el fin de conocer el detalle de modelo de Onyx y definir oportunidad de mercado para trabajar en plan de acción.

Se asesora en temas de retos y ejecución de oportunidades de mercado con el fin de que inicien con el plan de acción. La empresa busca liberar el producto del mercado en diciembre 2024 y tener los distribuidores como aliados de crecimiento y expansión de mercado.

Una vez se conocen los objetivos de mercadeo de la empresa, se evidencia que hay una clara oportunidad para la empresa con el lanzamiento de su nuevo producto, el cual puede ser una solución y a la vez un reto, ya que deben establecer su producto en el mercado y empezar a generar ventas, por lo que se dan los lineamientos necesarios con el fin de que identifiquen las oportunidades reales de mercado.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión anexo No. 40 y fotografía en el anexo No. 41.

4.1.5.5. Empresa Proyi:



En esta Mentoría participaron el Ceo de la empresa Kelli Posada, Edwin Fernando mesa y la consultora Liz Hernández, con el fin de hacer seguimiento al plan de acción preliminar de la oportunidad de mercado que fue seleccionada.

Se ha venido realizando mentorías a la empresa con el fin de avanzar en su plan de acción de mercado, la empresa presenta plan de acción financiero piloto para lograr la venta de sus productos y servicios, al cual se le realizan ajustes e instrucciones, ya que dentro de este plan de acción, se encuentra la propuesta comercial que se realizará al gobierno con el fin de obtener un contrato para su empresa. Además, se hace seguimiento del cierre de un negocio que la empresa se encuentra realizando a participantes de una conferencia, con el fin de supervisar si están aplicando los lineamientos enseñados para que la venta se realice exitosamente.

La empresa queda con las tareas de enviar la propuesta comercial para darle ajustes finales y realizar la primera venta para validación de oportunidades.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión anexo No. 42 y listado de asistencia anexo No. 43.

4.1.6. Mentoría participar en un programa de mentoría y/o acompañamiento personalizado para la reestructuración administrativa de la empresa que incluya procesos claros para la selección, evaluación, negociación de contratos, gestión de relaciones y supervisión del desempeño tanto de proveedores como de clientes y optimizar sus procesos operativos.

En la ruta crítica del proyecto, numeral 3.1.2., se hace referencia a la necesidad expresada por la empresa en estos términos: Participar en un programa de mentoría y/o acompañamiento personalizado para la reestructuración administrativa de la empresa que incluya procesos claros para la selección, evaluación, negociación de contratos, gestión de relaciones y supervisión del desempeño tanto de proveedores como de clientes y optimizar sus procesos operativos.

Esta Mentoría se realiza para las siguientes empresas:

- Empresa OK WEB
- Empresa Triage Soluciones

4.1.6.1. Empresa Ok web:

Esta mentoría se realiza con el señor Jhon Vélez Ceo de la empresa Ok Web y el consultor William Saavedra quien realiza de manera individual con el fin de conocer la empresa, cual ha sido su desarrollo, cuáles son sus objetivos, en qué etapa del mercado se encuentran,

entre otros aspectos, con el fin de conocer sus necesidades, debilidades y fortalezas y así poder realizar un diagnóstico administrativo que permita agilizar los procesos internos.

Una vez el consultor conoce la empresa, observa que es necesario realizar un plan administrativo y financiera que permita crecer de manera significativa a la empresa, es por esto que, con la ayuda y supervisión del consultor, se realizará y aplicará un plan que permita superar los objetivos propuestos por la empresa y avanzar en su crecimiento.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión anexo No. 44, listado de asistencia anexo No. 45 y fotografía con el empresario anexo No. 46.

4.1.6.2. Empresa Triage Soluciones:

Esta Mentoría se realiza con la señora Ana María Muñoz Ceo de la empresa Triage SAS y el consultor William Saavedra, quien realiza de manera individual con el fin de conocer la empresa, cual ha sido su desarrollo, cuáles son sus objetivos, en qué etapa del mercado se encuentran, entre otros aspectos, con el fin de conocer sus necesidades, debilidades y fortalezas y así poder realizar un diagnóstico administrativo que permita agilizar los procesos internos.

Una vez escuchada la empresa, se entiende el modelo de negocio, la parte administrativa se encuentra en cabeza de la Ceo, igual que todos los procesos financieros. Se observa que la empresa es muy pequeña y no ha logrado alcanzar sus objetivos por tanto esta mentoría fue enfocada en costos y en la parte financiera de la empresa.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión anexo No. 47, listado de asistencia anexo No. 48 y fotografía con el empresario anexo No. 49.

Para el mes de diciembre se realizaron las siguientes mentorías:

4.1.7. Mentoría diseñar y documentar un plan de acción detallado para implementar los objetivos comerciales definidos.

En la ruta crítica de la empresa, numeral 3.1.2., se hace referencia a la necesidad expresada por la empresa en estos términos: Diseñar y documentar un plan de acción detallado para implementar los objetivos comerciales definidos.

En esta oportunidad, se realiza una mentoría de cierre con cada uno de los empresarios que a la fecha de la sesión terminaron de realizar su plan de acción comercial, la consultora Liz Hernández, quien realizó seguimiento continuo a este trabajo, realiza el cierre con el entregable a cada empresa, donde se realiza el diagnóstico y se entregan las herramientas



faltantes al plan de acción para que cada una de las empresas proceda a la ejecución del plan.

La mentoría fue realizada de forma individual para las siguientes empresas, así:

- Ambientes Virtuales
- HYO
- Proyi

4.1.7.1. Ambientes Virtuales:

En esta Mentoría participaron el Ceo de la empresa Luis Alfonso Martínez y la asesora Liz Hernández, con el fin de realizar los últimos detalles al plan de acción de la empresa Ambientes Virtuales.

La Mentoría se centró en la etapa crítica de iteración y mejora del plan de acción. Después de la selección de la oportunidad de mercado en la sesión anterior, se trabajó con Ambientes Virtuales para ajustar y pulir el piloto inicial para garantizar que se alinee con las metas comerciales y las particularidades del mercado elegido.

Se evaluaron los puntos fuertes y las áreas de mejora del piloto elaborado: Se identificaron elementos clave que podrían potenciar el impacto en el mercado objetivo, desde características del producto hasta estrategias de comunicación.

Se brindaron recomendaciones prácticas para ajustar el formato del plan y optimizar su Estructura, con énfasis en claridad y priorización de acciones. Se analizaron los posibles riesgos del piloto y se propusieron estrategias para mitigarlos rápidamente, permitiendo mayor agilidad en la ejecución.

Se establecieron métricas claras para evaluar el desempeño del piloto en un marco de tiempo definido, como alcance del mercado, nivel de adopción y satisfacción de los clientes iniciales. Se acordaron los puntos de control para evaluar avances en el próximo sprint.

Posterior a esto, se realizó la última reunión de cierre en donde se revisaron y ajustaron los detalles del tercer borrador del plan para asegurar que todas las actividades estén alineadas con la generación de facturación. Se confirmaron los recursos necesarios para la implementación del plan y se validaron los tiempos de ejecución.

Se enfocaron en tres acciones clave: crear propuestas comerciales personalizadas, contactar a los prospectos más relevantes y fijar reuniones para cerrar el primer contrato. Se estableció como prioridad la generación de un primer cliente, con una facturación proyectada de 9 millones.



Se definieron KPIs claros para el seguimiento del proceso de ventas y se planificaron puntos de control a corto plazo para medir la efectividad de las acciones. Se destacó la necesidad de ajustar el enfoque rápidamente dependiendo de los resultados obtenidos.

Finalmente, se hace entrega del plan de acción al empresario, con las herramientas construidas en el proceso, con el fin de que inicie con la ejecución de las mismas.

Se evidencia lo anterior en el acta, la asistencia y fotografía como anexo 91 y el entregable del plan de acción a la empresa como anexo 92.

4.1.7.2. Proyi:

En esta Mentoría participaron el Ceo de la empresa Kelli Posada, Edwin Fernando mesa y la consultora Liz Hernández, con el fin de realizar los últimos detalles al plan de acción de la empresa Proyi.

En esta mentoría se analizó la claridad del plan en su versión piloto, destacando la necesidad de priorizar actividades más estratégicas y reducir esfuerzos en áreas de menor impacto. Se ajustaron los mensajes clave para los segmentos de mercado identificados: organizaciones grandes, pequeños negocios y personas naturales.

Se discutieron enfoques diferenciados para cada segmento de cliente:

- Organizaciones grandes: Enfoque en propuestas comerciales claras y personalizadas, presentadas directamente a través de contactos estratégicos como cámaras de comercio y clúster.
- Pequeños negocios: Refuerzo de campañas en redes sociales y contacto cercano con prospectos existentes en la base de datos.
- Personas naturales: Campañas más emocionales, aprovechando bonos de descuento y estrategias promocionales específicas.

Se priorizó la necesidad de un cronograma detallado para implementar las actividades restantes del plan. Además, se estableció un sistema de seguimiento continuo para medir el impacto de las acciones y ajustar rápidamente en caso necesario.

Finalmente, se hace entrega del plan de acción al empresario, con las herramientas construidas en el proceso, con el fin de que inicie con la ejecución de las mismas.



Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía y la asistencia como anexo 93 y el entregable del plan de acción a la empresa como anexo 94.

4.1.7.3. Hyo:

En esta Mentorías participaron el Ceo de la empresa Olivia Vélez y Herman Torres y el socio José Miguel Beltrán y la consultora Liz Hernández, con el fin de realizar los últimos detalles al plan de acción de la empresa HYO.

En esta mentoría se revisaron las tareas completadas en las primeras fases del plan, como la creación del portafolio comercial y el acercamiento inicial a clientes potenciales. Se discutieron los resultados obtenidos, identificando puntos fuertes y áreas de mejora en la estrategia actual.

Se ajustaron actividades de acercamiento a clientes, enfocándose en personalizar las propuestas comerciales según las necesidades específicas del cliente y se recomendaron mejoras en los mensajes clave y materiales promocionales para comunicar de forma más clara los beneficios del servicio.

Se establecieron métricas para evaluar el impacto del servicio, como el número de clientes contactados, tasa de respuesta y número de acuerdos cerrados. Se sugirió implementar un sistema de seguimiento más robusto para medir los resultados en tiempo real y realizar ajustes rápidos.

Finalmente, se hace entrega del plan de acción al empresario, con las herramientas construidas en el proceso, con el fin de que inicie con la ejecución de las mismas.

Se evidencia lo anterior en el acta y la asistencia como anexo 95 y el entregable del plan de acción a la empresa como anexo 96.

4.1.8. Mentoría o acompañamiento personalizado enfocado en apoyar a la empresa en implementación de estrategias tributarias y legales.

En la ruta crítica de la empresa, numeral 3.1.2., se hace referencia a la necesidad expresada por la empresa en estos términos: Participar en un programa de mentoría y/o acompañamiento personalizado para acompañar a la empresa en estrategias tributarias y legales.

En esta oportunidad, se realiza una mentoría con la empresa OnyxSoft SAS por el mentor William Saavedra con el fin de conocer la estrategia tributaria y legal de la empresa, su



estructura de precios de ventas, costos y oportunidades para establecer estrategias para ser competitivos en precios, teniendo en cuenta lo tributario y legal.

Actualmente la empresa no cuenta con estrategias tributarias, no aplican convenio de doble tributación con la CAN y la estructura de costos está en construcción para definir una estrategia que le permita ahorrar en impuestos.

La empresa tiene una proforma legal de contrato donde no determinan las condiciones tributarias del mismo, entre esas retenciones y demás.

Se establece unas tareas para una próxima sesión de mentoría, se dan tips tributarios para bajar la carga de la retención en la fuente. Adicional se revisa el tema de facturación de IVA nacional donde se emitirá un concepto una vez se envíen los pendientes por parte de la empresa como lo son: Estructura de costos de servicios, factura de venta y declaración de renta 2023.

Adicional se va a revisar la estructura de los costos ya que el CEO la tiene con una metodología, pero se cree que no es ajustada y esto no permite tener la realidad del negocio.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía y la asistencia como anexo 100.

4.1.9. Mentoría revisar y actualizar los procedimientos documentales, incluyendo políticas, procesos y registros.

En la ruta crítica de la empresa, numeral 3.1.2., se hace referencia a la necesidad expresada por la empresa en estos términos: Revisar y actualizar los procedimientos documentales, incluyendo políticas, procesos y registros.

En esta oportunidad, se realiza una mentoría con la empresa In Check SAS por el mentor Diego Velásquez con el fin de revisar cuales son los procedimientos y procesos documentales que realiza la empresa, con el fin de presentar herramientas que ayuden a la sistematización de los mismos con el fin de agilizar la operatividad de la empresa.

Se presentan diferentes plataformas como herramientas donde se puede agilizar los procesos y procedimientos con los empleados, proveedores y terceros de la empresa y al mismo tiempo garantizar que la información será protegida.

Se evidencia lo anterior en el acta y asistencia como anexo 103 y el entregable como anexo 197.

Para el mes de enero se realizaron las siguientes mentorías:



4.1.10. Participar en un programa de mentoría y/o acompañamiento personalizado para el acompañamiento en la identificación de oportunidades en nuevos mercados internacionales.

En esta oportunidad, se realiza una mentoría con la empresa Proyectos y Soluciones TI SAS, el objetivo de entender en detalle las soluciones y propuesta de valor de la empresa y poder ofrecer una mentoría para la identificación de oportunidades en mercados internacionales.

Se explica el alcance del proyecto de regalías para el fortalecimiento del sector de industrias 4.0 en Risaralda, mencionando la participación de quince empresas, incluida la de Juan Carlos Proyectos y soluciones TI.

La empresa se enfoca en la transformación digital a través del desarrollo de software a medida, trabajando con diversas entidades, incluidas microempresas y entidades del gobierno. Mediante la herramienta ayudando desarrollada para la caracterización de personas durante la pandemia, permitiendo la entrega de ayudas humanitarias de manera eficiente.

La herramienta se ha adaptado para otras secretarías, como Hacienda, para identificar establecimientos comerciales y controlar productos ilegales. Se discutió la posibilidad de explorar mercados internacionales, mencionando un intento fallido de colaboración con una entidad en Italia. Se sugiere explorar mercados de compras públicas en países como Chile, Perú y Ecuador, aprovechando los acuerdos de libre comercio. Estrategia Comercial y Certificaciones. Actualmente, la empresa no tiene un equipo comercial dedicado, pero planea establecer uno para ampliar su cobertura, cuenta con certificaciones en buenas prácticas de desarrollo de software y está en proceso de obtener más.

Se sugiere desarrollar herramientas para mapear oportunidades de negocio de manera más eficiente, mantener clientes actuales y buscar nuevas oportunidades en el segundo semestre del año.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia y entregable como anexo 104.

4.1.11. Mentoría realizar un análisis para identificar vacíos operativos y áreas de mejora.

En esta oportunidad, se realiza una mentoría con la empresa In Check Integral Solutions SAS para identificar áreas de mejoras y acompañamiento que pueda necesitar la empresa principalmente en tema comercial y de búsqueda de nuevos clientes a nivel nacional e internacional.



La empresa toma la palabra explicando que han lanzado la segunda versión de su software y está en proceso de migración de clientes actuales, la meta para 2024 era lanzar la nueva versión del software, lo cual ya han logrado. Explican a detalle el propósito del software, que ayuda a las empresas a implementar sistemas de gestión de seguridad y salud en el trabajo.

Los empresarios discuten sobre la expansión a mercados internacionales como México, Chile, y Perú, y mencionan que están en proceso de pruebas en estos mercados, colaboraciones y Alianzas. Se menciona una alianza con la empresa chilena Buk para expandir el software en Chile. El consultor sugiere explorar el Consejo Empresarial Colombiano en Perú para facilitar la entrada al mercado peruano.

Los empresarios expresan el deseo de realizar un evento de lanzamiento en Pereira similar al de Steve Jobs, buscando apoyo de universidades y medios de comunicación y se discuten la importancia de involucrar a las universidades y gremios locales para garantizar la asistencia y difusión del evento. Se menciona la posibilidad de involucrar a la alcaldía de Pereira y la Gobernación de Risaralda para obtener apoyo logístico y de difusión.

El consultor informa sobre una nueva política pública en Pereira que podría ofrecer recursos para proyectos de innovación. Se acuerda una reunión futura para revisar el plan de lanzamiento y discutir posibles colaboraciones.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia y entregable como anexo 105.

4.1.12. Mentoría y acompañamiento personalizado que incluya procesos claros para la gestión de proyectos, selección, evaluación, negociación de contratos, gestión de relaciones y supervisión del desempeño tanto de proveedores como de clientes.

Esta mentoría se realizó de manera individual para las siguientes empresas por el consultor William Saavedra:

- Ambientes Virtuales
- Delphi Analytics SAS
- Escuela Didáctica.

4.1.12.1. Ambientes Virtuales:

El objetivo de la reunión es definir estrategias para fortalecer la visibilidad y competitividad de Ambientes Virtuales Punto Com Ltda. en el mercado privado, aprovechando su experiencia en asesoría para la identificación de huella de carbono. Asimismo, identificar actores clave y oportunidades dentro del Consejo Privado de Competitividad, el índice de Competitividad Departamental y la Cámara de Comercio Verde, con el fin de posicionar la empresa en el ecosistema empresarial y ambiental a nivel nacional.



Durante la sesión se identificó que la empresa Ambientes Virtuales, ofrece, dentro de su portafolio, servicios de asesoría para la identificación de la huella de carbono. Con el objetivo de aumentar su visibilidad en el mercado de manera más rápida, se explicó la estructura del Consejo Privado de Competitividad, una estrategia nacional diseñada para fortalecer la competitividad de los departamentos del país a través del Índice de Competitividad Departamental.

Este índice incluye, entre sus indicadores internos, el número de empresas certificadas con ISO 14001, la norma internacional que regula los sistemas de gestión ambiental. En este contexto, se identificó la oportunidad de perfilar y fortalecer la propuesta de valor de la empresa en torno a la competitividad, proporcionando un argumento sólido para acceder a estrategias estatales a nivel nacional.

Durante la socialización, se presentaron los informes de competitividad del país y se identificaron los actores clave que participan en ellos, entre los que se destacan universidades, empresas y gremios. Estos actores representan canales y aliados estratégicos que pueden contribuir a la visibilización de la marca a nivel nacional. Finalmente, como compromiso, se acordó gestionar un acercamiento con la Cámara de Comercio Verde, entidad que lidera estos procesos desde el sector privado y que se alinea con la estrategia nacional en materia de sostenibilidad y competitividad.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 107.

4.1.12.2. Delphi Analytics SAS:

El objetivo de la reunión fué definir y estructurar los procesos clave para una transición efectiva de la empresa al sector privado, enfocándose en la gestión de proyectos, la selección, evaluación y negociación de contratos, así como en la optimización de las relaciones con aliados y clientes. Durante la sesión, se establecieron lineamientos claros para la implementación de estos procesos, garantizando que las decisiones estratégicas sean coherentes con las nuevas metas empresariales y alineadas con las mejores prácticas del sector. Además, se abordó la importancia del seguimiento de la relación con aliados y clientes para asegurar el cumplimiento de los indicadores, todo lo anterior implementando un pipeline de ventas estructurado que permita gestionar de manera organizada y efectiva cada etapa del proceso comercial.



En la reunión se identificó que la empresa se encuentra en una etapa de transición, pasando de atender el mercado del sector público al privado. Para lograrlo con éxito, es fundamental que la empresa, especializada en la transcripción de textos, defina una nueva estrategia y establezca un proceso de ventas enfocado en nuevos segmentos de mercado.

Un aspecto clave de este proceso es definir claramente su propuesta de valor. Además, resulta estratégico identificar actores relevantes, como la Asociación Nacional de Industriales, la Federación Nacional de Comerciantes y el gremio de la Pequeña y Mediana Empresa, entre otros, ya que estas entidades cuentan con bases de datos que reúnen a un gran número de empresarios, facilitando el acceso a clientes potenciales.

Asimismo, la implementación de un proceso organizado de atención al cliente y comercialización permitirá medir indicadores clave, como el costo de adquisición de clientes, lo que contribuirá a optimizar la estrategia de ventas. Como compromiso, El consultor se encargará de solicitar la información complementaria necesaria para desarrollar una herramienta de análisis que documente la estrategia y facilite el acercamiento al mercado objetivo. Este enfoque permitirá establecer un proceso estructurado, documentarlo y hacerle seguimiento para evaluar su impacto y realizar ajustes en función de los resultados obtenidos.

Transición de mercado: Se reconoce la necesidad de reorientar la empresa del sector público al privado, lo que implica ajustar la estrategia comercial y los procesos de ventas.

Definición de propuesta de valor: Es fundamental clarificar qué diferencia a la empresa en el mercado y cómo puede aportar valor a los nuevos clientes.

Identificación de actores clave: Se sugiere establecer alianzas con asociaciones y gremios empresariales que concentran una gran cantidad de potenciales clientes.

Proceso de atención y comercialización: La implementación de un sistema organizado permitirá medir indicadores esenciales, como el costo de adquisición de clientes.

Herramienta de análisis y documentación: Se recomienda desarrollar un mecanismo para documentar la estrategia, hacer seguimiento y evaluar su impacto en el mercado.

Compromisos: El consultor gestionará la recopilación de información clave para definir la estrategia y mejorar la aproximación a los nuevos segmentos de mercado.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 108 y entregable como Anexo 198.



4.1.12.3. Escuela Didáctica.

El objetivo de la sesión es definir procesos claros para la gestión de proyectos, selección y evaluación de proveedores, negociación de contratos, y establecer un marco para la supervisión del desempeño tanto de proveedores como de clientes, con el fin de apoyar el crecimiento y la automatización de recursos de la empresa.

Durante la reunión se abordaron temas clave para el desarrollo de la empresa Escuela Didáctica, enfocándose en la identificación de procesos críticos para el crecimiento acelerado y la optimización de recursos. Se realizó un análisis del estado actual de la empresa, destacando su transición hacia una nueva estrategia de marca y la necesidad de adoptar una estructura más ágil para responder a los desafíos del mercado. En este contexto, se propuso la implementación de la metodología SCRUM como una herramienta esencial para mejorar la gestión del tiempo y la eficiencia operativa, permitiendo un mejor aprovechamiento de los recursos en el desarrollo de proyectos. También se revisó el organigrama de la organización, ajustando roles y procesos según las distintas líneas de negocio para fomentar un crecimiento estructurado.

Otro punto central de la discusión fue la importancia de establecer un sistema claro para la selección, evaluación y negociación de contratos con proveedores y clientes, con el objetivo de fortalecer las relaciones comerciales y garantizar el cumplimiento de los acuerdos. Además, se planteó la creación de un sistema de supervisión para monitorear el desempeño tanto de proveedores como de clientes, asegurando que todas las relaciones comerciales estén alineadas con los objetivos estratégicos de la empresa.

En términos de comunicación y expansión, se resaltó la necesidad de una transformación integral en la estrategia de comunicación, abarcando desde la página web y redes sociales hasta los uniformes, las comunicaciones internas y externas, las firmas de los correos electrónicos, los fondos de escritorio, los boletines y los mensajes enviados a través de correo electrónico y WhatsApp. Se enfatizó la importancia de comunicar adecuadamente esta migración para que clientes y colaboradores comprendan los cambios y su impacto. La empresa enfrenta dos grandes retos: primero, crecer de manera organizada y orientada al logro, asegurando que la expansión se realice con una base sólida y estructurada, y segundo, consolidar su modelo de negocio basado en Software as a Service (SaaS), lo que representa una oportunidad clave para su internacionalización.

Actualmente, Escuela Didáctica atiende el mercado peruano, está en proceso de acercamiento al mercado mexicano y tiene interés en expandirse a Ecuador. Sin embargo, han identificado brechas culturales que afectan la forma de hacer negocios en cada país. Como parte de su estrategia de crecimiento, la empresa está asociada al gremio EdTech en Colombia. La apertura de nuevos mercados generará una mayor carga de trabajo para



el equipo, por lo que es fundamental definir los productos adecuados, evaluar la capacidad de producción, delegar correctamente las tareas y establecer un flujo de trabajo eficiente. Para ello, se recomienda la especialización del equipo y la optimización de procesos.

En cuanto a la estructura de negocio, se identificaron cuatro unidades clave: plataformas, virtualización, operación y el modelo SaaS. Se sugirió realizar un análisis detallado de los procesos, evaluar las capacidades del equipo, seleccionar los talentos necesarios y, en caso de existir brechas, contratar o capacitar al personal para garantizar una correcta ejecución. Como conclusión, se resaltó que la implementación de SCRUM será un pilar fundamental para la mejora organizativa. Se recomienda realizar reuniones con los líderes de cada proceso para sensibilizarlos sobre la metodología y proporcionarles herramientas prácticas en liderazgo e identificación de problemas. Esto permitirá una adopción efectiva del enfoque ágil y una mejora significativa en la gestión de proyectos dentro de la empresa.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 109 y entregable como Anexo 199.

4.1.13. Mentoría para diseñar y documentar un plan de acción detallado para implementar los objetivos comerciales definidos.

Mentoría realizada de forma individual para las siguientes empresas:

- Gisruptivo
- Delphi Analytics Sas
- Onyxsoft Sas

4.1.13.1. Gisruptivo:

Mentoría realizada para la empresa Gisruptivo por la consultora Liz Hernández, el objetivo de la sesión es diseñar y documentar un plan de acción detallado que permita la implementación efectiva de los objetivos comerciales definidos previamente, asegurando que todas las actividades estén alineadas con las metas estratégicas de la empresa.

Daniel Agudelo, Ceo de la empresa presentó la versión 14 del dispositivo BroCapScan, destacando las iteraciones realizadas para mejorar la seguridad, eficiencia y portabilidad del producto que ofrece. Se propuso finalizar la versión 15 con ajustes específicos, como la incorporación de una pinza adicional para mayor funcionalidad.

Se identificaron caficultores medianos y grandes como segmento inicial. Se propuso visitar fincas locales y realizar demostraciones prácticas del producto como estrategia de validación precomercial.



Se definieron acciones para recolectar feedback genuino y evaluar el interés real de los posibles compradores.

La consultora propone realizar el siguiente plan comercial:

- Establecer metas claras: vender los primeros 20 dispositivos en el primer mes.
- Crear un esquema de validación basado en funcionalidad y disposición de pago de los caficultores.
- Ajuste del precio inicial a \$55,000 COP por unidad, teniendo en cuenta los costos actuales de producción mediante impresión 3D.
- Discusión sobre la viabilidad de utilizar inyección de plástico para futuras producciones masivas y reducir costos unitarios.
- Lograr ventas en 100 fincas diferentes como validación extendida.
- Explorar alianzas estratégicas con federaciones y comités de cafeteros para incrementar alcance.
- Visitas a fincas locales: La interacción directa permite generar confianza y demostrar en tiempo real la funcionalidad del producto. Organizar una agenda clara de visitas priorizando fincas con alto potencial de compra.
- Realizar pruebas en campo con caficultores claves como embajadores iniciales del producto, utilizando testimonios para aumentar la credibilidad y promover el boca a boca.
- Incorporar estrategias digitales para ampliar el alcance
- Publicar videos y guías sobre cómo BroCapScan puede mejorar los procesos de control en cultivos de café.
- Aprovechar comunidades en Facebook y WhatsApp para contactar caficultores interesados y generar conversaciones sobre la innovación en el control de broca.
- Realizar una validación precomercial con las primeras 20 ventas ayudará a identificar los argumentos más efectivos para cerrar ventas, las objeciones más comunes de los clientes y posibles mejoras en la experiencia del comprador.

Se evidencia lo anterior en el acta, asistencia, fotografía y entregable como anexo 113.

4.1.13.2. Delphi Analytics Sas

Mentoría realizada para la empresa Delphi Analytics sas por la consultora Liz Hernández, el objetivo de la sesión es diseñar y documentar un plan de acción detallado que permita la implementación efectiva de los objetivos comerciales definidos previamente, asegurando que todas las actividades estén alineadas con las metas estratégicas de la empresa

La reunión se desarrolló con base a:

a. Estado del mercado:

- 95% de la facturación sigue dependiendo del sector público central.



- Se busca diversificar ingresos con clientes privados y gremios empresariales.
- b. Estrategia de diversificación:
 - Se ha desarrollado una versión "light" del software para atraer nuevos clientes.
 - El precio del producto se ajustó para ser más competitivo en el mercado privado.
- c. Metas de crecimiento para 2025:
 - Llegar a 40 clientes nuevos, incluyendo entidades públicas y privadas.
 - Expansión en el sector gremial con alianzas estratégicas.
 - Posible incursión en mercados internacionales.
- d. Definición de hitos a corto plazo:
 - Cerrar al menos un cliente en febrero.
 - Obtener aprobación de un gremio para circular la información del producto entre sus afiliados.
 - Concertar al menos cinco reuniones con consejos municipales para presentar la solución.
- e. Estrategias clave para la expansión:
 - Conseguir reuniones con líderes de gremios empresariales (ANDI, Confecámaras, Fenalco).
 - Gestionar alianzas con Asocapitales para acceder a consejos municipales.
 - Contactar al presidente de Andesco (Camilo Sánchez) para facilitar la entrada al Consejo Gremial.

La sesión estuvo bien estructurada y alineada con los objetivos comerciales. Se logró definir estrategias concretas y acciones específicas para alcanzar la meta de 40 contratos nuevos en el año. Sin embargo, se pudo haber dedicado más tiempo a la definición de métricas de seguimiento para evaluar el avance de cada estrategia.

Hubo una interacción fluida entre los participantes, especialmente entre Daniel Giraldo y Liz Hernández, quienes trabajaron conjuntamente en la identificación de oportunidades y retos. La sesión permitió establecer compromisos claros, aunque en algunos momentos se desviaron a conversaciones informales que pudieron haber reducido la eficiencia del tiempo disponible.

La consultora realiza informe final con el entregable del plan de acción a ejecutar y todos los lineamientos.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 118.

4.1.13.3. Onyxsoft SAS.

Mentoría realizada para la empresa Onyxsoft SAS por la consultora Liz Hernández, el objetivo de la sesión es diseñar y documentar un plan de acción detallado que permita la



implementación efectiva de los objetivos comerciales definidos previamente, asegurando que todas las actividades estén alineadas con las metas estratégicas de la empresa.

La reunión se desarrolló con base a:

a. Definición de objetivos concretos:

- Lograr que 120 empresas utilicen alguna solución del portafolio para finales de noviembre de 2025.
- Contactar a 400 empresas potenciales y asegurar el compromiso de algunos distribuidores para alcanzar esta meta.

b. Estrategias para distribuidores:

- Crear una campaña de marketing para mantener a los distribuidores comprometidos con el producto, compartiendo avances e información exclusiva para fortalecer la relación.
- Implementar un sistema de incentivos para los distribuidores que logren los mejores resultados en ventas durante las semanas previas y posteriores al lanzamiento.

c. Progreso en el desarrollo del producto:

- Se discutió la importancia de que el producto sea completamente funcional antes del 1 de septiembre, incluyendo la capacidad de otorgar licencias y activar módulos adquiridos de manera autónoma.
- Mantener la estrategia comercial alineada con el desarrollo técnico mediante evaluaciones regulares.

d. Embudo de captación de empresas:

- Diseñar un pre lanzamiento con un enfoque en FOMO (Fear of Missing Out) para captar datos de empresas interesadas antes del lanzamiento oficial.
- Incluir una segmentación por mercados prioritarios, adaptando mensajes según las características de cada país.

Si bien se plantearon nuevas metas y estrategias, se observó que algunos compromisos del equipo en reuniones anteriores no fueron revisados a profundidad durante esta sesión. Es importante incorporar un espacio dedicado a evaluar avances específicos de tareas previas para garantizar continuidad y evitar rezagos.

Aunque se discutieron varias estrategias para alcanzar los objetivos comerciales, algunas propuestas no fueron priorizadas claramente. Esto puede llevar a una dispersión de esfuerzos. Un análisis conjunto para determinar las tareas más críticas asegurará un uso más eficiente de los recursos.



Aunque se abordaron ideas para mantener activos a los distribuidores, no se discutieron posibles incentivos a largo plazo que puedan convertirlos en embajadores sólidos del producto. Incluir un enfoque de fidelización para distribuidores en la estrategia general es clave para garantizar su compromiso sostenido.

La documentación de los acuerdos y tareas discutidas durante la sesión puede mejorarse. Detallar con precisión las responsabilidades, plazos y métricas de éxito permitirá un seguimiento más claro y organizado en próximas reuniones.

La consultora realiza informe final con el entregable del plan de acción a ejecutar y todos los lineamientos.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 119.

4.1.14. Mentoría para capacitar al equipo de trabajo en metodologías como Design Thinking, Lean Start UP, Agile e Innovación abierta para mejorar la capacidad de innovación de la empresa y aumentar su competitividad en el mercado.

Mentoría realizada de forma individual para las siguientes empresas:

- Ambientes Virtuales.
- Edentia
- Hyo
- Proyectos y Soluciones TI
- Datosfera

4.1.14.1. Ambientes virtuales:

Mentoría realizada para la empresa Ambientes virtuales por la consultora Liz Hernández, Capacitar al equipo de trabajo en el uso de metodologías como Design Thinking, Lean Startup, Agile e Innovación Abierta, con el propósito de:

1. Fortalecer la capacidad de innovación: Brindar herramientas prácticas y conceptuales que permitan al equipo identificar y resolver problemas de manera creativa y estructurada.
2. Impulsar la competitividad: Aplicar estas metodologías para desarrollar soluciones innovadoras que diferencien a la empresa en el mercado y satisfagan las necesidades cambiantes de los clientes.
3. Promover la agilidad organizacional: Introducir enfoques interactivos y colaborativos que optimicen los procesos internos, reducen el tiempo de respuesta y mejoren la capacidad de adaptación al entorno competitivo.



Se realiza una contextualización sobre innovación y creatividad, Innovación no solo tecnológica, sino en procesos, productos y modelos de negocio, la importancia de comprender y abordar las necesidades reales de los clientes, Introducción de garantías extendidas y servicios adicionales como respaldo postventa, creación de experiencias de usuario fluidas y confiables, garantizando entregas anticipadas.

Se explica como el usar el Design Thinking para analizar las necesidades de los clientes y el desarrollo de una metodología práctica para solucionar problemas reales y agregar valor, se debe crear una propuesta comercial inicial clara y específica, incluyendo términos, condiciones y garantías.

Es clave garantizar que cada canal de comunicación, ya sea digital o presencial, cuente con un mensaje coherente y alineado a los valores del negocio. Optimizar los canales digitales con información clara y segmentada permitirá una experiencia más fluida para los clientes, mejorando su percepción y facilitando el proceso de venta.

Se explican las Estrategias de cross-selling y upselling, se debe aprovechar cada interacción con el cliente para identificar oportunidades de ventas complementarias. Por ejemplo, ofrecer servicios adicionales, como asesoría extendida o paquetes de seguimiento, puede incrementar tanto el valor del ticket promedio como la percepción de valor agregado.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 114.

4.1.14.2. Edentia:

Mentoría realizada para la empresa Edentia por la consultora Liz Hernández, Capacitar al equipo de trabajo en el uso de metodologías como Design Thinking, Lean Startup, Agile e Innovación Abierta, con el propósito de:

1. Incrementar la capacidad de innovación: Dotar al equipo de herramientas y enfoques que les permitan identificar problemas, generar soluciones creativas y desarrollar proyectos innovadores de manera estructurada.
2. Fomentar la competitividad en el mercado: Aplicar las metodologías aprendidas para diferenciar a la empresa y responder a las demandas cambiantes del mercado de manera ágil y efectiva.
3. Promover la colaboración y el trabajo interdisciplinario: Crear un entorno de trabajo que facilite la co-creación y el intercambio de ideas entre los miembros del equipo, impulsando proyectos innovadores en todas las áreas de la empresa.



4. Asegurar la sostenibilidad del proceso de innovación: Introducir prácticas que permitan implementar un enfoque de mejora continua y adaptación en los procesos y productos de la empresa.

La consultora Liz Hernández presentó el alcance de la asesoría y Leonardo Ordoñez como Ceo de la empresa, compartió información sobre las líneas de negocio actuales de Edentia, resaltando inteligencia artificial y realidad aumentada como áreas clave.

Se discutió cómo empatizar con los clientes y prototipar soluciones basadas en sus necesidades (Design Thinking). Lean Startup: Validar ideas de negocio antes de invertir recursos significativos.

Se analizaron las diferencias entre los mercados internacionales y nacionales y se discutió la posibilidad de adaptar productos existentes para corporativos en el país.

Se asesora sobre la creación de un prototipo por la empresa adaptado a las necesidades de los corporativos para presentar en Starco (Medellín).

Es clave actualizar y optimizar la página web para reflejar profesionalismo y credibilidad, asegurando que esté bien posicionada en motores de búsqueda. Esto permitirá que los clientes potenciales encuentren fácilmente información clara y relevante sobre Edentia, facilitando la conversión de prospectos.

Se recomienda integrar testimonios de clientes y casos de éxito en el sitio web para reforzar la confianza y destacar la experiencia de la empresa en soluciones tecnológicas avanzadas. Clasificar a los prospectos en segmentos claros: pequeñas, medianas y grandes empresas, adaptando el mensaje comercial a los intereses y necesidades particulares de cada grupo, Implementar un sistema de seguimiento automatizado (CRM) que permita gestionar interacciones con clientes de manera eficiente, asegurando un contacto constante y oportuno.

Se sugiere implementar métricas clave en cada canal para evaluar su efectividad, como:

- **Página web:** Tráfico, tiempo en página y consultas realizadas.
- **LinkedIn:** Interacciones por publicación, alcance y generación de leads.
- **Eventos:** Número de contactos generados, reuniones programadas y conversiones posteriores.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 115.



4.1.14.3. Hyo:

Mentoría realizada para la empresa Hyo por la consultora Liz Hernández, Capacitar al equipo de trabajo en el uso de metodologías como Design Thinking, Lean Startup, Agile e Innovación Abierta, con el propósito de:

1. Fortalecer la capacidad de innovación: Proveen herramientas y enfoques que permitan al equipo identificar oportunidades, resolver problemas de manera creativa y desarrollar soluciones que se adapten a las necesidades del mercado.
2. Aumentar la competitividad empresarial: Fomentar la aplicación de procesos innovadores que diferencien a la empresa frente a sus competidores, maximizando la eficiencia y la propuesta de valor.
3. Impulsar la colaboración interdisciplinaria: Promover un entorno de trabajo dinámico y colaborativo, donde las metodologías aprendidas faciliten la co-creación de ideas y soluciones innovadoras.
4. Garantizar la sostenibilidad del cambio: Introducir una base metodológica que permita a la empresa adoptar prácticas de innovación de manera continua y sistemática.

Se discutieron ejemplos prácticos de cómo otras industrias aplican soluciones existentes en contextos nuevos, generando innovación. Se aclaró que la innovación no siempre implica productos nuevos, sino también modelos de negocio y estrategias.

Se identificaron etapas clave como empatizar, definir, idear y prototipar, reconociendo cómo ya se aplican estas prácticas en la empresa (Design Thinking). Se resaltó la importancia de construir, medir y aprender rápidamente a través de experimentos para validar hipótesis de mercado y se destacaron las ventajas de iterar en ciclos cortos y colaborar con terceros para enriquecer las soluciones.

Los principales desafíos están relacionados con la disponibilidad de recursos humanos y financieros para avanzar en el desarrollo del prototipo. Se exploraron métodos para liberar tiempo y capacidades, como la contratación temporal o modelos de remuneración diferida.

Se propuso estructurar un documento que detalle pasos, responsables y métricas para cada etapa del plan de acción y se discutieron posibles ajustes al modelo operativo para priorizar la comercialización de ModOne.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 116.



4.1.14.4. Proyectos y Soluciones TI:

Mentoría realizada para la empresa Proyectos y Soluciones TI por la consultora Liz Hernández, para capacitar al equipo de trabajo en el uso de metodologías como Design Thinking, Lean Startup, Agile e Innovación Abierta, en la cual se ejecutaron los siguientes temas:

a. Revisión del modelo de negocio actual:

- La empresa opera principalmente con clientes del sector gobierno (70% de ingresos) y tiene una dependencia significativa de contratos con la Gobernación de Risaralda.
- El producto estrella es el software "Ayudando, " que ha generado soluciones derivadas para la caracterización de personas y gestión de riesgos.

b. Discusión sobre diversificación de clientes:

- Se analizaron oportunidades de aplicar el software en sectores privados como fundaciones y empresas medianas o grandes.
- Se propuso explorar nichos como la salud (IPS) y grandes corporaciones interesadas en caracterización de clientes, como Nutresa o Bavaria.
- Propuesta de innovación en procesos y modelo de negocio:
- Evaluar la creación de un programa de referidos estructurado que incentive a terceros a conectar a la empresa con nuevos clientes potenciales.
- Considerar un modelo de negocio tipo Software as a Service (SaaS) para ofrecer soluciones más accesibles y escalables a pequeñas empresas o entidades no gubernamentales.

c. Identificación de limitaciones actuales:

- Dependencia en la contratación pública y los desafíos de tiempo asociados a los procesos administrativos del gobierno.
- Necesidad de mejorar la propuesta de valor para clientes privados, demostrando un retorno tangible de la inversión.

El equipo mostró interés y disposición para aprender las metodologías propuestas, con aportes relevantes durante las discusiones. Sin embargo, en algunos momentos, las intervenciones se centraron más en problemas específicos de proyectos actuales que en la aplicación general de las herramientas, lo que podría haberse equilibrado mejor.



Si bien la sesión permitió identificar ideas interesantes, se observó la falta de un marco estratégico claro para priorizar y estructurar dichas ideas. Esto sugiere que el equipo necesita un enfoque más definido para traducir la innovación en acciones concretas y medibles.

La sesión tuvo un ritmo dinámico, pero algunos temas clave, como la exploración del modelo SaaS o las estrategias de diversificación, no se discutieron con suficiente profundidad.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 120.

4.1.14.5. Datosfera SAS

Mentoría realizada para la empresa Datosfera SAS por la consultora Liz Hernández, para capacitar al equipo de trabajo en el uso de metodologías como Design Thinking, Lean Startup, Agile e Innovación Abierta, en la cual se ejecutaron los siguientes temas:

Análisis de la empresa: Datosfera SAS tiene 14 años en el mercado. Sus líneas de negocio son:

- Infraestructura digital (hosting, servidores, dominios, correos).
- Diseño y desarrollo web (sitios corporativos, tiendas virtuales, intranets).
- Generación de contenido (redes sociales, administración de páginas).

El servicio de infraestructura genera la mayor utilidad con menos esfuerzo.

- Se aplicó un cuestionario de oportunidades de mercado e innovación.
- Se destacaron tendencias clave:
- Se identificó la oportunidad de incorporar IA en:
- Atención al cliente mediante agentes virtuales y automatización.
- Tiendas virtuales con inteligencia artificial aplicada al e-commerce.
- Se decidió trabajar en una innovación incremental.

Se establecieron dos opciones:

1. Implementación de IA en tiendas virtuales para optimización de procesos.
2. Desarrollo de un sistema de atención al cliente basado en IA.

Claridad en la dirección estratégica: Se identificó una transición en la empresa hacia la infraestructura digital como negocio principal, dejando de lado otros servicios que demandan más esfuerzo y menos rentabilidad.



Innovación enfocada en rentabilidad: La elección de desarrollar una solución de IA para atención al cliente responde a la necesidad de automatización y generación de ingresos con menos esfuerzo operativo.

Antes de la ejecución del producto, se acordó realizar un benchmarking de soluciones existentes para garantizar una diferenciación competitiva.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 121.

Para el mes de Febrero se realizaron las siguientes mentorías:

4.1.15. Participar en un programa de mentoría y/o acompañamiento personalizado para asesorar al equipo en el diseño de una estrategia de innovación.

Esta Mentoría fue orientada por Liz Hernández para las empresas Ambientes Virtuales, Hyo, Proyi, Ok Web, Datosfera y Edentia de forma individual.

4.1.15.1. Ambientes virtuales:

Se realiza mentoría y acompañamiento personalizado para asesorar el equipo de trabajo de la empresa Ambientes Virtuales en el diseño de una estrategia de innovación.

En el desarrollo de la reunión la consultora procede a exponer los resultados del telemarketing así:

- o Las empresas ya cuentan con profesionales que gestionan la huella de carbono, reduciendo la demanda del servicio externo.
- o No hay obligatoriedad en el registro de huella de carbono, lo que disminuye la urgencia por contratar estos servicios.
- o FENALCO ofrece una certificación no oficial, lo que genera confusión en el mercado.

En cuanto a la Propuesta de innovación:

- o Se exploraron modelos de negocio disruptivos para generar ingresos rápidos
- o Plataforma de compensación de huella de carbono.
- o Certificación express para PYMEs.
- o Programas de educación con beneficios tributarios. Se definió un modelo híbrido llamado EcoCertified, que combina certificación rápida, formación y uso de tecnología.

Acciones a seguir:



- o Optimizar la propuesta comercial para hacerla más atractiva y de fácil acceso.
- o Identificar incentivos fiscales que puedan motivar a las empresas a contratar el servicio.
- o Contactar a la Universidad Libre para validar su interés y necesidad real.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 122.

4.1.15.2. Hyo:

Se realiza mentoría a la empresa Hyo para brindar acompañamiento personalizado al equipo de HYO en el diseño de una estrategia de innovación, con el fin de optimizar sus procesos internos, mejorar la gestión del tiempo y fortalecer la estructura organizativa de sus unidades de negocio. A través de una metodología participativa, se busca identificar oportunidades de innovación aplicables, definir acciones concretas para su implementación y establecer un plan de seguimiento que garantice la mejora continua dentro de la empresa.

Se han identificado tres unidades de negocio en HYO:

- o Infraestructura de servidores: Implementación en AWS con certificación.
- o Software Factory: Desarrollo de software a medida con metodologías innovadoras (BPMN y mapas de flujo de usuario).
- o Moss One: Producto estrella de la empresa, con foco en facturación electrónica.

Se evidencia una falta de procesos estandarizados en la prestación del servicio y una deficiencia en la gestión de tareas y seguimiento de proyectos. Se sugiere Implementar una herramienta de gestión del tiempo basada en prioridades (se sugiere el uso de Jira), Innovación en procesos para optimizar el flujo de trabajo y mejorar la productividad y realizar una sesión de ideación en la próxima reunión para mejorar Moz One con un enfoque innovador.

La Empresa mostró un alto nivel de interés y compromiso con la sesión. Se identificaron problemas clave en la gestión del tiempo, el seguimiento de tareas y la eficiencia operativa. Aunque hubo una buena disposición para reconocer áreas de mejora, en algunos casos la conversación se centró más en el diagnóstico que en la búsqueda inmediata de soluciones, lo que requirió intervención para redirigir la discusión.

Se logró un consenso sobre la importancia de priorizar la innovación en Moz One, así como la necesidad de mejorar los procesos de gestión interna. Sin embargo, la formalización de tareas y responsabilidades no se dio de manera espontánea y requirió un esfuerzo adicional para concretar compromisos específicos.

Aunque se discutieron herramientas como Jira y Trello para la gestión de tareas, no se estableció de inmediato una estrategia clara para su implementación. Se requiere un



seguimiento más estructurado para garantizar que las mejoras propuestas se lleven a cabo de manera efectiva

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 124.

4.1.15.3. Proyi:

Se realiza mentoría a la empresa Proyi con el fin de discutir sobre si el proyecto se orienta a innovación en procesos, servicios, productos o modelos de negocio, la evaluación de modelos de monetización y distribución del servicio y planificación para la implementación del agente en diferentes plataformas y modelos de prueba.

En la sesión realizada se definió que la innovación del proyecto no está en el producto (agente de IA) sino en la manera en que se entrega el servicio concluyendo que el foco debe estar en innovación de servicio más que en modelo de negocio o procesos internos.

Se debatieron dos enfoques:

1. Captación directa de clientes finales: Instalación del agente en pequeñas empresas y negocios individuales.
2. Canales de distribución a través de agencias: Utilizar intermediarios para llegar a más clientes de forma masiva.

La consultora sugirió que, en lugar de centrarse en validar con un solo cliente, es más eficiente probar con varios a través de intermediarios.

La empresa propuso que el agente se instale primero en la página de ProjectBot para evaluar su efectividad antes de expandirlo. Se destacó la importancia de que el servicio sea fácil de integrar y configurar para las empresas interesadas, mencionando que la estrategia de marketing podría incluir un "Powered by ProjectBot" para generar mayor reconocimiento.

Se acordó que el cobro debe realizarse directamente al usuario final, mientras que las agencias recibirían una comisión por referir clientes, discutiendo cómo estructurar el sistema de pagos para que la agencia facilite la venta sin ser el punto de pago principal. Se planteó la necesidad de establecer pruebas piloto con aliados cercanos antes de expandirse al mercado general.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 125.

4.1.15.4. Ok Web:

Se realiza mentoría a la empresa Ok Web con el fin de brindar mentoría y acompañamiento personalizado al equipo para diseñar una estrategia de innovación alineada con los



objetivos del negocio, identificando oportunidades, metodologías y acciones concretas que permitan optimizar procesos, mejorar la propuesta de valor y generar un impacto sostenible en el mercado.

Se realiza una evaluación a la empresa Ok Web, encontrando que la empresa ha sobrevivido 14 años, pero presenta problemas de seguimiento a clientes y rentabilidad. Se identificó la necesidad de estructurar mejor la oferta de valor y comunicarla adecuadamente a los clientes, explicando metodologías como Design Thinking y Lean Startup para aplicarlas en la empresa. Se propuso fortalecer el clúster Novitas como una estrategia de relacionamiento y generación de negocios.

Se identificó que la empresa dedica poco tiempo a la parte más rentable del negocio, por lo que se recomienda enfocarse en las actividades que generan ingresos y dejar de dispersarse en múltiples proyectos sin retorno financiero.

Se recomienda por la consultora:

- o Eliminar o delegar actividades de bajo impacto.
- o Enfocar recursos en los proyectos más rentables mediante un análisis costo-beneficio.
- o Implementar una metodología de gestión del tiempo para maximizar la eficiencia en tareas estratégicas.

Optimización de Rentabilidad y Modelo de Negocio

o La empresa necesita una estructura de costos más eficiente y un modelo de monetización claro.

o Acciones recomendadas:

- o Definir fuentes de ingresos escalables y sostenibles.
- o Reducir costos innecesarios sin afectar la propuesta de valor.
- o Implementar una estrategia de precios competitiva alineada con el valor percibido por el cliente.

3. Seguimiento y Fidelización de Clientes

o Actualmente, existe una brecha en la comunicación y seguimiento con clientes, lo que afecta la recurrencia y lealtad.

Se sugiere Crear un sistema automatizado de seguimiento y retención (CRM u otro software) y desarrollar estrategias de fidelización, como programas de beneficios o servicios adicionales.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 128.

4.1.15.5. Datosfera:



Se realiza mentoría a la empresa Datosfera con el fin de brindar acompañamiento y asesoría personalizada al equipo para diseñar y ejecutar una estrategia de innovación, mediante la estructuración de procesos, identificación de oportunidades en el mercado, implementación de soluciones tecnológicas y establecimiento de un modelo de negocio viable, con el fin de mejorar la eficiencia, escalabilidad y competitividad del proyecto.

La sesión se llevó a cabo de la siguiente manera:

a. Infraestructura y avances técnicos:

- Se logró un 100% de funcionalidad en la infraestructura, incluyendo servidores y sistemas de automatización.
- Se implementó una solución de monitoreo en tiempo real con alertas automáticas mediante Telegram.
- Se utilizó software OpenSource para optimizar costos sin sacrificar calidad y rendimiento.

b. Análisis del mercado y monetización:

- Se estudiaron modelos de negocio exitosos en inteligencia artificial y automatización de servicio al cliente.
- Se analizaron diferentes formas de cobro, incluyendo suscripciones, consumo por transacción y modelos híbridos.
- Se identificó una estrategia de pricing basada en una relación costo-eficiencia, diferenciándose del mercado por el valor agregado en soporte y servicio.

• Desarrollo del producto y validación:

- Se presentó una versión inicial del producto con integración a múltiples canales de comunicación (WhatsApp, Telegram, Instagram).
- Se estableció un cronograma para completar el MVP (Producto Mínimo Viable) en los próximos 7 días.
- Se estructuró una estrategia para la primera prueba con clientes reales y la validación del modelo de negocio.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 148.

4.1.15.6. Edentia:

Se realiza mentoría a la empresa Edentia con el fin de participar en un programa de mentoría y/o acompañamiento personalizado para asesorar al equipo en el diseño de una estrategia de innovación

La sesión se llevó a cabo de la siguiente manera:

a. Innovación y Transformación Digital



- Se identificó que muchas empresas presentan "mucho discurso y poca ejecución".
- Se enfatizó en la necesidad de metodologías claras para implementar inteligencia artificial y automatización.
- Se discutió la resistencia al cambio por parte de los equipos internos.

b. Sostenibilidad y Cumplimiento Normativo

- Las empresas enfrentan desafíos en la medición de impacto ambiental.
- Se identificaron tres retos clave: monitoreo de consumo energético, trazabilidad en cadenas de suministro y automatización de reportes de sostenibilidad.
- Se propuso la implementación de inteligencia artificial para optimizar estos procesos.

c. Fomento de la Creatividad e Innovación en Empresas

- Se identificaron barreras internas como burocracia y falta de metodologías para estructurar la innovación.
- Se sugirió la creación de laboratorios de innovación y sesiones de co-creación.
- Se propuso el uso de asistentes virtuales para formación en nuevas tecnologías.

d. Conexión con Startups y Ecosistemas de Innovación

- Se destacó la dificultad de las grandes empresas para trabajar con startups debido a procesos burocráticos.
- Se propuso un modelo de colaboración con pagos y validaciones rápidas para facilitar la integración.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 149.

4.1.16. Participar en un programa de mentoría y/o acompañamiento personalizado para el acompañamiento en la identificación de oportunidades en nuevos mercados internacionales.

Esta Mentoría fue orientada por Eduardo Sánchez para la empresa Delphi Analytics SAS con el fin de discutir sobre la estrategia de internacionalización de la empresa, enfocándose en la promoción en mercados latinoamericanos y la importancia de establecer conexiones efectivas. También para abordar oportunidades en ferias y eventos organizados para facilitar la entrada a nuevos mercados.

La empresa Delphi Analytics expresó su optimismo a pesar de las dificultades del entorno actual indicando que los meses de enero, febrero y marzo son cruciales para la facturación, ya que por su actividad es en estos meses es cuando se cierra la mayoría de contratos, para la facturación del año representando el 98% de los ingresos.



Se discutió la compra del 100% de la compañía por parte de Daniel y su enfoque en la internacionalización, especialmente en el sector público.

El consultor planteó la necesidad de entender la estrategia de internacionalización de la empresa y cómo se puede agregar valor desde el proyecto en el que están involucrados.

La empresa ha desarrollado productos más enfocados y el mercado latinoamericano es una gran oportunidad debido a similitudes culturales y políticas con Colombia.

Se discutieron los productos que han desarrollado, incluyendo una versión "Lite" para consejos de asambleas y un producto para juntas directivas, que se está ofreciendo a empresas como Bancolombia y Grupo Sura, teniendo como meta alcanzar 40 empresas del sector privado facturando mensualmente lo que le permitiría mantener la empresa sin necesidad de vender en exceso.

El consultor sugiere explorar el tema de compras públicas en otros países de América Latina, mencionando la importancia de los acuerdos comerciales que permiten a las empresas colombianas participar en procesos de compras en el extranjero.

Se mencionó la importancia de las cámaras de comercio binacionales y la posibilidad de conectarse con consejos empresariales en Perú.

El consultor destacó la importancia de participar en la Macro rueda de Pro Colombia en Cali, programada para julio, como una oportunidad para conectar con empresarios y compradores internacionales.

Finalmente, la reunión se centró en la estrategia de internacionalización de la empresa, la importancia de las compras públicas y la necesidad de establecer conexiones en mercados clave como Perú y México.

Se acordó un seguimiento para explorar oportunidades y definir un plan de acción claro para avanzar en la internacionalización.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 123.

4.1.17. Capacitar al equipo de trabajo en metodologías como: Design Thinking, Lean Start UP, Agile e Innovación abierta para mejorar la capacidad de innovación de la empresa y aumentar su competitividad en el mercado.

Mentoría Realizada por la consultora Liz Hernández para la empresa Proyi, con el fin de dar a la empresa las metodologías necesarias para mejorar la capacidad de innovación de la empresa.

Innovación en Proyi Bot como diferenciación del producto en el mercado:

o Proyi Bot permite a cualquier empresa integrar inteligencia artificial en su sitio web sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados. Se diferencia de la competencia al no



pretender emular una conversación humana, sino ofrecer un asistente digital eficiente y adaptable.

o Su propuesta de valor se basa en la facilidad de integración y personalización según las necesidades del negocio.

Estrategia de Adquisición de Clientes

o Se discutieron dos enfoques principales para la comercialización del producto:

o Venta directa a empresas.

o Alianzas con agencias digitales para que ofrezcan Proyi Bot como parte de sus servicios.

o Se concluyó que, a corto plazo, la estrategia de agencias es la más eficiente, dado que estas ya cuentan con una base de clientes establecida.

Modelo de Negocio y Monetización

o Se definieron tres planes de suscripción con límites de interacción:

o Plan Básico – Para pequeñas empresas con bajo tráfico.

o Plan Intermedio – Para empresas con tráfico medio.

o Plan Avanzado – Para empresas con alto volumen de interacciones.

o Se propuso una opción de pago por uso en la que los clientes recargan créditos según su consumo.

o Se destacó la importancia de establecer un precio inicial accesible para fomentar la adopción del producto.

a. Diferenciación del producto:

Se identificó la necesidad de comunicar claramente cómo Proyi Bot se distingue de otras soluciones del mercado. Enfatizar la facilidad de integración y personalización será clave para captar clientes.

b. Estrategia comercial escalable:

La opción de trabajar con agencias presenta ventajas estratégicas para la adopción del producto, pero debe complementarse con herramientas que faciliten la venta directa en el futuro.

c. Flexibilidad en monetización:

Ofrecer múltiples opciones de pago (suscripción y pago por uso) permitirá que el producto se adapte a diferentes tipos de clientes y necesidades.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 135.

4.1.18. Documentar los procesos de gestión proyecto, proveedores y clientes (selección, evaluación, negociación, gestión de relaciones y supervisión), según las experiencias previas.

Mentoría realizada por el consultor William Saavedra para las empresas Ambientes Virtuales, escuela didáctica y Delphi analytics SAS de forma individual así:



4.1.18.1. Ambientes Virtuales:

Se realiza mentoría con el fin de realizar una revisión de los procesos haciendo principal énfasis en la importancia de establecer un embudo de ventas para lograr la conexión real con el mercado de establecer también cómo se presta el servicio cuáles son los entregables cuál es el tiempo y cuál es el costeo de cada una de las ofertas que presenta la empresa a sus clientes.

Durante la reunión se indagó sobre cuáles son los procesos que la empresa tiene implementados, cómo están organizados, cuál es la estructura organizacional a quien hace el espíritu del equipo de trabajo y cómo realizan la contratación porque todo hace parte de la importancia de poder tener en el radar todas las capacidades técnicas y operativas de la empresa para así poder ponerlas a disposición de la estrategia de mercadeo.

Con lo anterior se pretende organizar a las personas y a las estrategias para lograr los objetivos establecidos por la organización. Dentro de estos acuerdos se establece articulación con la Cámara de Comercio verde se comparte su portafolio su contacto de servicio y se invita al boot Camp que se realizará el próximo viernes es importante que para lograr la escalabilidad de la organización se envíe la información completa se tengan en cuenta los procesos y principalmente se establezca cómo va a ser la relación con los aliados estratégicos que van a prestar el servicio.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 126.

4.1.18.2. Escuela Didáctica:

Se realiza mentoría con el fin de fortalecer el liderazgo y optimizar la gestión en Escuela Didáctica mediante la implementación del marco de trabajo SCRUM, con el fin de mejorar la comunicación, la toma de decisiones y la eficiencia operativa. Se buscó alinear estrategias para la gestión de clientes y proveedores, definir un plan de expansión internacional, potenciar el desarrollo profesional del equipo y establecer un plan de acción con indicadores clave de seguimiento para asegurar el éxito de la transformación ágil en la organización

Se identificaron desafíos en la comunicación, la toma de decisiones y la eficiencia operativa dentro de la organización. Asimismo, se resaltaron oportunidades para optimizar procesos, fortalecer la colaboración y potenciar el talento del equipo.

Se explicó el marco de trabajo SCRUM como una metodología ágil para mejorar la gestión. Se definieron sus principios fundamentales: iteración, transparencia y adaptabilidad. Se detalló el ciclo de planificación, ejecución, revisión y adaptación, junto con herramientas



clave como Sprints, Daily Stand-Ups y Retrospectivas. Además, se establecieron los roles esenciales dentro del equipo: Product Owner, Scrum Master y equipo de desarrollo, cada uno con responsabilidades específicas.

Asignando roles claros y fomentando una cultura ágil dentro del equipo. En la gestión de clientes y proveedores, se recomendó establecer un protocolo estructurado para su selección y evaluación, además de mejorar la retroalimentación con los clientes para optimizar su experiencia. En cuanto a la expansión internacional, se sugirió priorizar mercados mediante un análisis detallado y adaptar estrategias de marketing a cada contexto cultural. Se destacó la importancia de fortalecer habilidades blandas en el equipo y estructurar planes de mentoría personalizados. Para el seguimiento y medición de resultados, se recomendó un sistema ágil con KPIs claros y responsables definidos. Finalmente, se resaltó que el éxito de la transformación ágil depende de un cambio de mentalidad organizacional, promoviendo el compromiso y la colaboración en todos los niveles.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 137.

4.1.19. Identificar la información sensible manejada por la empresa y cuáles son los principales riesgos cibernéticos para esta información.

Mentoría realizada por el consultor William Saavedra para la empresa Escuela Didáctica con el fin de utilizar la herramienta Eslabón CDA para evaluar el estado actual de la ciberseguridad, identificando vulnerabilidades en la cultura digital, adopción de contraseñas seguras y detección de amenazas. Con base en los resultados, fortalecer las buenas prácticas, capacitar al personal y definir un plan de acción para mejorar la seguridad digital en la institución.

Durante la reunión, se acordó con la empresa Escuela Didáctica el uso de la herramienta Eslabón CDA para evaluar y fortalecer la ciberseguridad en la institución. Se explicó en detalle el proceso de implementación, incluyendo la evaluación de la cultura en ciberseguridad, la adopción de contraseñas seguras y la detección de amenazas.

Asimismo, se revisó como se presentará el análisis de estadísticas con 3BN, que permitirá identificar fortalezas y debilidades en los diferentes departamentos. Se destacó la importancia del monitoreo continuo a través de la consola de administración para supervisar el cumplimiento de buenas prácticas de seguridad digital. Además, se planteó la necesidad de capacitar al personal y certificarlo como Usuario 1.0 con el fin de fortalecer la primera línea de defensa contra las amenazas cibernéticas. Finalmente, se estableció un plan de acción para la implementación del diagnóstico y el seguimiento de las mejoras en seguridad digital dentro de la institución.



Se logró un acuerdo con Escuela Didáctica para la implementación de la herramienta Eslabón CDA, con el objetivo de evaluar y fortalecer la ciberseguridad en la institución. Durante la reunión, se explicó el proceso de diagnóstico y su importancia para identificar vulnerabilidades y áreas de mejora. Se resaltó la necesidad de capacitar al personal en buenas prácticas de seguridad digital y se establecieron los primeros pasos para la ejecución del plan de acción. Se recomienda dar seguimiento a la implementación y programar una nueva reunión para revisar los avances y resultados obtenidos tras la aplicación de la herramienta

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 127.

4.1.20. Diseñar y documentar un plan de acción detallado para implementar los objetivos comerciales definidos.

Mentoría realizada por la consultora Liz Hernández para las empresas Datosfera y Proyectos y Soluciones SAS de forma individual así:

4.1.20.1. Datosfera:

Se realiza mentoría con el fin de Diseñar y documentar un plan de acción detallado que permita la implementación efectiva de los objetivos comerciales definidos, estableciendo hitos, estrategias y métricas de seguimiento para garantizar su cumplimiento dentro del plazo estipulado.

Se estableció la hoja de ruta para desarrollar un sistema de servicio al cliente basado en IA, incluyendo KPIs y objetivos.

a. KPIs Definidos:

- o Implementación del prototipo en la web propia del responsable.
- o Establecimiento de métricas de desempeño del servicio.
- o Evaluación de viabilidad y funcionalidad antes del lanzamiento comercial.

b. Hitos Claves:

- o Infraestructura montada: Instalación del servidor y aplicaciones necesarias.
- o Primera integración realizada: Vinculación con sistemas externos (redes sociales, chat, bases de datos).
- o Demo funcional: Prueba interna del servicio en una agencia de turismo.
- o Prototipo mínimo viable (MVP): Implementación básica para evaluar desempeño.

c. Estrategias Implementadas:

- o Organización de tareas por semanas para un desarrollo estructurado.
- o Identificación de obstáculos técnicos y comerciales para mitigar riesgos.
- o Registro documentado de problemas y soluciones para trazabilidad.



Durante la sesión hubo una buena dinámica de trabajo en equipo, donde el asesor guio la sesión sin imponer decisiones, sino permitiendo que la empresa definiera sus propias estrategias.

Se promovió el pensamiento crítico y la toma de decisiones a través de preguntas dirigidas que ayudaron a clarificar los objetivos y desafíos.

Se finaliza la sesión, realizando el entregable del plan de acción propuesto por la consultora.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia y entregable como anexo 129.

4.1.20.2. Proyectos y Soluciones SAS:

Se realiza mentoría con el fin de Diseñar y documentar un plan de acción detallado que permita la implementación efectiva de los objetivos comerciales definidos, estableciendo hitos, estrategias y métricas de seguimiento para garantizar su cumplimiento dentro del plazo estipulado.

a. Exploración de oportunidades de mercado:

- o Se discutieron sectores clave donde la plataforma podría tener impacto:
- o Salud: Captura de datos de pacientes en zonas sin conectividad, gestión de medicamentos, georreferenciación.
- o ONGs: Control y distribución de ayudas humanitarias.
- o Construcción: Seguimiento de obras, seguridad en el trabajo.
- o Seguridad privada: Control de rondas y accesos.
- o Se priorizó el sector salud debido a oportunidades cercanas con hospitales.

b. Plan de acción para implementación en el sector salud:

- o Meta: Lograr la primera propuesta comercial aceptada antes del 26 de marzo de 2025.
- o Se establecieron tres victorias tempranas:
- o Finalización del prototipo adaptado al sector salud.
- o Presentación del demo a una entidad de salud y obtención de feedback.
- o Entrega de la propuesta comercial ajustada y seguimiento hasta su aceptación.
- o Se dividieron responsabilidades entre equipo de desarrollo, dirección comercial y gerencia.
- o Se definió un esquema de reuniones periódicas de seguimiento de 15 minutos diarios.

c. Estrategias de ejecución:

- o Planificación semanal con objetivos claros.
- o Delegación de responsabilidades para optimizar tiempos.
- o Uso de herramientas de gestión para el monitoreo del progreso.

a. Enfoque estratégico y claridad en la oportunidad de mercado

- Se logró identificar y priorizar el sector salud como una oportunidad viable y cercana, con un plan de acción concreto para alcanzar el primer cliente.



- La estrategia planteada permite optimizar los recursos y aumentar las probabilidades de éxito al enfocarse en un mercado con alta necesidad y baja competencia tecnológica en la captura de datos médicos.

b. Capacidad de adaptación y visión innovadora del empresario

- Se evidenció gran flexibilidad y apertura a explorar nuevos mercados, lo que refuerza la capacidad de diversificación del negocio.
- La empresa tiene una solución tecnológica escalable, adaptable a múltiples sectores (salud, ONGs, construcción, seguridad privada), lo que le brinda un amplio potencial de crecimiento.

c. Implementación de procesos estructurados para la ejecución

- Se definió un plan de trabajo con hitos claros, responsables y fechas límite, lo que facilita la ejecución de tareas y el seguimiento de resultados.
- La adopción de hábitos de seguimiento diario de 15 minutos permitirá mejorar la eficiencia operativa y mantener la disciplina en la ejecución del proyecto.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia y entregable como anexo 144.

4.1.21. Evaluar el estado actual de la ciberseguridad, implementar mejoras y formar al personal en buenas prácticas.

Mentoría realizada por el consultor William Saavedra para la empresa In Check con el fin de evaluar el estado actual de la ciberseguridad, identificar vulnerabilidades y áreas de mejora, y definir un plan de acción para fortalecer la protección de la información. Además, se establecerán estrategias para la implementación de mejoras en los protocolos de seguridad y se capacitará al personal en buenas prácticas para minimizar riesgos y garantizar la seguridad digital de la empresa.

Durante la reunión, se explicó el diagnóstico utilizando la herramienta Eslabón CDA, con el objetivo de identificar los niveles de cultura en ciberseguridad, la adopción de contraseñas seguras y el coeficiente de detección de amenazas. Con base en los datos de 3BN, se explican las estadísticas para determinar qué departamentos requerían mayor atención en seguridad digital, identificando fortalezas y debilidades en la estructura de protección de la empresa. A través de la consola de administración, se explica el monitoreo del trabajo del personal en materia de seguridad digital, verificando el cumplimiento de las políticas establecidas y detectando áreas de mejora.

Como parte del fortalecimiento de la ciberseguridad, se propone un programa de entrenamiento que permitió capacitar a los colaboradores para que se conviertan en la primera línea de defensa contra ciberdelincuentes, obteniendo la certificación Usuario 1.0. Finalmente, se propone definir un plan de acción con medidas concretas para mejorar la



seguridad digital, asignando responsables y plazos específicos, y estableciendo sesiones de seguimiento para evaluar avances y realizar ajustes según sea necesario.

Durante la reunión, se identificó la necesidad de reforzar la cultura de ciberseguridad en algunos departamentos que presentaron bajos niveles de adopción de buenas prácticas. Se evidenció que el uso de contraseñas seguras sigue siendo un desafío, por lo que se recomendó implementar autenticación multifactor (MFA) en los accesos críticos. Además, se observó que el coeficiente de detección de amenazas puede mejorar con entrenamientos más frecuentes y simulaciones de ataques controlados. El monitoreo a través de la consola de administración permitió detectar áreas donde el cumplimiento de las políticas de seguridad es irregular, por lo que se sugirió un seguimiento más estricto. Finalmente, se destacó el interés del personal en la certificación Usuario 1.0, pero se recomendó hacer énfasis en la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos para fortalecer la seguridad digital en el día a día.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia y entregable como anexo 130.

4.1.22. Realizar actividades al interior de la empresa para fomentar la generación de ideas innovadoras para aumentar la competitividad, utilizando técnicas de creatividad y metodologías de innovación.

Mentoría realizada por la consultora Liz Hernández para las empresas Ambientes Virtuales, Proyi y HYO, de forma individual así:

4.1.22.1. Ambientes Virtuales:

Se realiza mentoría para la empresa Ambientes Virtuales con el fin de fomentar la generación de ideas innovadoras dentro de la empresa, utilizando técnicas de creatividad y metodologías de innovación, con el propósito de fortalecer la competitividad y desarrollar soluciones diferenciadoras que agreguen valor al negocio.

Análisis de la propuesta comercial actual:

- o Se evaluó la presentación de la oferta de cálculo de huella de carbono.
- o Se hicieron ajustes para que la propuesta comunicara valor agregado en lugar de percibirse como una oferta con "regalos".

b. Implementación de metodologías de innovación:

- o Se identificó que la empresa está aplicando innovación incremental al mejorar progresivamente su propuesta.



o Se explicó la diferencia entre Design Thinking y Lean Startup, confirmando que ambas metodologías han sido utilizadas en la estructuración de la oferta.

c. Optimización de la estrategia de venta y comercialización:

o Se corrigió el enfoque de venta: en lugar de obsequiar beneficios, se incluyeron como parte del paquete con un valor agregado.

o Se resaltó la importancia de establecer precios estratégicos y presentar una oferta atractiva a los clientes.

d. Definición de una estrategia de precios y posicionamiento:

o Se propuso estructurar la oferta en tres categorías según el tamaño de la empresa:

o Pequeña empresa

o Mediana empresa

o Empresa grande

Se trabajó en la sesión en la manera de presentar la oferta de manera más atractiva, pero aún falta perfeccionar la claridad del mensaje. Se recomienda trabajar en un “elevator pitch” conciso y poderoso. La consultora sugiere estructurar los planes en diferentes categorías de empresas (pequeñas, medianas y grandes), lo cual ayuda a que cada cliente se sienta identificado y se agilicen las negociaciones. Estrategia de Precios: Se enfatizó en la importancia de mostrar precios con valor percibido (por ejemplo, aumentar el precio de los cursos para que se perciban como valiosos).

Se recomienda hacer pruebas con clientes para evaluar la aceptación de los precios sugeridos discutiendo la aplicación de Design Thinking y Lean Startup, destacando la necesidad de mejorar la propuesta con base en el feedback de los clientes. Es clave que el empresario continúe aplicando estos principios de manera estructurada.

Se recomendó no solo presentar la propuesta, sino también preparar estrategias para cerrar ventas en la misma reunión. Esto incluye enviar la propuesta antes de la reunión para filtrar interesados y hacer ajustes en el momento.

Se sugirió cambiar los nombres de los planes para alinearlos con la identidad innovadora de la empresa, lo que puede ayudar a hacer la oferta más memorable y atractiva.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 131.

4.1.22.2. Proyi:

Se realiza mentoría para la empresa Proyi con el fin de Fomentar la generación de ideas innovadoras dentro de la empresa mediante la aplicación de técnicas de creatividad y metodologías de innovación, con el fin de identificar nuevas oportunidades de mejora y fortalecer la competitividad del negocio en el mercado.



a. Validación con clientes potenciales:

o Se discutió la importancia de validar la propuesta de valor con empresas tecnológicas bien posicionadas, como CloudLabs.

o Se enfatizó que la reunión con CloudLabs debe estar estructurada con preguntas de validación y un plan claro de acción.

b. Estrategia de monetización:

o Se analizaron modelos de cobro basados en suscripción mensual y por uso (tokens o interacciones).

o Se determinó que la mejor estrategia es ofrecer un plan mensual base (aproximadamente 21- 22 USD) con posibilidad de paquetes adicionales según el consumo.

o Se propuso definir distintos paquetes de servicio con límites de uso, al estilo de planes prepagos de telefonía.

c. Estrategia de ventas y negociación:

o Se reforzó la importancia de seguridad y confianza en la presentación de la solución.

o Se recomendó incluir un servicio adicional de valor (ej. Google Analytics) para generar más interés en la negociación.

o Se discutió la posibilidad de utilizar una empresa aliada para la facturación en caso de no contar con personería jurídica.

d. Preparación de la propuesta comercial:

o Se estableció la importancia de estructurar una propuesta comercial clara y bien diseñada.

o Se recomendó utilizar ChatGPT para generar una primera versión de la propuesta basada en estrategias de venta de Grant Cardone.

o Se acordó que la propuesta debía enviarse ese mismo día, dado el retraso en su presentación.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 146.

4.1.22.3. Hyo:

Se realiza mentoría con la empresa HYO con el fin de Realizar actividades al interior de la empresa para fomentar la generación de ideas innovadoras que aumenten la competitividad, utilizando técnicas de creatividad y metodologías de innovación.

La sesión se llevó a cabo de la siguiente manera:

a. Productividad y metodologías:

Se discutió la finalidad de la innovación como medio para resolver problemas y mejorar procesos. Se identificaron Design Thinking y Scrum como metodologías clave.

b. Herramientas de gestión:



Se revisaron las herramientas actuales (Trello y Jira) y se propuso explorar Airtable para optimizar el seguimiento de proyectos. Se habló de la posibilidad de automatización con Zapier o Make.

c. Definición de roles:

Se estableció que Olivia tomará un rol gerencial centrado en la gestión del cumplimiento de tiempos y optimización de procesos.

d. Optimización interna:

Se definió la necesidad de un sistema de seguimiento diario (daily) para detectar bloqueos en los proyectos y mejorar la comunicación.

e. Innovación aplicada:

Se identificó la posibilidad de fraccionar desarrollos en equipos más pequeños con acceso limitado a repositorios, optimizando costos en el área de desarrollo.

Se realizan las siguientes observaciones

a. Optimización del área de desarrollo: Se identificó que esta área consume la mayor cantidad de recursos. Se sugirió la contratación de desarrollo fraccionado con acceso limitado a repositorios, optimizando costos y productividad.

b. Fortalecimiento del liderazgo gerencial: Se estableció que Olivia debe asumir un rol más estructurado en la gestión del cumplimiento de plazos y eficiencia operativa, sin necesidad de involucrarse en aspectos técnicos.

c. Automatización de procesos internos: Se sugirió la integración de herramientas para facilitar el seguimiento de proyectos sin duplicar esfuerzos, garantizando mayor trazabilidad y eficiencia.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 150.

4.1.23. Evaluar al interior del equipo de trabajo la viabilidad de las ideas generadas en términos de mercado, tecnología, y recursos necesarios.

Mentoría realizada por el consultor William Saavedra para las empresas Ambientes Virtuales, Weppa Cloud, Datosfera, Proyi, Hyo y Edentia de forma individual así:

4.1.23.1. Ambientes Virtuales:

El objetivo de la reunión es identificar un entregable que permita hacer una evaluación de la viabilidad de las ideas generadas y de acuerdo a la reunión se pactó un flujo de trabajo para conexión con aliados estratégicos la comercialización y la participación en espacios de conexión.



Durante la reunión se habló con el gerente de la importancia de seguir conectados con el ecosistema el evento que va a realizar la Cámara de Comercio verde en la ciudad de El análisis de cómo se presta el servicio y la importancia de identificar los conectores ideales para poder hacerlo de la mejor manera y que esos procesos que indocumentados en ese sentido el consultor quedó en la tarea de proponer un entregable para presentar el 28 de febrero.

El gerente de la empresa propone realizar la entrega el día 28 de febrero a partir de las 8:30 h de la mañana junto con sus aliados estratégicos con el fin de generar validación entre los socios

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 136.

4.1.23.2. Proyi:

Se lleva a cabo una mentoría con el propósito de evaluar, dentro del equipo de trabajo, la viabilidad de las ideas generadas en términos de mercado, tecnología y recursos necesarios. En el desarrollo de la mentoría se desarrolla el objetivo principal de la misma, el cual es determinar la factibilidad del proyecto, centrándose específicamente en el desarrollo de un chat que integra diversos servicios ya implementados. Esto responde a la necesidad de brindar mayor atención y desarrollo a Proyi, con el fin de alcanzar un mínimo producto viable (MVP).

Durante la actividad, se evidencia la importancia de realizar un pivote en el proyecto, orientándolo hacia un chat que permita una atención eficiente y que estará disponible en un plazo de 10 días. Este cambio busca, además, facilitar un espacio de conexión con las Cámaras de Comercio, con el objetivo de presentar una propuesta concreta para que la Cámara de Comercio de Armenia contemple la incorporación de esta tecnología dentro del desarrollo y ejecución de sus proyectos.

Como parte de la estrategia, se propone evitar términos *como* pilotos o pruebas y, en su lugar, enfocarse en la presentación de un producto mínimo viable, el cual será validado a través de alianzas estratégicas que garanticen su implementación y escalabilidad.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 138.

4.1.23.3. Weppa Cloud:

Se realiza mentoría a la empresa Weppa Cloud con el objetivo de evaluar la viabilidad en términos de mercado, tecnología y recursos. Se analizará su diferenciación, modelo de



adopción desde la estrategia comercial para garantizar su sostenibilidad y competitividad en el mercado

La reunión abordará la viabilidad de Weppa Cloud, enfocándose en su posicionamiento en el mercado, estrategia comercial y sostenibilidad. Se analizará los segmentos de clientes clave. Además, se establecerán los próximos pasos, asignando responsabilidades y plazos para su implementación.

Se identificaron los segmentos de clientes más relevantes y su potencial de adopción del servicio. También se definieron estrategias comerciales, incluyendo oportunidades de alianzas estratégicas. Se asumió el compromiso de acercarse a las Cámaras de Comercio para explorar oportunidades de colaboración, promoción y apoyo al crecimiento de la plataforma. Finalmente, se determinaron los próximos pasos, asignando responsabilidades y plazos de ejecución para asegurar un seguimiento efectivo y el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

Se resaltó la relevancia de establecer alianzas estratégicas y acercamientos a las Cámaras de Comercio como una vía para ampliar la red de contactos y generar nuevas oportunidades de negocio.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 139.

4.1.23.4. Edentia:

Se realiza mentoría con la empresa Edentía con el objetivo de evaluar la viabilidad del Gemelo Digital del Comportamiento Humano desarrollado por Edentia, analizando su impacto en el mercado, la aplicabilidad de su tecnología y los recursos necesarios para su implementación.

Se analizó su impacto en el mercado y su aplicabilidad en distintos sectores, priorizando la identificación de alianzas estratégicas y la integración con el ecosistema del Eje Cafetero, dado que su presencia ha sido más fuerte en otras regiones del país.

Se resaltó la importancia de fortalecer la estrategia comercial y de posicionamiento del Gemelo Digital, priorizando la búsqueda de alianzas estratégicas y la expansión hacia el ecosistema del Eje Cafetero, ya que el proyecto ha tenido mayor actividad en otras regiones del país. Se identificó la necesidad de establecer conexiones con Cámaras de Comercio, entidades gubernamentales y actores del sector tecnológico para facilitar la adopción y escalabilidad de la solución en la región. Además, se sugirió mejorar la accesibilidad del proyecto para diferentes niveles de desarrollo tecnológico y generar métricas de impacto que respalden su efectividad. Finalmente, se concluyó que el proyecto tiene un alto potencial transformador, pero requiere un enfoque más estructurado en su modelo de implementación y comercialización en nuevos territorios.



Se propone realizar el acercamiento a las entidades gremiales para la exploración de presentación de proyectos en conjunto.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 140.

4.1.23.5. Hyo:

Se llevó a cabo una mentoría con la empresa Hyo para evaluar, junto con su equipo de trabajo, la viabilidad de las ideas generadas en términos de mercado, tecnología y recursos necesarios.

Durante la reunión, Hyo presentó una visión general de la organización, explicando su estructura, modelo de trabajo, visión estratégica y comercial, así como los aspectos técnicos relacionados con sus productos. También se expuso la forma en que la empresa está operando y comercializando su producto principal, lo que permitió a los participantes tener una comprensión global de su funcionamiento.

Durante la reunión se hizo una presentación de la organización de la forma de trabajo del producto principal y en la forma como están haciendo la comercialización se identificaron puntos de trabajo en común por lo cual se acordó un segundo espacio para establecer o buscar y explorar acciones conjuntas de trabajo en el mercado. Se identificó que la principal necesidad es establecer unos procesos que permitan el escalamiento de la empresa.

Durante la reunión se habló sobre la empresa los productos, la visión, la estructura, el modelo de trabajo, la visión estratégica y comercial, aspectos técnicos que permitieron tener una visión global una línea de trabajo que nos permita conectar con actores del ecosistema en ese sentido se acordó la segunda reunión.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 141.

4.1.23.6. Datosfera:

Se realiza mentoría a la empresa Datosfera con el fin de evaluar al interior del equipo de trabajo la viabilidad de las ideas generadas en términos de mercado, tecnología, y recursos necesarios.

Durante la reunión, se realizó un análisis de la estructura organizativa y de **los** productos priorizados por la agencia. Se destacó la importancia de personalizar el discurso desde el mercadeo para lograr un mayor impacto tanto en los procesos como en la comercialización.



Como principal interrogante, surgió la duda sobre si la estrategia comercial debería enfocarse en una gestión integral de procesos o en la especialización en un proceso específico dentro de un nicho de mercado, con el objetivo de comunicarlo de manera más efectiva.

En este sentido, y de acuerdo con la estrategia actual de la organización, se consideró clave ayudar a definir y aterrizar un enfoque claro. Se concluyó que la generación de discursos específicos según el nicho de mercado es fundamental. Por ejemplo, la optimización de procesos de comercialización para una agencia turística no puede abordarse de la misma manera que para el sector productivo.

Asimismo, se hizo énfasis en que los mentores ofrecen una visión externa del negocio, pero la decisión final debe ser tomada por el líder de la empresa en su rol de gerente, asegurando que la estrategia se alinee con los objetivos y necesidades de la organización. Finalmente se propuso una acción en donde se pudiera organizar de manera clara una estrategia de comercialización para el nicho.

Se identificó que los bots de inteligencia artificial pueden generar un plus importante dentro de los procesos que tiene una organización específicamente a través de los canales digitales.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 142.

4.1.24. Documentar la estrategia de innovación para la empresa Ok Web.

Se realiza mentoría para la empresa ok web con el fin de desarrollar y documentar una estrategia de innovación que permita la diferenciación en el mercado, la optimización de sus modelos de negocio y la implementación de procesos sostenibles. Esta estrategia debe enfocarse en la generación de ingresos recurrentes, la expansión a nuevos mercados y la consolidación de la empresa como referente en soluciones digitales. Además, deberá establecer un marco de acción con metas claras, indicadores de desempeño y un plan operativo que garantice su ejecución efectiva.

La sesión se llevó a cabo con base a los siguientes puntos:

- **Optimización del modelo de negocio:**
 - Se estableció la meta de facturar 300 millones anuales con nuevos modelos de negocio.
 - Se discutió la necesidad de transformar el modelo de pago por horas a un modelo recurrente para garantizar ingresos sostenibles.



- Se recomendó diseñar cinco líneas de negocio con enfoque en recurrencia.
- **Estrategia de posicionamiento y marca personal:**
 - Se analizó la posibilidad de ofrecer servicios de SEO para marca personal, incluyendo optimización de LinkedIn y generación de contenido.
 - Se discutió la necesidad de estructurar el servicio para garantizar resultados a largo plazo.
- **Sostenibilidad operativa y financiera:**
 - Se identificó la necesidad de contratar un equipo base en lugar de depender únicamente de contratistas independientes.
 - Se propuso una estrategia de facturación por suscripción o membresía para mejorar la estabilidad financiera de la empresa.

Se evidencia lo anterior en el acta, fotografía, asistencia como anexo 147.

Para el mes de marzo, se ejecutaron las siguientes actividades:

4.1.25. Mentoría para optimizar los procesos de seguimiento y retroalimentación dentro de la organización, asegurando una comunicación efectiva para la empresa Yeminus.

Se realiza mentoría para la empresa Yeminus por la consultora Liz Hernández con el fin de evaluar los resultados obtenidos en la implementación de las estrategias comerciales y operativas de la empresa, identificando fortalezas, oportunidades de mejora y ajustes necesarios para optimizar el desempeño. A través del análisis de indicadores clave (Kpis), se busca garantizar el cumplimiento de los objetivos comerciales, mejorar la toma de decisiones y definir acciones correctivas que impulsen el crecimiento y sostenibilidad del negocio.

Una vez revisada la medición de resultados y ajustes se encuentra que la empresa Yeminus estableció Kpis claros para evaluar el crecimiento del 20% en ventas virtuales para 2025, ajustando las fechas de medición para asegurar una comparación adecuada entre periodos. Además, se implementó una herramienta de trazabilidad mensual para medir el impacto de cada estrategia.

La consultora propone un plan de acción para recuperar la confianza en los clientes insatisfechos en virtud a que se identificó una disminución en la recomendación con clientes existentes, realizando un contacto personalizado con cada uno, estableciendo una estrategia para mejorar el soporte y fortalecer la relación con los clientes.

Se determinó que es necesario aumentar la generación de leads mediante publicidad digital. La consultora propuso una meta inicial de 20 leads mensuales para garantizar un



flujo constante de oportunidades de negocio e implementar un enfoque basado en el concepto de Fear of Missing Out (FOMO) para incentivar la conversión de clientes potenciales.

La sesión se desarrolló con una metodología clara, permitiendo estructurar objetivos concretos y definir acciones medibles para cada estrategia comercial. Esto facilita la ejecución y seguimiento de los compromisos. Se evidenció una excelente coordinación entre las áreas de la empresa, lo que permite una implementación más efectiva de las estrategias definidas. Mantener este nivel de compromiso garantizará mejores resultados. La reunión permitió identificar puntos clave para fortalecer la fidelización de clientes y optimizar el modelo de ventas. Ahora es fundamental priorizar la ejecución y medición de los resultados para asegurar la sostenibilidad del negocio.

Como evidencia de lo anterior se anexa el acta, fotografía y asistencia como anexo 151.

4.1.26. Mentoría para documentar los procesos de gestión proyecto, proveedores y clientes (selección, evaluación, negociación, gestión de relaciones y supervisión), según las experiencias previas para la empresa Delphi Analytics

La reunión se inició con el objetivo de estimar todas las acciones posibles para documentar el proceso de acercamiento al nuevo segmento de mercados en este caso el segmento del sector privado ya que la empresa se encuentra en el sector público y una manera sólida y consistente.

Se llevó a cabo un análisis de la reestructuración administrativa, enfatizando la necesidad de evaluar los procesos legales y contables para optimizar la gestión y garantizar el cumplimiento normativo. Se propuso que la empresa realice el diseño de un protocolo de gestión que permita estandarizar y mejorar la eficiencia en estas áreas.

En cuanto a las estrategias de mercadeo, se identificaron oportunidades para fortalecer el posicionamiento de la empresa, destacando la importancia de implementar acciones concretas que potencien su alcance y visibilidad en el sector. Se sugirió desarrollar un plan de marketing que incluya estrategias digitales y alianzas estratégicas para maximizar el impacto.

Respecto a las alianzas estratégicas, se consideró a la ANDI, FENALCO, CÁMARA DE COMERCIO como un actor clave para la expansión del negocio. Se acordó explorar la posibilidad de establecer vínculos con clústeres y otras asociaciones a nivel nacional, con el fin de generar mayores oportunidades de crecimiento y fortalecer la presencia en el mercado.



Se resaltó la necesidad de fortalecer la gestión administrativa y contable, mejorar las estrategias de mercadeo y establecer alianzas estratégicas para ampliar el alcance de la empresa.

Como evidencia de lo anterior se adjunta acta de reunión, asistencia y fotografía como Anexo No. 160

4.1.27. Mentoría para la implementación de la fase inicial del proceso de gestión de proyectos, proveedores y clientes diseñado.

Se realiza mentoría de forma individual para las siguientes empresas:

- Ambientes Virtuales
- Escuela Didáctica
- Delphi Analytics

4.1.27.1. Ambientes Virtuales:

Durante la sesión se hizo la implementación de las herramientas de conexión con el mercado; en esta sesión se socializó cuál debería ser la ruta y se acordó hacer el entregable, además se validó el instrumento a entregar. El documento permitirá hacer un monitoreo de las estrategias de ventas que pueden determinar cuáles son las acciones estratégicas que la organización va a realizar y como hacer sus indicadores de medición.

En la sesión se hace entrega del documento que permite hacer el monitoreo de los indicadores sumado a algunas acciones estratégicas que van a permitir el posicionamiento de la empresa en el mercado.

Como evidencia de lo anterior, se adjunta acta de reunión, asistencia y fotografía como anexo No. 163.

4.1.27.2. Escuela Didáctica

Se realiza mentoría a la empresa Escuela Didáctica con el objetivo de revisar y optimizar el proceso de servicio al cliente, asegurando que cada interacción genere valor y fortalezca la fidelización. Se analizarán los canales de comunicación, tiempos de respuesta, métricas clave y oportunidades de mejora, con el fin de implementar estrategias que incrementen la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.

Durante la reunión se identificaron oportunidades clave para optimizar el servicio al cliente, destacando la necesidad de mejorar la integración de los canales de comunicación y agilizar



los tiempos de respuesta. Se evidenció la importancia de fortalecer la capacitación del equipo de soporte para mejorar la resolución de incidencias en el primer contacto. Asimismo, se resaltó la necesidad de automatizar procesos y optimizar el sistema de tickets para reducir la carga operativa y mejorar la experiencia del cliente.

En este contexto, se propuso incorporar un programa de mentoría como herramienta estratégica para el desarrollo del equipo de soporte. Esta mentoría estará enfocada en reforzar las habilidades técnicas y comunicativas de los colaboradores, fomentando una cultura de aprendizaje continuo y colaboración. Los mentores, seleccionados entre los perfiles más experimentados del área, brindarán acompañamiento personalizado, compartiendo buenas prácticas, estrategias de resolución eficiente de problemas y orientación sobre el uso de herramientas tecnológicas clave.

Además, se estableció que el proceso de mentoría incluirá sesiones periódicas de retroalimentación, así como la definición de metas individuales alineadas con los objetivos del área de atención al cliente. Se buscará también identificar talentos con potencial de liderazgo, promoviendo su crecimiento profesional dentro de la organización.

Finalmente, se acordó implementar un plan de acción con plazos y responsables definidos para garantizar la mejora continua del servicio, incluyendo el monitoreo constante de los KPIs más relevantes, especialmente en lo que respecta a la satisfacción del cliente, la eficiencia operativa y el impacto positivo del programa de mentoría en el desempeño del equipo.

Como evidencia de lo anterior se adjunta acta de reunión, asistencia y fotografía como Anexo No. 164

4.1.27.3. Delphi Analytics

Se realiza mentoría con el fin de definir acciones estratégicas para la ejecución de la estrategia de mercadeo de Delphy, enfocadas en fortalecer su posicionamiento en los sectores público y privado. Para ello, se presentó la conexión con la Cámara de Comercio de Cali, donde se busca implementar un piloto bajo un modelo de marca blanca, y el acercamiento a la Federación Colombiana de Municipios, a través de su modelo Smart Cloud, para la articulación de soluciones en la nube dirigidas a entidades públicas. Estas iniciativas permitirán consolidar el crecimiento de Delphi, ampliando su alcance y fortaleciendo su propuesta de valor.



Durante la sesión, se discutieron las acciones estratégicas para la ejecución de la estrategia de mercadeo de Delphi, con un enfoque en fortalecer su presencia tanto en el sector privado como en el público.

Se propuso la implementación de un piloto en el que la Cámara de comercio de Cali pueda ofrecer un servicio a sus afiliados bajo un modelo de marca blanca. Esto aprovecharía la participación del mentor en este ecosistema, facilitando la articulación y posicionamiento de Delphi dentro de la red empresarial de la región.

Se exploró la posibilidad de integrar el modelo Smart Cloud, que permite la prestación de soluciones en la nube para entidades públicas. Este acercamiento facilitaría la implementación de herramientas tecnológicas eficientes dentro de la administración pública, fortaleciendo la presencia de Delphi en este segmento.

Finalmente, se establecieron los próximos pasos para la implementación de estas acciones, con el objetivo de consolidar el crecimiento de Delphi y su posicionamiento en ambos sectores.

Como evidencia de lo anterior se adjunta acta de reunión, asistencia y fotografía como Anexo No. 165

4.1.28. Mentoría con el fin de elaborar un protocolo que permita definir una estrategia de innovación para la empresa que permita mejorar su competitividad en el mercado.

Mentoría realizada para las siguientes empresas:

- Proyi
- Datosfera
- Ambientes Virtuales
- Edentia
- Proyectos y Soluciones SAS
- Hyo

4.1.28.1. Proyi:

Se realiza mentoría para la empresa Proyi por la consultora Liz Hernández con el fin de Desarrollar un protocolo estructurado que permita a la empresa definir e implementar una estrategia de innovación y mejorar su competitividad en el mercado. Esto se logrará mediante la identificación de oportunidades de innovación, la optimización de recursos, la integración de nuevas tecnologías y la creación de un modelo de negocio sostenible, asegurando un crecimiento estratégico y diferenciado en su sector.



Se realiza la evaluación del Proceso de Innovación en la empresa donde se analizó el avance del chatbot como una herramienta innovadora de ellos, destacando su capacidad para resolver preguntas en tiempo real y mejorar la experiencia del usuario.

Se identificó la necesidad de optimizar su funcionalidad y expandir su alcance a otras plataformas como WhatsApp e Instagram para aumentar su impacto, destacando la importancia de validar el producto en entornos reales para recopilar datos que permitan futuras mejoras.

Se demostró el funcionamiento del chatbot en un entorno de prueba, mostrando su capacidad para responder preguntas con información específica del evento Starco como prueba. Se discutió la posibilidad de personalizar respuestas y medir el nivel de interacción de los usuarios mediante mapas de calor y análisis de datos.

La consultora recomendó incluir herramientas de análisis de comportamiento para evaluar el impacto del chatbot y mejorar su precisión.

Se revisó la disponibilidad de créditos de Amazon y la importancia de utilizarlos estratégicamente en infraestructura y escalabilidad del chatbot.

Se propuso diseñar un plan de consumo que permita aprovechar al máximo estos recursos antes de su vencimiento. Se enfatizó la necesidad de iniciar la comercialización del chatbot de inmediato, sin esperar a la versión final, estructurando un pitch sólido que permita comunicar de manera efectiva el valor de la solución a potenciales clientes e inversionistas.

Se discutió la importancia de desarrollar un modelo de negocio sostenible que garantice ingresos recurrentes y escalabilidad, estableciendo un compromiso para lanzar la web y validar el chatbot en un entorno real en los próximos días. Se definió una estrategia de prospección de clientes basada en pruebas piloto con empresas y eventos clave.

Se resaltó la importancia de pasar de la fase de desarrollo a la fase de implementación y comercialización. Se recomendó definir estrategias de crecimiento basadas en alianzas estratégicas y expansión a nuevos mercados. Se planteó la meta de consolidar el chatbot como una solución escalable, rentable y adaptable a diferentes sectores.

Se recomienda estructurar una estrategia de ingresos clara, ya sea mediante suscripciones, licencias o integración en empresas, asegurando flujos de efectivo estables y escalables.

Como evidencia de lo anterior se adjunta acta de la reunión, asistencia y fotografía como anexo No. 152.

4.1.28.2. Datosfera

Se realiza mentoría para la empresa Datosfera por la consultora Liz Hernández con el fin de Desarrollar un protocolo estructurado que permita a la empresa definir e implementar



una estrategia de innovación, con el fin de mejorar su competitividad en el mercado. Esto se logrará mediante la identificación de oportunidades de innovación, la optimización de recursos, la integración de nuevas tecnologías y la creación de un modelo de negocio sostenible, asegurando un crecimiento estratégico y diferenciado en su sector.

Se identificó que la empresa cuenta con un enfoque en soluciones tecnológicas, pero necesita estructurar su estrategia de innovación para garantizar sostenibilidad y escalabilidad. Se enfatizó la importancia de que la innovación no solo sea un experimento, sino que tenga un modelo de negocio viable que la respalde.

Se expuso un documento con un compendio de estrategias de innovación, incluyendo:

- o Innovación incremental vs. disruptiva.
- o Modelos de innovación abierta y cerrada.
- o Estrategias para maximizar el valor percibido de la innovación.

Se discutió la importancia de adoptar una mentalidad de "sistema", en la que la innovación no dependa de un solo líder, sino que se integre en la cultura de la empresa. Se planteó la necesidad de diseñar un sistema que permita monetizar la innovación de manera sostenible, en lugar de verla como un costo adicional.

La consultora propuso la creación de un "Bolsillo de Innovación", un fondo dentro de la empresa destinado a cubrir los costos de desarrollo de soluciones innovadoras hasta que comiencen a generar ingresos. Se estableció que la innovación debe estar alineada con la facturación, buscando que cada nueva solución tenga un retorno de inversión claro y medible.

La empresa está en el momento ideal para posicionar su innovación como un diferenciador competitivo en el mercado, aplicar la curva de Innovación ayudará a identificar cuándo es el momento ideal para expandir o evolucionar la solución, asegurando que siempre se mantenga a la vanguardia. Aprovechar el ecosistema actual de clientes y aliados permitirá una adopción rápida de la innovación, generando crecimiento y consolidación en el sector.

Se realiza nuevamente sesión el día 17 de marzo, entre las mismas partes con el fin de continuar con la mentoría y realizar el cierre correspondiente, para esto, se realiza en la reunión una revisión de avances y aprendizajes en el proceso de ventas, realizando el seguimiento de las tareas dejadas en la sesión anterior así:

- Se presentó y entregó estrategia y protocolo de innovación.
- Se validó la aplicación de metodologías de innovación en la empresa.
- Se establecieron KPIs para medir la eficiencia de la innovación implementada.
- Se trabajó en la expansión del portafolio de servicios de Datosfera hacia soluciones de inteligencia artificial y automatización.



- Se revisaron casos de éxito y mejores prácticas internacionales en innovación.

Se destacó la efectividad del proceso, resaltando que el enfoque personalizado permitió avances significativos. Se mencionó la necesidad de mayor tiempo para profundizar en ciertos aspectos.

Se presentó un documento estructurado con 11 capítulos, detallando las fases de innovación, estrategias, metodologías aplicadas y casos de éxito relevantes.

Se utilizaron Design Thinking y Lean Startup, enfocándose en validar rápidamente hipótesis antes de escalar.

Se clasificó la estrategia de innovación como disruptiva en el mercado objetivo de Datosfera, al ofrecer soluciones que no existían previamente en el sector, identificando la expansión hacia la automatización y la inteligencia artificial, particularmente en sectores como telecomunicaciones y servicio al cliente.

Se establecieron KPIs estratégicos para evaluar la eficiencia de los procesos innovadores y su impacto en costos y adopción del mercado.

Para finalizar la sesión se ejecutaron las siguientes actividades:

- Implementar mejoras en el sistema de gestión de PQRs para clientes de telecomunicaciones.
- Validar la integración de la base de datos del cliente con la solución automatizada.
- Desarrollar un MVP funcional para pruebas con clientes iniciales.
- Medir el impacto de la automatización en tiempos de respuesta y satisfacción del cliente.
- Refinar la estrategia de expansión de servicios con base en feedback del mercado.

La consultora aconseja formar un equipo base para consolidar la innovación, definir un roadmap de desarrollo e iniciar pruebas piloto con clientes y escalar rápidamente según resultados.

Como evidencia de lo anterior se adjunta acta, asistencia y fotografía como anexo No. 155.

4.1.28.3. Ambientes Virtuales:

Se realiza mentoría a la empresa Ambientes Virtuales por la consultora Liz Hernández en fecha 11 de marzo con el fin de definir una estrategia de innovación estructurada para la empresa que le permita mejorar su competitividad en el mercado a través de la optimización de sus procesos, la diferenciación de su oferta de valor y la adopción de metodologías ágiles que potencien su crecimiento y sostenibilidad.



Este protocolo buscará establecer lineamientos claros para identificar oportunidades de mejora, implementar soluciones innovadoras y medir su impacto en la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente y la generación de nuevas oportunidades de negocio

En cuanto a la prospección Comercial, se contactaron 30 empresas, con una tasa de conversión de llamadas a citas del 26.6%, Se realizaron 8 citas, de las cuales 2 fueron ejecutadas con reuniones efectivas.

Se incorporaron estrategias para resaltar los beneficios económicos y de mercado, en lugar de solo el cumplimiento normativo, ajustando la comunicación para evitar resistencia de los clientes potenciales ante la normativa ambiental.

La tasa de conversión de citas a reuniones fue del 25%, se estima que se necesita una tasa de conversión del 30%-35% para mejorar el rendimiento.

Se definió un ticket promedio de 5 millones COP por servicio, se determinó que para cubrir costos y obtener rentabilidad se deben generar 4 ventas mensuales.

Para lograr las 4 ventas mensuales, se deben realizar 60 llamadas, obtener 16 citas y ejecutar 4 reuniones efectivas.

Se planteó la meta de realizar 60 llamadas antes de la próxima sesión y se implementaron técnicas de segmentación de clientes para prospectar mejor optimizando el speech de ventas e identificando mejoras en la estrategia de seguimiento. Se reconoció la importancia de la acción masiva y el ajuste basado en feedback continuo.

Se realiza nuevamente sesión el día 17 de marzo, entre las mismas partes con el fin de continuar con la mentoría y realizar el cierre correspondiente, para esto, se realiza en la reunión una revisión de avances y aprendizajes en el proceso de ventas, realizando el seguimiento de las tareas dejadas en la sesión anterior así:

- Se presentó y entrego la estrategia y protocolo de innovación
- Se realizaron llamadas y reuniones con prospectos, ajustando la estrategia comercial.
- Se ajusto la presentación de la propuesta de valor para hacerla más atractiva y persuasiva.
- Se mantuvo el enfoque en innovación incremental para optimizar el modelo de negocio.

Se realiza revisión de la Resolución 0839, identificando que no todas las empresas están obligadas a medir su huella de carbono, se ajustó el enfoque de ventas para dirigirse a empresas con obligatoriedad de medición.

En la reunión se fortaleció la presentación del servicio con base en los beneficios tributarios, priorizando el discurso en ahorro de costos y acceso a nuevos mercados y realizando ajustes en la propuesta comercial para mejorar la conversión de prospectos.



Se definió un protocolo de innovación basado en cuatro fases:

1. Diagnóstico y evaluación.
2. Definición de estrategias de innovación.
3. Implementación y ejecución.
4. Medición y optimización.

Se aplicó Design Thinking para mejorar la presentación de servicios y se utilizó la metodología Lean Startup para validar la propuesta con clientes antes de invertir en desarrollo tecnológico.

La toma de decisiones pasó de ser intuitiva a estar basada en métricas. Se establecieron KPIs para evaluar tasas de conversión en llamadas, citas y reuniones ejecutadas, lo que permite ajustar estrategias en tiempo real para mejorar resultados.

Como evidencia de lo anterior se adjunta acta de reunión, asistencia y fotografía como anexo No. 156.

4.1.28.4. Edentia:

Se realiza mentoría con la empresa Edentia con el fin de Definir y estructurar una estrategia de innovación para la empresa, a través de un protocolo estandarizado, que permita optimizar procesos, mejorar la propuesta de valor y fortalecer la competitividad en el mercado.

Se destacó la importancia de validar la herramienta con inversionistas y startups mencionando la necesidad de pruebas piloto con empresas amigas para asegurar la funcionalidad.

Se identifica por la consultora la necesidad de automatizar procesos con IA para mejorar la precisión en la traducción de necesidades corporativas a startups.

Se plantea un enfoque práctico y en tiempo real para conectar startups con corporativos, se buscará reducir el tiempo de validación de soluciones de meses a minutos.

Se propuso medir la interacción con startups y corporativos.

KPIs preliminares: número de corporativos contactados, cantidad de startups inscritas, validaciones exitosas y feedback recibido.

Actualmente, la herramienta busca traducir necesidades corporativas en soluciones de startups, pero el proceso aún es manual en ciertos aspectos. Se recomienda por la consultora Implementar modelos de IA más avanzados, que no solo traduzcan necesidades, sino que propongan soluciones optimizadas en tiempo real, además incorporar machine learning para mejorar la precisión del emparejamiento entre corporativos y startups con base en datos históricos.

Se recomienda definir KPIs específicos como:



- Tasa de conversión de validación: Número de corporativos que usan la herramienta y generan un reto para startups.
- Tiempo de cocreación: Medir cuánto tarda una startup en entregar una propuesta viable en comparación con los procesos tradicionales.
- Evolución de la herramienta: Evaluar cuántas iteraciones o mejoras se implementan con base en la retroalimentación recibida en eventos como Starco.

La consultora indica que se encargará de Definir métricas clave y KPIs del evento que realizó la empresa para la próxima sesión, mientras que el equipo podrá formular preguntas de validación técnica y comercial, finalizar desarrollo de la herramienta para hacer las pruebas piloto e Investigar asistentes a Starco y posibles aliados estratégicos

Se realiza nuevamente sesión el día 17 de marzo, entre las mismas partes con el fin de continuar con la mentoría y realizar el cierre correspondiente, para esto, se realiza en la reunión una revisión de avances y aprendizajes en el proceso de ventas, realizando el seguimiento de las tareas dejadas en la sesión anterior así:

- Revisión de avances en estrategias de innovación para Edentia.
- Implementación de procesos con inteligencia artificial (IA).
- Análisis del modelo de comercialización y escalonamiento.
- Estrategias para la automatización de procesos y reducción de equipo humano.
- Presentación de la plataforma de innovación.
- Definición de estrategias de escalabilidad.
- Revisión del protocolo de innovación y estrategias implementadas.
- Medición de indicadores clave de desempeño (KPIs).
- Revisión de tareas y compromisos pendientes.

En cuanto a las estrategias de innovación en Edentia, se revisó la necesidad de una innovación disruptiva basada en IA, identificando la necesidad de estructurar un modelo de negocio escalable. Se analizó la posibilidad de reducir el equipo humano mediante la IA, discutiendo la implementación de herramientas de IA para optimización operativa. Se enfatizó en la necesidad de estructurar un método comercial sólido y se propuso el diseño de una plataforma de innovación para ofrecer servicios a mayor escala.

Se estructuró en cuatro fases el protocolo de innovación: diagnóstico, evaluación, implementación y optimización, identificando estrategias específicas para cada fase y estableciendo un método de validación basado en inteligencia artificial.

Se destacó la necesidad de validar el modelo en Colombia, pero con una proyección global y se enfatizó en la importancia de atraer inversionistas y corporaciones internacionales.

Finalmente, como cierre de las sesiones realizadas, se destacan los siguientes puntos que fueron ejecutados a cabalidad:



- Se envió el documento final con el protocolo de innovación a Leonardo Ordoñez.
- Se prepararon materiales y estrategias para la Feria del Libro de Bogotá.
- Se revisaron la herramienta comercial y se planificaron mejoras.
- Se definieron estrategias de escalabilidad de la plataforma de IA.
- Se evaluaron indicadores clave de desempeño (KPIs) en la implementación del proyecto.

Como evidencia de lo anterior, se adjunta acta de reunión, asistencia y fotografía como anexo No. 157.

4.1.28.5. Proyectos y Soluciones:

Se realiza mentoría para la empresa Proyectos y Soluciones SAS por la consultora Liz Hernández con el fin de elaborar un protocolo estructurado que guíe a la empresa en la implementación de una estrategia de innovación, permitiéndole mejorar su competitividad en el mercado a través de la identificación de oportunidades, la optimización de procesos, el desarrollo de nuevos productos o servicios, y la adopción de tecnologías emergentes.

Este protocolo debe proporcionar un marco de acción claro, facilitando la toma de decisiones estratégicas y asegurando que la innovación se convierta en un factor diferenciador que impulse el crecimiento y sostenibilidad del negocio

En la sesión se identificaron barreras en la venta del producto, entre ellas la dependencia de la respuesta de un único gerente y la falta de estrategias alternativas para generar interés en el sector salud.

Se sugiere realizar evaluación de oportunidades en alcaldías y gobernaciones para digitalización de datos poblacionales, estableciendo estrategias de penetración de mercado, proponiendo tres alternativas para acelerar la visibilidad y adopción del producto:

1. Evento de networking con gerentes de hospitales, patrocinado por la Secretaría de Salud.
2. Premios y reconocimientos para líderes del sector salud para facilitar reuniones y validaciones.
3. Estrategia de medios y relaciones públicas, utilizando entrevistas en medios de comunicación para dar visibilidad al producto.

La consultora indica que la propuesta de valor del producto debe enfocarse en resolver problemas críticos del sector objetivo de manera medible. Esto implica desarrollar modelos de negocio flexibles, con opciones como paquetes escalables, asociaciones estratégicas y modelos de financiamiento que permitan adopción masiva.

Como evidencia de lo anterior se adjunta acta de reunión, asistencia y fotografía como anexo 158.



4.1.28.6. Hyo:

Se realiza mentoría el día 19 de febrero con la empresa HYO con el fin de elaborar un protocolo que permita definir una estrategia de innovación para la empresa, para mejorar su competitividad en el mercado. Esta sesión funcionó como un punto intermedio de validación, reflexión y preparación estratégica para el cierre del proceso de acompañamiento en innovación

En el desarrollo de la reunión el equipo demostró apropiación del lenguaje de innovación y claridad en los avances, se superó la confusión inicial sobre terminología técnica (ej. “prototipo”) y se asoció correctamente al desarrollo real en curso (Moss One).

La empresa se encuentra en un punto estratégico para consolidar un modelo escalable basado en herramientas digitales.

Se observó alta disposición para asumir el cierre con compromiso y enfoque estructurado. Se logró una claridad conceptual en torno al desarrollo del prototipo y su impacto dentro del protocolo de innovación, el equipo mostró capacidad de ejecución y criterio estratégico para priorizar acciones clave de corto y mediano plazo.

Se evidenció que la empresa está en condiciones de consolidar una estrategia de innovación orientada a la escalabilidad de Moss One y al fortalecimiento de su posicionamiento en mercados locales y regionales.

Se destacó la importancia de que la innovación esté alineada con resultados medibles y sostenibles.

Como tareas pendientes se establecen:

- Definir hitos clave de implementación para Moss one
- Preparar listado de aliados estratégicos potenciales
- Consolidar indicadores clave (KPIS) de innovación
- Ajustar el protocolo para incluir los avances documentales

Posteriormente, el día 21 de marzo de 2025, se reúnen nuevamente con el fin de realizar el cierre del proceso de acompañamiento, en el cual se consolidaron los principales aprendizajes, se estructuró el protocolo final y se definió la hoja de ruta para la implementación escalamiento de la innovación en HYO.

Se presentó el documento consolidado del protocolo de innovación, el cual recopila todas las fases del proceso: diagnóstico, priorización estratégica, conceptualización, desarrollo del prototipo (Moss One), evaluación, hoja de ruta y recomendaciones. El protocolo será la base para futuros ejercicios de innovación dentro de la empresa.

El equipo confirmó que Moss One es el resultado del proceso, validado con clientes reales y operando bajo una estructura de MVP funcional. Este prototipo automatiza procesos



contables, mejora el control administrativo y representa una solución escalable en el sector MIPYME.

Se definieron tres fases de trabajo:

- Corto plazo (Q2 2025): Activación comercial y onboarding de los primeros cinco clientes pagos.
- Mediano plazo (Q3 2025): Alianzas regionales estratégicas y robustecimiento del canal de distribución.
- Largo plazo (Q4 2025 - Q1 2026): Exploración y preparación para internacionalización en Ecuador y Costa Rica.

Se establecieron los KPIs que permitirán monitorear el impacto del protocolo, incluyendo:

- % de automatización de procesos.
- Tasa de conversión (propuestas vs ventas).
- Retención de clientes.
- Retorno de inversión (ROI) del proyecto.
- Participación en el mercado objetivo.

Se reconoció el compromiso del equipo durante todo el acompañamiento, la capacidad de apropiarse de herramientas y metodologías, y el potencial estratégico del prototipo. Se acordó mantener seguimiento al roadmap y realizar evaluaciones periódicas de los KPIs para asegurar el cumplimiento de metas por parte de la empresa.

La empresa culmina el acompañamiento con un protocolo de innovación claro, funcional y alineado con su propósito de crecimiento. Se resalta la capacidad del equipo para integrar innovación en su operación diaria y su visión hacia la escalabilidad.

Moss One se perfila como una solución con alto potencial de expansión comercial y diferenciación estratégica. Se recomienda continuar con la revisión mensual del roadmap y mantener el monitoreo de KPIs para garantizar el cumplimiento de los objetivos.

Como evidencia de lo anterior se adjunta acta de reunión, asistencia y fotografía como anexo 168.

4.1.29. Mentoría con el fin de documentar la estrategia de innovación para la empresa.

La mentoría se realiza para las siguientes empresas

Ok Web.
Proyi.

4.1.29.1. Ok web:

Se realiza mentoría el día 04 de marzo para la empresa Ok Web por la consultora Liz Hernández con el fin de desarrollar y documentar una estrategia de innovación, enfocada



en la optimización de su modelo de negocio y estrategias de posicionamiento, con el fin de mejorar su propuesta de valor, consolidar su presencia en el mercado y generar oportunidades de crecimiento sostenibles.

Como parte del proceso de fortalecimiento y diferenciación de Ok Web, se han implementado acciones clave para consolidar una estrategia de innovación que permita mejorar su posicionamiento y escalabilidad en el mercado.

Para fortalecer la propuesta de valor y generar impacto en clientes y aliados estratégicos, se realizaron los siguientes ajustes:

- Se redefinió la presentación de Jhon H. Vélez, evolucionando de un discurso orientado a la consultoría hacia una visión empresarial innovadora y consolidada.
- Se estructuró la comunicación con un enfoque estratégico para atraer clientes de alto nivel y generar confianza en el mercado.
- Se eliminaron referencias informales en el discurso, garantizando un tono profesional alineado con el posicionamiento de la empresa.

Con el objetivo de consolidar a Ok Web como un referente en optimización digital, se definió un enfoque basado en innovación, optimización y posicionamiento digital, asegurando que los negocios clientes puedan escalar con solidez, alineando la comunicación y la identidad visual con el mercado objetivo, destacando el valor diferencial de la empresa en el sector.

Para garantizar una oferta de servicios clara y escalable, se implementaron mejoras en la estructura del negocio, definiendo una jerarquía clara de servicios alineada con una propuesta de valor innovadora y centrada en el cliente. Se estableció la agrupación de servicios en líneas de negocio estructuradas, facilitando la comercialización y escalabilidad de la empresa y se diseñó una estrategia de comunicación que refuerce la percepción de Ok Web como un actor clave en la digitalización y optimización empresarial.

Para maximizar el impacto de la empresa en nuevos ecosistemas de negocio y atraer inversionistas, se trabajó en proyectar una imagen empresarial sólida y coherente de cara a la inmersión en mercados estratégicos como Bogotá y Medellín. Se recomendaron estudios de casos de inversionistas y empresarios de alto nivel (por ejemplo, en programas como Shark Tank) para comprender mejor las dinámicas de inversión y negociación.

La consultora dio herramientas para fortalecer la estrategia de networking con el fin de conectar con aliados clave y potenciales clientes en eventos y entornos empresariales relevantes. Se enfatizó la importancia de llegar a la inmersión en Bogotá y Medellín con una propuesta de negocio clara y un discurso bien estructurado.

Se enfatizó la necesidad de que Ok Web se diferencie claramente en el mercado, destacando su enfoque en optimización digital y crecimiento empresarial, recomendando evitar la oferta de servicios aislados como auditoría o desarrollo web y, en su lugar, consolidar una propuesta integral de alto valor.

Posteriormente, se realiza una nueva reunión el día 18 de marzo, reunión en la cual se pretende definir y estructurar un plan integral de innovación que permita a OK Web fortalecer su modelo de negocio, diferenciarse en el mercado y garantizar su crecimiento sostenible.

Esto incluye la implementación de tecnologías emergentes, la optimización de procesos, la creación de nuevos productos o servicios innovadores y el desarrollo de un sistema de negocio escalable, alineado con las tendencias del sector digital y las necesidades del mercado.

Se analizó la importancia de estructurar una estrategia de innovación basada en la transformación del modelo de negocio. Se propuso implementar metodologías como el "Lean Startup" y "Design Thinking" para validar ideas de innovación antes de su ejecución.

Se identificó que Ok Web está funcionando con un modelo transaccional tradicional, lo que limita su escalabilidad. Se recomendó evolucionar hacia un modelo de negocio basado en economía digital y servicios automatizados, estableciendo que la innovación debe centrarse en la creación de sistemas autónomos que generen ingresos sin la intervención directa del fundador. Se propuso desarrollar un ecosistema digital con tecnologías como la inteligencia artificial y la automatización de procesos para mejorar la eficiencia operativa.

En cuanto al protocolo de innovación, se establecieron cuatro fases clave:

- (1) Identificación de oportunidades de innovación
- (2) Desarrollo y validación de prototipos
- (3) Implementación y escalamiento
- (4) Medición del impacto y mejora continua.

Este protocolo permitirá a OK Web integrar la innovación en su ADN empresarial.

Se propuso el desarrollo de una plataforma con un modelo de "EdTech" que utilice aprendizaje adaptativo y gamificación para mejorar la retención de los usuarios. Se identificó que la formación en inglés técnico es una necesidad creciente en el mercado y puede representar una ventaja competitiva para OK Web.

Finalmente se dio cierre a las sesiones realizadas logrando:

- Actualización del sitio web de OK Web con enfoque en innovación
- Desarrollo del modelo de negocio para la plataforma educativa
- Presentación del protocolo de innovación ante la junta directiva.
- Generación de alianzas para la implementación de la plataforma educativa



OK Web debe construir una identidad sólida en el mercado a través de la diferenciación basada en innovación, destacando su capacidad para ofrecer soluciones avanzadas y disruptivas en el sector tecnológico.

Como evidencia de lo anterior se adjunta acta de la reunión, asistencia y fotografía como anexo 153.

4.1.29.2. Proyi:

Se realiza mentoría para la empresa Proyi por la consultora Liz Hernández con el fin de documentar la estrategia de innovación de la empresa para establecer un marco estructurado que guíe el desarrollo, validación y escalabilidad del producto, asegurando su alineación con las necesidades del mercado y su sostenibilidad a largo plazo.

Se realiza la presente reunión con el fin de realizar el cierre correspondiente, entregando la información y documentación pendiente y realizando el seguimiento de las tareas dejadas en la sesión anterior así:

- Se presentó y entrego la estrategia y protocolo de innovación
- Se desarrolló el MVP y se hizo primera fase de pruebas.
- Se realizó evaluación de oportunidades de mercado.
- Se realizó definición de objetivos estratégicos de innovación.
- Se identificaron los primeros clientes potenciales
- Se realizó la validación del modelo de negocio y estrategia de monetización.

El equipo trabajó en la construcción del dashboard y en la implementación de mejoras basadas en inteligencia artificial, identificaron la necesidad de capturar datos y retroalimentación de usuarios reales para mejorar el producto.

Como estrategia de innovación se estableció que la innovación de Proyibot es incremental, basada en mejoras sucesivas y optimización del producto. Se destacó la importancia de medir la adopción y la facturación para validar la estrategia.

Se estableció la necesidad de enfocarse en clientes que buscan soluciones de automatización, identificando oportunidades en sectores con baja competencia en IA. Se destacó la importancia de cerrar ventas y generar ingresos recurrentes.

Como implementación de Metodologías Ágiles, se confirmó el uso de Design Thinking para identificar puntos de fricción y mejorar la experiencia del usuario, aplicando Lean Startup para validar el modelo de negocio y mejorar el MVP.

Se deben establecer reuniones concretas para la negociación con potenciales clientes internacionales, se deben definir KPI clave para medir la evolución del producto y la



satisfacción del cliente, es esencial que la innovación se centre en un modelo de negocio escalable, asegurando que cada versión del producto se desarrolle con base en necesidades reales del mercado y feedback de clientes.

La consultora recomienda priorizar el desarrollo e integración de herramientas avanzadas de inteligencia artificial que permitan personalizar la experiencia del usuario y diferenciar el producto frente a la competencia. Es clave definir y evaluar métricas de rendimiento que permitan validar la eficacia del producto y su aceptación en el mercado.

Como evidencia de lo anterior se adjunta Acta de Reunión, Asistencia y Fotografía como Anexo No. 159.

4.1.30. Mentoría con el fin de realizar actividades al interior de la empresa para fomentar la generación de ideas innovadoras para aumentar la competitividad, utilizando técnicas de creatividad y metodologías de innovación.

Se realiza mentoría para la empresa Datosfera SAS por la consultora Liz Hernández con el fin de fomentar una cultura de innovación dentro de la empresa mediante la implementación de actividades estructuradas que estimulen la creatividad y la generación de ideas, utilizando técnicas de creatividad y metodologías de innovación. Esto permite desarrollar soluciones innovadoras que incrementen la competitividad y el valor de la empresa en el mercado.

Se realizó una simulación de compra de licencias para evaluar la interacción del usuario con el chatbot, validando estructura de memoria y la capacidad de respuesta del sistema, asegurando que pueda ofrecer información relevante en tiempo real.

Se identificó la necesidad de mejorar la claridad en la información presentada al usuario, garantizando una experiencia más intuitiva y eficiente. Se recomienda aplicar metodologías de user experience (UX) y user interface (UI) para optimizar la presentación de respuestas y facilitar la navegación.

Se analizaron los costos operativos del chatbot, determinando que su bajo costo por interacción (0.02 dólares por múltiples pruebas) permite un modelo escalable, identificando la oportunidad de estructurar un modelo de costos innovador, basado en el análisis de consumo y la demanda del servicio.

Se exploraron tres enfoques de fijación de precios:

- Costeo basado en costos operativos y margen de ganancia.
- Precios basados en la competencia.
- Precios basados en el valor percibido por el cliente.



Se acordó combinar estos enfoques para desarrollar un modelo de precios innovador y flexible, alineado con las necesidades del mercado y la percepción de valor del cliente.

Se recomienda diseñar estrategias de marketing basado en datos (data-driven marketing) para mejorar la segmentación y personalización de ofertas.

Como evidencia de lo anterior se adjunta acta de reunión, asistencia y fotografía como anexo No. 154.

4.1.31. Mentoría y acompañamiento personalizado para la reestructuración administrativa de la empresa en temas legales y contables y diseñar un protocolo de gestión.

Mentoría realizada para la empresa Gisruptivo en donde se acordó el diseño de un protocolo de gestión para optimizar estos procesos y garantizar el cumplimiento normativo. También se abordó el fortalecimiento de estrategias de mercadeo y se identificó a la Asociación de Ganaderos como un aliado estratégico clave para potenciar la empresa a nivel nacional, a través de su vinculación con clústeres y asociaciones del sector.

Se evaluó la madurez en la prestación del servicio, identificando oportunidades de mejora en la gestión operativa y financiera. Se analizaron las estrategias de mercadeo actuales, sugiriendo acciones para fortalecer el posicionamiento en el mercado.

Finalmente, se definieron los compromisos y próximos pasos, asignando responsabilidades para el seguimiento de las iniciativas acordadas.

En cuanto a la prestación del servicio, se identificó un nivel de madurez adecuado en su implementación, pero se resaltó la necesidad de fortalecer los procesos de mercadeo. Se propuso potenciar la estrategia comercial mediante la vinculación con aliados estratégicos, destacando a la Asociación de Ganaderos como un actor clave para la expansión a nivel nacional.

En este sentido, se acordó contactar a los clústeres de Colombia y a las asociaciones ganaderas del Eje Cafetero con el fin de ampliar la red de colaboración y fortalecer la presencia en el sector.

Finalmente, se definieron los compromisos y las responsabilidades de cada parte involucrada, estableciendo un plan de acción con seguimiento a corto y mediano plazo para asegurar la implementación efectiva de las estrategias acordadas.

Se resaltó la importancia de fortalecer la estructura administrativa y contable de la empresa para garantizar su sostenibilidad y cumplimiento normativo. Además, se evidenció la necesidad de mejorar las estrategias de mercadeo para ampliar el alcance y



posicionamiento en el sector. Se destacó el valor de establecer alianzas estratégicas con la Asociación de Ganaderos y otras entidades del sector para generar oportunidades de crecimiento. Finalmente, se acordó programar una sesión presencial con el fin de identificar puntos de trabajo en conjunto y definir un plan de acción más detallado.

Como evidencia de lo anterior se adjunta Acta de Reunión, Asistencia y Fotografía como anexo No. 161.

4.1.32. Implementación y seguimiento del protocolo administrativo, legal y financiero diseñado y Documentar los procesos administrativos, legales y financieros según las experiencias previas y realizar un protocolo ágil.

Mentoría realizada para la empresa Gisruptivo con el objetivo de integrar toda la información en un único documento que funcione como una herramienta de gestión integral para la organización.

Durante esta sesión, se llevó a cabo la revisión de la planeación estratégica previamente desarrollada y la evaluación de un instrumento diseñado para el seguimiento de las principales áreas de la organización. Este instrumento abarca la planeación estratégica, la gestión financiera, la planificación del área comercial, la administración del talento humano y la prestación del servicio

En este contexto, se realizó la presentación de dicha herramienta con el propósito de validarla y garantizar su efectividad, analizando avances, oportunidades de mejora y ajustes necesarios para fortalecer su ejecución. Asimismo, se evaluó un instrumento diseñado para el seguimiento de las principales áreas de la organización, incluyendo la planeación estratégica, la gestión financiera, la planificación comercial y la prestación del servicio. En este proceso, se revisaron los criterios y métricas establecidas para cada área, con el fin de garantizar un monitoreo efectivo del desempeño organizacional.

Se evidenció la importancia de realizar un seguimiento continuo a la planeación y ejecución, recomendando herramientas como Scrum para gestionar la organización a partir de una visión por área, actividades específicas, mecanismos de seguimiento estructurados y el empoderamiento de los miembros del equipo. Esto permite una gestión desde la gerencia basada en la delegación de roles estratégicos, fomentando la participación de los integrantes del equipo y logrando así un crecimiento organizacional en espiral cíclica, optimizando la evolución constante de la empresa.

Finalmente, se discutió la integración de toda esta información en un único documento que funcione como una herramienta integral para la gestión de la organización, asegurando su claridad y funcionalidad para la toma de decisiones. Se presentó y validó



esta herramienta de gestión integral, identificando oportunidades de mejora y estableciendo los próximos pasos para su implementación y seguimiento.

Como evidencia de lo anterior se adjunta Acta de Reunión, Asistencia y Fotografía como anexo No. 162.

4.1.33. Realizar un análisis de las necesidades de desarrollo de liderazgo y habilidades de los empleados para la empresa In Check.

Se lleva a cabo un proceso de mentoría con la empresa In Check con el objetivo de identificar y abordar las necesidades de desarrollo en liderazgo y habilidades del equipo de trabajo. Esta iniciativa surge de la necesidad de mejorar el desempeño individual y colectivo, así como de alinear las capacidades del talento humano con los objetivos estratégicos de la organización.

Durante la mentoría, se analiza el contexto organizacional y se detectan áreas clave donde es necesario fortalecer competencias, especialmente aquellas relacionadas con la toma de decisiones, la comunicación efectiva y la gestión del cambio. Para responder a estas necesidades, se implementan metodologías ágiles, en particular *Scrum*, como marco de trabajo que facilita la autogestión, la colaboración entre equipos multidisciplinarios y la entrega incremental de valor.

El uso de metodologías ágiles permite fomentar una cultura organizacional basada en la adaptabilidad, el empoderamiento de los colaboradores y la mejora continua. Al asumir roles más activos dentro de equipos ágiles, los empleados desarrollan habilidades de liderazgo situacional, incrementan su sentido de responsabilidad y contribuyen más eficazmente al logro de resultados.

Este enfoque no solo fortalece el desarrollo profesional de los empleados, sino que también potencia la capacidad de la empresa para responder a un entorno dinámico y competitivo, mejorando su eficiencia operativa y su alineación con las metas institucionales.

Durante la reunión con la gerente de la empresa, se realizó un análisis de las habilidades de liderazgo de los empleados y se reflexionó sobre la importancia de su desarrollo para el crecimiento organizacional. Se destacó la implementación de metodologías ágiles como Scrum, tanto como metodología de trabajo como instrumento para fortalecer habilidades de liderazgo. Su aplicación permite:

- Definir roles específicos, como el Product Manager.
- Crear y gestionar backlog de tareas.
- Medir el crecimiento organizacional semana a semana.
- Empoderar a los empleados a través de la toma activa de decisiones.



Se hizo énfasis en que la metodología Scrum no debe aplicarse únicamente en el área de producción, sino también en las áreas comercial, ventas y financiera para optimizar la dinámica del equipo de trabajo y mejorar sus habilidades de liderazgo.

Como evidencia de lo anterior se adjunta Acta de Reunión, Asistencia y Fotografía como Anexo No. 166.

4.1.34. Identificar y poner en práctica al menos 1 estrategia tributaria aprendida durante las sesiones de formación para la empresa onyxsoft.

Se realiza mentoría con la contadora de la empresa Onyxsoft Paula García, quien es la encargada del proceso internamente, y se analiza el estado actual de la organización en temas de cumplimiento formal en temas tributarios (RENTA E IVA en exportación de servicios). En este análisis se detecta que la empresa no cuenta con una estrategia fiscal, ni planeación tributaria en renta.

Se analiza el cumplimiento del decreto 2223/2013 por parte de la empresa para establecer el cumplimiento formal de los requisitos para la exención de IVA. Se inicia por la revisión de la inscripción como exportadores de servicios y que cuenten con la clasificación de productos y el modo de exportación de servicios adecuado (Transfronterizo), se valida el RUT y se evidencia que cumplen, sin embargo, esta actualización se realizó a finales de 2024, esto conlleva un potencial riesgo en las exportaciones realizadas antes de esta fecha.

También se validó las declaraciones de IVA, su periodicidad y el correcto diligenciamiento de esta en el formulario de la DIAN. Están cumpliendo con el periodo bimestral de la presentación de la declaración de IVA y adicional ingresan los valores de exportación en la casilla correspondiente. Sin embargo, en este punto se encuentra que las declaraciones de IVA tienen un saldo a favor de la compañía, estas no cuentan con la firma del contador, teniendo como consecuencia que no puedan pedir el saldo a favor a la DIAN y que puedan entenderse como no presentadas ya que es un requisito formal cuando hay saldo a favor que las firme el contador. Se anota este punto y la empresa iniciara a firmarlas en 2025 por contador para subsanar el error.

Con el tema de renta se valida si cuentan con beneficio de auditoría y se determina que en 2023 no, por esto, se tiene abierta la declaración por 3 años contados a partir de la fecha de presentación de esta. Para 2024 se revisa y se establecen estrategias que se desarrollan en el siguiente punto.

Después de conocer la situación actual de la empresa y el análisis de los puntos se determina, en conjunto con la contadora, las siguientes estrategias:



- Impuesto de renta

Se validará, de acuerdo con el borrador de la declaración de la vigencia 2024, quedar con beneficio de auditoría a 6 meses, es decir, que quede en firme en 6 meses aumentando el impuesto en un 35% comparando el impuesto neto de renta del año 2023, haciendo el análisis, con el saldo a favor que tienen y la utilidad proyectada se puede cumplir fácilmente sin que represente una erogación para la compañía.

- Impuesto al valor agregado IVA

Se analizó el cumplimiento del decreto 2223 para la exención de IVA en la facturación y se establecieron los puntos y archivo de información en caso de una visita de la DIAN, esto permite facturar con 0% de IVA los servicios de exportación. Los documentos que deben elaborar y archivar son:

- Contrato del servicio con las condiciones del servicio y el valor pactado o la forma de calcularlo
- Factura de exportación de servicio como desarrollo de software
- Certificado anual del representante legal de la empresa donde indique que el servicio es prestado exclusivamente en el exterior por el comprador.

Con esto podrá facturar tranquilamente con 0% IVA y tendrá derecho a devolución del IVA de compras que tenga en relación con la prestación del servicio.

- Impuesto de Industria y Comercio

Se indica que este impuesto no aplica para la exportación de servicios en la mayoría de los municipios de Colombia, incluyendo en el que opera la empresa, esto permite no tener carga tributaria local en la venta y como los ingresos más altos son de exportación, el pago de este impuesto por lo nacional es mínimo. Ayudando a la compañía ahorrar recursos para la operación.

Se indica la forma de declarar en el formulario como excluidos del impuesto para que sea válido, y en caso de una verificación de la alcaldía, se cuentan con los soportes para la DIAN, que nos sirven de igual manera.

- Operación cambiaria

No se puede evidenciar con documentación el cumplimiento de la normatividad, de igual manera, se indica que se debe canalizar a través de un intermediario del



mercado cambiario (BANCO) y que el numeral cambiario a usar es el 1840 por servicios profesionales y técnicos. Se anexa como soporte el listado de numerales cambiarios del Banco de la República vigente para revisión y actualización.

También se recomienda llevar un control por exportación, para determinar el pago, cuentas por cobrar y el cumplimiento de la parte cambiaria.

Se establecen unas tareas en archivo para poder cumplir con los puntos anteriores y es que se tenga por exportación una carpeta con los siguientes documentos para organización y una posible visita por parte de entes de control.

1. Factura de exportación de servicios
2. Formulario cambiario de legalización de pago
3. Pantallazo de negociación de divisas con el banco
4. Y una externa con el contrato y certificación del representante legal que se actualice anualmente.

La empresa esta receptiva a las condiciones tributarias y va a implementar las estrategias para blindarse de posibles sanciones y ahorrar recursos en IVA e ICA.

Como evidencia de lo anterior se adjunta Acta de Reunión, Asistencia y Fotografía como Anexo No. 167.

4.1.35. Mentoría para diseñar una política de ciberseguridad para la empresa Escuela Didáctica.

Se realiza mentoría para la empresa Escuela didáctica con el fin de Definir los lineamientos fundamentales para el diseño de una Política de Ciberseguridad adaptada a la realidad operativa, tecnológica y jurídica de Escuela Didáctica S.A.S., considerando la sensibilidad de la información que gestiona la empresa, la estructura de roles con acceso a datos críticos, y la necesidad de establecer controles efectivos que mitiguen riesgos internos y externos, sin afectar la experiencia de usuario. Esta política servirá como base para fortalecer la cultura de seguridad digital, regular el uso de plataformas como Moodle, y establecer pautas claras para colaboradores internos y externos.

Durante la sesión realizada con la empresa Escuela Didáctica S.A.S., se llevó a cabo un espacio de trabajo virtual colaborativo en el que se abordaron los aspectos fundamentales para estructurar una Política de Ciberseguridad alineada a las dinámicas operativas y al tipo de información que gestiona la empresa. Se resaltó la criticidad de los datos manejados, incluyendo el know-how de terceros (clientes) y el uso de plataformas como Moodle, lo cual exige una estrategia sólida de protección. Se discutió la necesidad de identificar riesgos tanto externos como internos como línea base para el diseño de la política, así como la inclusión de recomendaciones jurídicas, en especial la incorporación de cláusulas de ciberseguridad en los contratos laborales y con freelances. Se mencionó



la importancia de encontrar un balance entre experiencia de usuario y protección digital, y se planteó la revisión de formularios de autoregistro como posibles vectores de riesgo. Además, se identificaron los roles críticos con acceso a información sensible, se revisaron las prácticas actuales de backup (diarias e incrementales), y se sugirió fortalecer las medidas con antivirus robustos. Finalmente, se recomendó implementar un proceso de socialización transversal de la política para garantizar su comprensión, apropiación y aplicación efectiva en todos los niveles de la organización.

- Se subrayó la necesidad de proteger la información sensible y definir riesgos internos y externos para la política de ciberseguridad.
- Se acordó agregar cláusulas de ciberseguridad en los contratos laborales y con freelancers.
- Se recomendó revisar formularios de autoregistro y fortalecer las políticas de backup y antivirus.
- Se destacó la importancia de socializar la política de ciberseguridad con todo el personal.
- Acciones de seguimiento: Envío del acta de reunión y estructura de la política de ciberseguridad dentro de los plazos acordados.

Como evidencia de lo anterior, se adjunta acta, asistencia, fotografía y entregable como anexo 169.

4.1.36. - Mentoría sobre identificar la información sensible manejada por la empresa y cuáles son los principales riesgos cibernéticos para esta información para la empresa Escuela Didáctica.

Se realiza mentoría a la empresa Escuela Didáctica con el fin de socializar los principales hallazgos relacionados con comportamientos de riesgo digital, nivel de exposición y brechas en ciberseguridad. Además, se presentaron recomendaciones prácticas para mitigar vulnerabilidades y fortalecer la cultura de seguridad digital en el entorno de las plataformas educativas.

Durante la sesión se entregaron los resultados del diagnóstico aplicado a la capa de usuario final utilizando la herramienta Eslabón de Hardened. se presentaron los resultados del diagnóstico realizado a la capa de usuario final mediante la herramienta Eslabón, desarrollada por Hardened. Se expusieron los hallazgos más relevantes en cuanto a comportamientos de riesgo digital, niveles de exposición frente a amenazas comunes y principales brechas de ciberseguridad identificadas. El equipo explicó la metodología utilizada y contextualizó los resultados para facilitar su comprensión. Además, se entregó



el informe final del diagnóstico en ciberseguridad para usuarios finales y se compartieron recomendaciones prácticas orientadas a reducir vulnerabilidades y fortalecer la cultura de seguridad digital.

Se recomienda implementar acciones formativas periódicas, reforzadas con simulacros, cápsulas educativas y buenas prácticas que permitan integrar la ciberseguridad como componente transversal dentro del proceso de desarrollo de las plataformas de Escuela Didáctica.

El informe final del diagnóstico en ciberseguridad fue enviado a la empresa escuela didáctica junto con los usuarios y claves, documento del cual solo tiene acceso la misma empresa, pues se trata de información sensible.

Como evidencia de lo anterior, se anexa Acta de la reunión, asistencia, fotografía y presentación como anexo 170.

4.1.37. Participar en un programa de mentoría con el fin de Diseñar e implementar un Protocolo estructurado que permita a la empresa identificar oportunidades, definir estrategias y ejecutar acciones orientadas a fortalecer su competitividad en el mercado, mediante el desarrollo de soluciones diferenciadoras, sostenibles y centradas en las necesidades del cliente.

Se realiza mentoría a la empresa Proyectos y Soluciones SAS con el fin de Diseñar e implementar un protocolo estructurado de innovación.

En la sesión se trataron los siguientes temas:

1. Validación del prototipo funcional con datos reales del cliente:

Se revisó el avance del producto “Ayudando”, ajustado con información específica del cliente potencial (hospital), como parte del proceso de cocreación y prueba de concepto.

Esta validación es clave en procesos de innovación centrados en el usuario.

2. Redefinición de la propuesta de valor desde la innovación:

Se abordó la necesidad de replantear el discurso comercial del software, pasando de un enfoque técnico (desarrollo a medida) a una narrativa centrada en la solución innovadora que el producto ofrece: caracterización de población y atención eficiente.



3. Identificación y comunicación del valor diferencial:

Se discutió cómo posicionar al producto como una solución especializada en procesos administrativos y de gestión poblacional. Esta especialización es un componente estratégico de innovación, al permitir diferenciación frente a competidores genéricos.

4. Optimización de la estructura de la propuesta comercial:

Se analizaron elementos visuales, discursivos y estructurales de la presentación del producto, con el objetivo de innovar en la forma de comunicar valor, utilizando diseño infográfico, lenguaje orientado al beneficio y simplificación del contenido.

5. Definición del entregable innovador: cohortes caracterizadas:

Se acordó que el verdadero resultado del proceso innovador no es solo la implementación del software, sino la generación de cohortes poblacionales caracterizadas y listas para intervención. Esto traduce la innovación en valor tangible para el cliente.

6. Diseño preliminar de la estrategia de implementación:

Se discutieron las fases de implementación del producto, tiempos estimados, y el uso de herramientas tecnológicas como medio para lograr objetivos innovadores. Se estableció que la innovación debe incluir cronogramas, métricas de éxito y sostenibilidad.

La innovación se valida en el mercado, no en la presentación. Aunque el producto “Ayudando” cuenta con funcionalidades potentes, su éxito innovador depende de cómo resuelve un problema real para el cliente. En este caso, la caracterización de poblaciones y la generación de cohortes útiles para la toma de decisiones son el verdadero diferencial. El empresario debe enfocar su discurso comercial en estos resultados y no en la tecnología como fin. Innovar es resolver mejor que otros, con menor fricción y mayor impacto.

El valor de una solución innovadora radica en su especialización, no en su versatilidad. Presentarse como desarrolladores “a la medida” diluye el valor percibido del producto. En mercados competitivos, los clientes buscan expertos que comprendan sus procesos, no generalistas. La asesoría demostró que un enfoque especializado en procesos de caracterización poblacional es más potente que un enfoque genérico de software. La especialización es el camino más directo hacia la innovación con diferenciación.

Innovar también es comunicar: el relato debe estar al nivel del producto. Una propuesta innovadora que no se comunica con claridad pierde impacto. Se evidenció que el diseño



actual de la propuesta comercial requiere un reenfoque hacia una comunicación efectiva: visual, directa y orientada al valor. El uso de infografías, lenguaje accesible y ejemplos contextualizados son herramientas claves para cerrar ventas de productos innovadores.

Como evidencia de lo anterior, se adjunta acta de la reunión, asistencia y fotografía como anexo No. 171.

4.1.38. Documentar los procesos administrativos y de gestión de proveedores (selección, evaluación, negociación, gestión de relaciones y supervisión), según las experiencias previas.

Se realiza reunión con la empresa ok web con el fin de Establecer las bases para la documentación estructurada de los procesos administrativos y de gestión de proveedores, con enfoque en automatización y escalabilidad, dentro de una empresa de desarrollo web que posiciona la presencia digital como activo estratégico.

Durante la sesión se abordó la importancia de consolidar procesos clave en áreas críticas (finanzas, mercadeo, ventas y desarrollo), con especial énfasis en la comercialización consultiva, identificando que el proceso más relevante actualmente es la generación de alianzas estratégicas como fuente principal de oportunidades de negocio.

Se propuso estructurar un checklist operativo por áreas, como herramienta de control y crecimiento 360°, permitiendo escalar actividades mediante delegación, tecnología o asistencia externa, según la madurez del negocio.

Como evidencia de lo anterior, se adjunta acta de reunión, asistencia y fotografía como Anexo No. 172.

4.1.39. Implementación y seguimiento de los procesos administrativos y gestión de proveedores y clientes diseñado para la empresa Ok Web.

Se realiza sesión con el fin de Iniciar la implementación operativa y seguimiento del sistema de procesos administrativos, gestión de proveedores y atención a clientes, utilizando como base el Documento Maestro diseñado. La sesión buscó validar la aplicabilidad del instrumento, establecer responsables, ciclos de actualización y criterios de mejora continua para escalar eficientemente la operación interna de la empresa.

Se llevó a cabo la reunión para iniciar la implementación operativa y seguimiento del sistema de procesos administrativos, gestión de proveedores y atención a clientes, basados en el Documento Maestro diseñado. Se revisó y validó el documento, asignando responsabilidades específicas para cada proceso y estableciendo ciclos de actualización

periódicos. También se definieron criterios de mejora continua y se discutió la implementación inicial de los procesos con plazos y recursos claros. Se acordaron mecanismos de seguimiento y control, anticipando obstáculos y estableciendo soluciones.

Como evidencia de lo anterior se adjunta acta de reunión, asistencia y fotografía como anexo 173 y documento maestro diseñado (entregable) como anexo 174.

4.1.40. Informe final del prototipo utilizando herramientas de innovación, diseño y/o modelado.

Se realizaron sesiones con la consultora Liz Hernández en el marco de los espacios de innovación de las empresas Proyi, Proyectos y Soluciones, Ok Web, Ambientes Virtuales, Hyo, Edentia y Datosfera con el fin de realizar acompañamiento a las plataformas en la implementación o ajuste de los distintos prototipos diseñados para cada una de ellas, la asesoría permitió que las empresas ejecutaran los prototipos conforme las herramientas de innovación recibidas. Este proceso permitió adaptar las soluciones a las particularidades de cada entorno, promoviendo su adecuada integración y funcionalidad y así las empresas puedan evidenciar un crecimiento potencial en cada una de ellas.

Como evidencia de lo anterior, se adjunta informe y prototipos diseñados en las empresas como anexo 175.

4.1.41. Entregables finales proceso innovación.

Se realizó la entrega del documento de cierre a las empresas Proyi, Proyectos y Soluciones, Ambientes Virtuales, Hyo, Edentia y Datosfera, con el objetivo de proporcionarles un acceso estructurado a la información recopilada a lo largo de todo el proceso de innovación. Este documento compila los aprendizajes, avances y prototipos desarrollados, y está diseñado para servir como guía en la fase de implementación, facilitando así la puesta en marcha de las soluciones y conocimientos adquiridos durante las sesiones.

Los informes finales fueron entregados durante la última sesión de cada empresa, cerrando un proceso técnico y estratégico que integró el uso riguroso del Protocolo de Innovación. Esta herramienta no solo permitió diagnosticar con claridad las oportunidades de mejora dentro de cada organización, sino que ofreció una estructura práctica para activar procesos de cambio concretos, medibles y sostenibles. La entrega oportuna de estos informes garantiza que las empresas cuenten con una guía clara para continuar impulsando sus capacidades desde una lógica de productividad e innovación.

Cada informe fue construido a partir de una estructura modular que facilita su aplicación directa al modelo de negocio. A través de capítulos como el diagnóstico de innovación,



fases del protocolo, responsables, KPIs y acciones prioritarias, las empresas pudieron visualizar con claridad los pasos necesarios para transformar sus procesos, integrar nuevas soluciones y acelerar el paso de la idea a la ejecución. Esta organización por etapas convierte al protocolo en una herramienta de gestión que permite tomar decisiones con enfoque, velocidad y sentido estratégico.

El Protocolo de Innovación, más allá de ser un marco conceptual, demostró ser un acelerador de productividad. Su uso permitió a las empresas identificar cuellos de botella, optimizar recursos, integrar herramientas tecnológicas y fortalecer capacidades internas. En contextos donde el crecimiento requiere eficiencia, el protocolo actuó como un puente entre la visión estratégica y la operación diaria, fomentando una cultura de ejecución que incorpora la innovación como parte natural del trabajo empresarial.

Como evidencia de lo anterior, se adjuntan entregables como anexo 176.

4.1.42. Entregable final proceso Yeminus.

En virtud al proceso ejecutado con la empresa Yeminus, se hace el entregable final del proceso en el cual se sintetiza el proceso de acompañamiento estratégico realizado.

El foco fue fortalecer su capacidad de escalamiento comercial, consolidar su posicionamiento en sectores regulados como salud y finanzas, y construir una infraestructura de crecimiento basado en datos, automatización e inteligencia de mercado

Este informe sintetiza el proceso de acompañamiento estratégico realizado con Yeminus, una empresa colombiana con más de 20 años de experiencia en el desarrollo de soluciones tecnológicas empresariales, que ha evolucionado hacia un modelo SaaS altamente customizable. El acompañamiento se diseñó con base en estándares internacionales para empresas SaaS B2B personalizables, teniendo en cuenta la naturaleza de su producto (software en la nube con capacidades de personalización) y la madurez de su modelo de negocio.

El entregable se puede evidenciar en el anexo No. 177.

4.1.43. Mentoría sobre mercados nacionales para la empresa Triage.

Los consultores Eduardo Sánchez y William Saavedra realizaron una sesión con la empresa Triage con el objetivo de llevar a cabo un análisis exhaustivo sobre la inteligencia de mercados a nivel nacional, igualmente, brindar estrategias y herramientas para este fin.



Durante la sesión, se revisó un documento especializado en inteligencia de mercados, en el cual se analizaron mercados cercanos, específicamente aquellos pertenecientes a la Comunidad Andina y la Alianza del Pacífico. Estos mercados fueron seleccionados por presentar condiciones similares a las del sistema ofrecido por Triage.

Como resultado del análisis, se preseleccionaron tres países que presentan potenciales compradores para la oferta de Triage desde Colombia. A partir de esta asesoría, la empresa comprendió la oportunidad estratégica que representan estos tres mercados y se planteó desarrollar actividades de exploración y posicionamiento durante el segundo semestre de 2025, con el fin de determinar cuál de ellos presenta el mayor potencial para sus servicios. Adicionalmente, el documento revisado contiene información relevante sobre las condiciones de acceso a estos mercados, así como datos clave que deberán tenerse en cuenta al momento de prestar servicios en cualquiera de estos países.

Se discutió la crisis actual en el sector salud y la necesidad de tomar decisiones sobre la continuidad de las empresas en diciembre.

- Se mencionó que los clientes están reacios a pagar por pruebas y servicios, lo que representa un desafío.

- Se identificaron dos particularidades clave:

- o El tipo de servicio que se ofrece y a quién se presta.

- o La dificultad de encontrar distribuidores adecuados y la necesidad de un enfoque personalizado.

Se compartieron tres bases de datos que pueden ayudar a mejorar el contacto con instituciones de salud en Colombia.

Se destacó la importancia del networking y la participación en eventos del sector para mejorar el posicionamiento de marca.

Se discutió la existencia de clusters en salud y la importancia de establecer contactos con ellos.

Se mencionó la posibilidad de colaborar con la Cámara de Comercio y otras entidades para atraer pacientes internacionales.

Se realizó un análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas):

- o Fortalezas: Especialización del servicio, capacidad de adaptación y talento humano.

- o Debilidades: Marca poco posicionada, dificultad para acceder a financiamiento y falta de participación en eventos comerciales.

- o Oportunidades: Crecimiento del sector salud y la posibilidad de alianzas estratégicas.

- o Amenazas: Alta competencia, avance rápido de la tecnología y protección de datos.

Se sugirió definir una propuesta de valor clara y establecer una estrategia comercial que



incluya visitas comerciales presenciales.

- Se recomendó participar en eventos y ferias del sector para mejorar el networking y la visibilidad de la marca

Se acordó que Ana revisará el informe y las bases de datos compartidas.

- Se enfatizó la necesidad de establecer contactos con laboratorios clínicos y otras IPS para explorar oportunidades de colaboración.
- Se sugirió la creación de testimoniales de médicos que utilizan la herramienta para demostrar su efectividad

La reunión concluyó con un enfoque en la importancia de la colaboración y el networking para superar los desafíos actuales en el sector salud.

Se establecieron acciones concretas para mejorar el posicionamiento de la marca y se acordó seguir trabajando en el desarrollo de alianzas estratégicas.

Como evidencia de lo anterior se adjunta acta de reunión, asistencia, fotografía y entregable como Anexo 178.

4.2 Talleres:

Los talleres son espacios dinámicos y participativos diseñados para fomentar el aprendizaje práctico, la creatividad y la colaboración. A través de actividades estructuradas y enfocadas en objetivos específicos, los participantes adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y fortalecen competencias clave en un ambiente interactivo. Estos espacios permiten explorar ideas, resolver problemas y aplicar conceptos en contextos reales, promoviendo el crecimiento personal y profesional.

Para el mes de octubre no se ejecutan talleres.

En este mes del 17 al 31 de octubre el plan de trabajo que se manejó, fue el siguiente:

- Reunión de inicio donde se presentó el equipo de trabajo y el cronograma a trabajar.
- Participación en un programa de creación de una estrategia de marca integral, realizándose diferentes asesorías con las empresas Escuela Didáctica SAS y Triage SAS enfocadas en conocer la empresa y realizar diagnósticos de marca a la misma.
- Análisis interno de las estrategias actuales y la identificación de brechas en el alcance de clientes con la empresa Weppa Cloud.

Para el mes de noviembre se ejecutan los siguientes talleres:



4.2.1. Taller denominado participar en un programa de mentoría y/o acompañamiento personalizado para el acompañamiento en la identificación de oportunidades en nuevos mercados y definición de precios

Taller en donde participaron las siguientes empresas:

- Empresa Delphi Analytics SAS:
- Empresa Gisruptivo
- Empresa Proyi
- Empresa Datosfera
- Empresa HYO
- Empresa Onyx

El taller se realiza de forma personalizada por los consultores Eduardo Sánchez y William Saavedra, ofreciendo a los empresarios realizar el taller de forma virtual y presencial para lograr la participación de todos los interesados en el tema a tratar, participando de forma presencial las empresas proyi, datosfera, hyo y gisruptivo, y de forma virtual las empresas delphi analytics sas y onyxsoft sas, dan la palabra a cada empresario para presentar su negocio, y así poder dar las pautas necesarias respecto al acompañamiento para saber identificar una oportunidad de mercado, realizando ejercicios sobre cómo debe ser la estructura administrativa y financiera de las empresas y el modelo de negocio en de cada una según las recomendaciones dadas. Se enseña a las empresas a identificar claramente la forma de operar para saber cuál debe ser el precio de su producto o servicio y así al realizar diferentes estudios de mercados, podrán establecer de forma correcta los precios de sus servicios o productos.

Figuras 1: Presentación Taller



Fuente propia

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en la asistencia de los empresarios en el anexo 50 y presentación del taller en el anexo 51.

4.2.2. Taller denominado participar en un programa de formación sobre apertura de mercados

Taller en donde participaron las siguientes empresas:

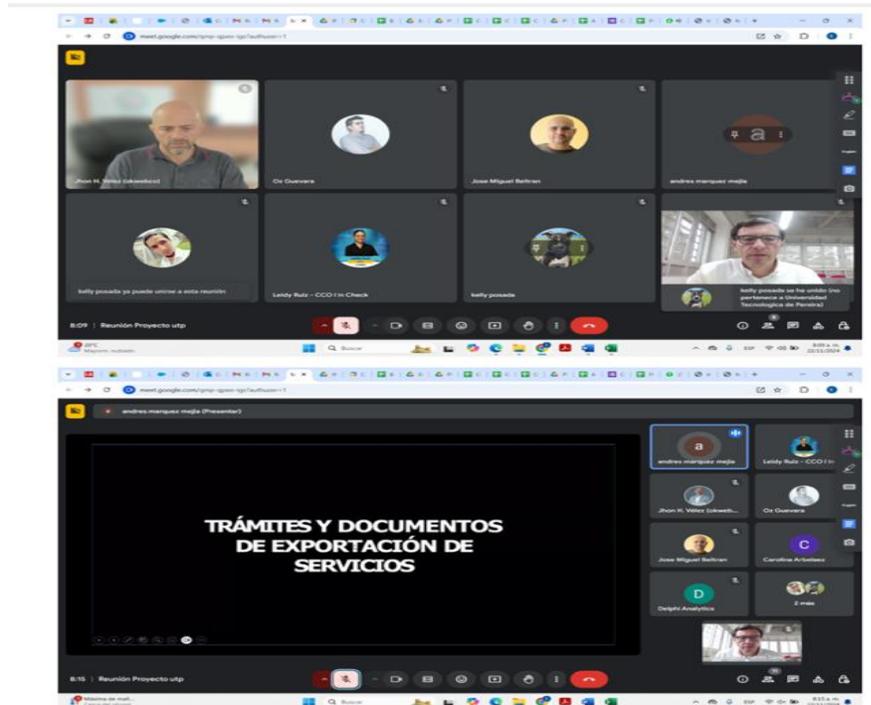
- Empresa Ambientes Virtuales
- Empresa HYO
- Empresa Gisruptivo
- Empresa Escuela Didáctica
- Empresa Yeminus
- Empresa In Check Integral Solutions SAS
- Empresa Proyi
- Empresa ok Web
- Empresa Delphi Analytics SAS:
- Empresa Datosfera.

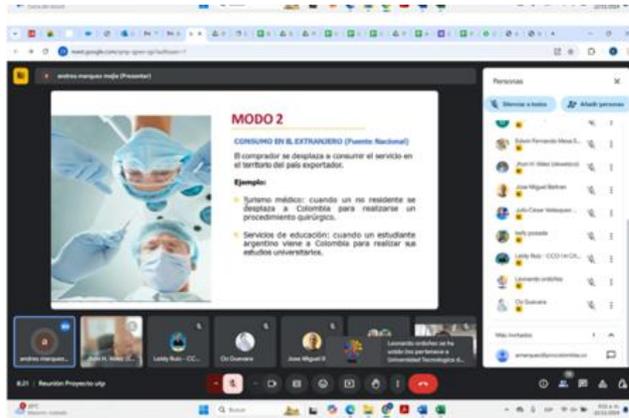
Este taller fue orientado por Eduardo Sánchez, ofreciendo a los empresarios realizar el taller de forma virtual y presencial para lograr la participación de todos los interesados en el tema

a tratar, participando de forma presencial las empresas Ambientes Virtuales, Hyo, Gisruptivo y Escuela Didáctica , y de Forma Virtual las empresas Yeminus SAS, In Check Solutions SAS, Proyi, Ok Web, Delphi Analytics SAS y Datosfera SAS, se presenta información sobre la exportación de servicios desde Colombia, destacando la necesidad de cumplir con los requisitos tributarios y legales. Se abordaron los proyectos de promoción internacional y la participación de Colombia en mercados como México, Perú y Costa Rica.

Se destacó la importancia de establecer relaciones comerciales sólidas y la necesidad de adaptarse a las regulaciones locales. Se realizó un análisis del mercado en diferentes países, incluyendo las oportunidades y desafíos que enfrentan las empresas colombianas al exportar servicios. Se mencionaron las tendencias actuales en el comercio internacional y la necesidad de innovación en los servicios ofrecidos. Se abrió el espacio para preguntas, donde los participantes discutieron sobre la legalidad de las operaciones y los requisitos específicos para la exportación de servicios. Hubo preguntas sobre la exención de IVA para servicios SaaS, a lo que Eduardo respondió con información sobre las condiciones necesarias. Se acordó mantener una comunicación constante para asegurar el éxito de las iniciativas discutidas. Se concluyó que la colaboración y el cumplimiento de las normativas son esenciales para el éxito en la exportación de servicios.

Figuras 2 Empresarios asistentes





Fuente propia

Cabe aclarar que, la convocatoria de este taller se realizó por diferentes medios, por correo electrónico y por grupo de WhatsApp creado con las 15 empresas participantes del proyecto para fines informativos, taller que inicialmente se encontraba dirigido únicamente a ciertas empresas, sin embargo, se envió la invitación a las 15 empresas participantes de la actividad con el fin de que todas pudieran participar en este taller, por tanto se dio cumplimiento del cierre de brechas con la elaboración del mismo.

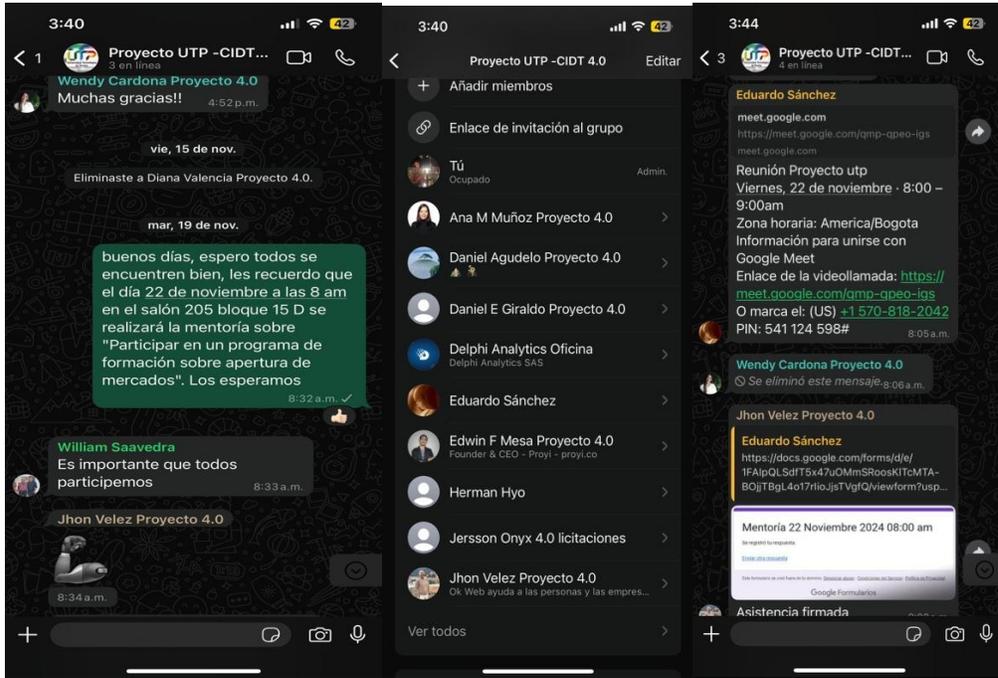
Conforme a lo anterior, de las 15 empresas participaron 10, quedando sin asistir:

- Triage
- Proyectos y Soluciones
- Weppa
- Edentia
- Onyxsoft

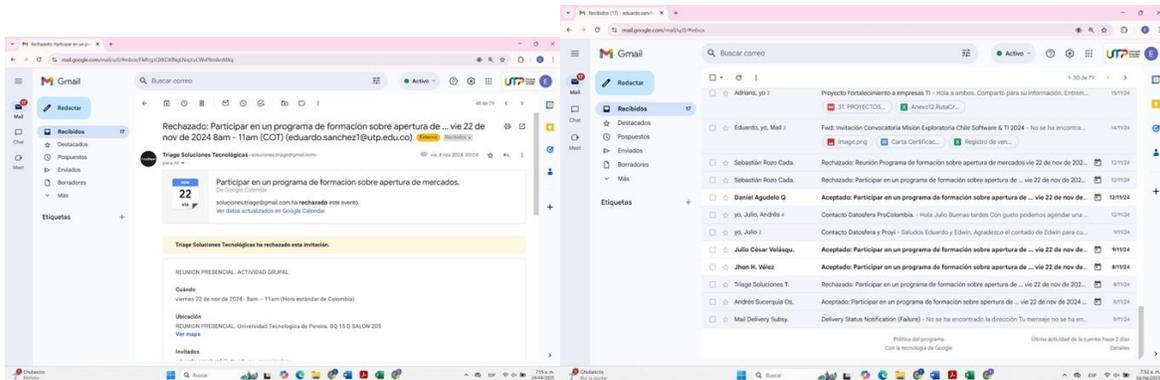
La convocatoria se puede evidenciar en las siguientes imágenes, de la cual cabe aclarar que, aunque en el texto se indica como mentoría, se trataba del programa de formación:



Figuras 3 Grupo de Whatsapp Proyecto UTP- Convocatoria



Figuras 4 Convocatoria Correo Electrónico



La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en la asistencia de los empresarios en el anexo 52, fotografía como evidencia en el anexo 53 y la presentación del taller como anexo 54.



Para el mes de diciembre se realizan los siguientes talleres:

4.2.3. Taller denominado participar en un programa de formación sobre sistemas de gestión de proveedores y clientes y de operación administrativa de empresas TI-4.0.

El taller se realizó de forma presencial y de forma virtual, en donde participaron las siguientes empresas de forma presencial:

- Ok Web
- Gisruptivo

Y las siguientes empresas de forma virtual:

- In Check SAS
- Proyi
- Onyx Soft SAS
- Edentia
- Hyo
- Delphi Analytics SAS
- Datosfera SAS
- Ambientes Virtuales
- Escuela Didáctica

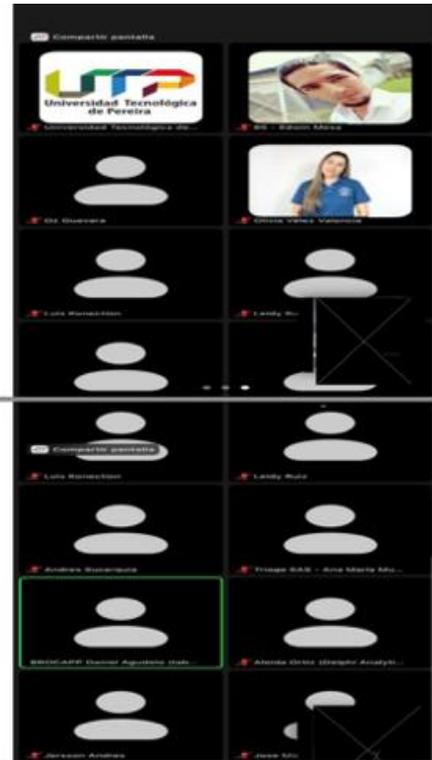
Este taller es orientado por Diego Velásquez, quien presenta herramientas para optimizar la gestión operativa y comercial de cada una de las empresas, indicando la importancia de sistematizar los procesos con el fin de dejar la operatividad y enfocarse en el mercado.

Se hace un análisis de las gestiones que se realizan dentro de cada empresa, como lo es la planeación de las operaciones, la gestión de calidad, la gestión del mantenimiento, la gestión de personas, gestión administrativa y financiera y gestión de tecnología y la seguridad, brindando información de valor con el fin de saber gestionar de una mejor manera cada área tratada.

Posterior a esto, se realiza un taller en donde cada empresa describe su negocio, desglosando e indicando las características del mismo, con el fin, de entender realmente el fin de cada negocio, el cual debe ser el mismo y es, vender. Brindando a las empresas los beneficios de tener un sistema de gestión de proveedores, explicando que los sistemas funcionan también para seleccionar, evaluar y gestionar relaciones con los proveedores, optimizando costos, mejorando la calidad de suministros, servicios o productos y

reduciendo riesgos; Igualmente, en cuanto a los CRM se explica que son plataformas que centralizan información de clientes y facilitan la interacción, mejorando la experiencia del cliente, explicando que lo más valioso es, tener claro el fin del negocio y así tener todas las herramientas necesarias para llevarlo a otro nivel.

Figuras 5 Empresarios Asistentes



Fuente propia

Se evidencia lo anterior en la asistencia, fotografía de los empresarios y presentación del taller en los anexos 97, 98 y 99.

4.2.4. Taller participar en un programa de formación gestión administrativa, contable y legal para empresas TI-4.0.

Participar en sesiones de formación sobre aspectos tributarios específicos (disminución de impuestos, beneficios tributarios de exportación y venta en el exterior, entre otros), en donde participaron las siguientes empresas de forma virtual:



- Hyo
- Escuela Didáctica
- Datosfera SAS
- Proyi
- In Check SAS
- Edentia
- Delphi Analytics SAS
- Gisruptivo
- Onyx Soft SAS
- Ok Web SAS

Este taller es orientado por William Saavedra, quien inicia explicando el proceso de exportación de bienes vs exportación de servicios. Indicando también la manera en la que se debe realizar este registro en el RUT. Explicando el concepto de los CPC (clasificación central de productos (servicios)).

Se explica los modos de realizar la exportación de servicios indicando que el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios de la OMC define cuatro modalidades de prestación de servicios, mediante las cuales se realiza su comercio:

- Modo 1: Exportación de servicios transfronterizos.
- Modo 2: Traslado de consumidores extranjeros al país en el que se presta el servicio.
- Modo 3: Presencia comercial.
- Modo 4: Traslado de prestadores de servicios (personas naturales) al exterior.

Se da una definición de exportación de servicios, explicando que el Decreto 1372 de 1992, artículo 1 define servicios para efectos del IVA: *“Para los efectos del impuesto sobre las ventas se considera servicio, toda actividad, labor o trabajo prestado por una persona ya sea natural o jurídica o por una sociedad de hecho, sin que medie relación laboral con quien contrata la ejecución, la cual se concreta en una obligación de hacer, sin importar que en la misma predomine el factor material o intelectual y que en tal relación se genere una contraprestación ya sea en especie o en dinero”*.

Igualmente, se explicó el tema de acuerdos de doble tributación nacional e internacional y su funcionamiento, explicando otro tipo de acuerdos por impuestos pagados en el exterior, indicando que países hacen parte de este convenio. (Acuerdo de la can).

Además de esto, se expuso cuáles son los requisitos para la exención del IVA así:



1. Estar inscrito como exportador de servicios en el Registro Único Tributario (RUT).
2. Conservar los siguientes documentos:
 - a) Facturas o documentos equivalentes expedidos de conformidad con lo establecido en el Estatuto Tributario y disposiciones reglamentarias;
 - b) Al menos, uno de los siguientes tres documentos que acrediten la exportación:
Oferta mercantil de servicios o cotización y su correspondiente aceptación;
Contrato celebrado entre las partes;
Orden de compra/servicios o carta de intención y acuse de recibo del servicio.
 - c) Certificación del prestador del servicio o su representante legal, manifestando que el servicio fue prestado para ser utilizado o consumido exclusivamente en el exterior y que dicha circunstancia le fue advertida al importador del servicio, salvo que se trate de los servicios señalados en el inciso segundo del artículo primero del presente decreto, los cuales no se encuentran sujetos al cumplimiento del presente requisito.

Para el trámite de la solicitud de devolución y/o compensación no se requerirá el registro del contrato o documento equivalente.

En cuanto a lo contable y legal, se explicó la validación contable de causación de exportaciones, la diferencia en cambio, ingreso y gasto, retenciones en la fuente de proyectos internacionales – Costeo y soportes físicos o virtuales de la exportación.

Figuras 6: Presentación Taller

Contable y administrativo

- Validación Documental administrativa

Identificación de oportunidades comerciales – Bases de datos, manejo de información y prospectos.

Documentación comercial (Propuesta, seguimiento, contrato de servicios y factura).

CRM Seguimiento clientes



Fuente propia

Se evidencia lo anterior en la asistencia, fotografía y presentación del taller en el anexo 101.

4.3 Asesoría

Las asesorías son un recurso fundamental para brindar orientación personalizada y soluciones estratégicas adaptadas a las necesidades específicas de las diferentes organizaciones. Este proceso se caracteriza por el acompañamiento de expertos que, a través de un análisis profundo y recomendaciones precisas, ayudan a resolver desafíos, optimizar procesos y alcanzar objetivos concretos. Las asesorías no solo impulsan el desarrollo y la toma de decisiones informadas, sino que también contribuyen al fortalecimiento de competencias y capacidades clave.

En estos espacios de trabajo individual con las empresas, se busca brindar apoyo y orientación personalizada para mejorar su competitividad, innovación y crecimiento en el mercado nacional e internacional.

Para el mes de octubre se realizan las siguientes asesorías:

4.3.1. Asesoría weppa cloud:

Weppa Cloud es una empresa que brinda una plataforma de alojamiento en la nube con un conjunto de herramientas de implementación y escalado, automatización, administración de aplicaciones y DevOps que se pueden ejecutar en una infraestructura compartida o en las instalaciones.

En la ruta crítica del proyecto, numeral 3.1.2., se hace referencia a la necesidad expresada por la empresa en estos términos: “Realizar un análisis interno de las estrategias actuales y la identificación de brechas en el alcance de clientes”.

La empresa desarrolló una plataforma llamada “Chatia”. Es un CRM de Whatsapp para apoyar la gestión comercial de las empresas. El consultor identifica la necesidad de que la empresa fortalezca su propuesta de valor de cara a los clientes. Están en un segmento altamente competido y no han logrado identificar dónde está la real diferenciación frente a la gran cantidad de competidores que existen actualmente en el mercado.

La empresa tiene priorizado el sector turismo, ya que sus socios tienen un antecedente importante trabajando en ese sector y han identificado que existe una necesidad imperativa de parte de las empresas de este sector, en fortalecer su servicio al cliente y su seguimiento comercial. La herramienta que ofrece Weppa Cloud ayudaría a hacer más efectivos esos procesos.



Han realizado algunos acercamientos con mercados internacionales, principalmente el mercado de Argentina y Perú, donde tienen dos referidos que se están encargando de ofrecer la herramienta a clientes finales.

Se le sugiere generar acercamientos con gremios del sector turismo para poder presentar la herramienta, generando unas condiciones especiales para los afiliados de estos gremios.

El consultor se encargará de hacer el acercamiento con estas entidades para poder generar los espacios con sus directores y revisar la posibilidad de presentar la solución a los gremios del Eje Cafetero.

La empresa deberá enviar al consultor un “one page” que describa su producto, con el propósito de abrir puertas con potenciales multiplicadores interesados en la solución que ofrece la empresa.

Ambas partes han asumido compromisos específicos para la próxima sesión de asesoría, los cuales están detallados en el informe de visita a la empresa.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión firmada como anexo 7. La fotografía como evidencia de la reunión en el anexo 8 y la asistencia de los empresarios en el anexo 9 y anexo 202.

4.3.2. Asesoría Escuela Didáctica:

Escuela Didáctica es una empresa que ofrece soluciones integrales de gestión y transferencia de conocimiento, en procesos de formación mediados por las TIC, configuración y desarrollo de ambientes virtuales de aprendizaje, creación de contenidos educativos digitales interactivos y desarrollo de herramientas y software para la gestión de procesos educativos.

En la ruta crítica del proyecto, numeral 3.1.2., se hace referencia a la necesidad expresada por la empresa en estos términos: Participar en un programa de creación de una estrategia de marca integral.

El 30 de octubre se realiza una reunión con la empresa donde asiste el consultor de la UTP y Sebastián Rozo como director ejecutivo. La empresa está interesada en la creación de una estrategia de marca integral.

La empresa ofrece el servicio de implementación de plataformas educativas Moodle a empresas de todos los sectores de la economía, entre los que se destacan: alimentos,



seguros, universidades, bancos, etc. Su enfoque principal se centra en las universidades corporativas, es decir, en los centros de formación internos de las empresas en donde capacitan y educan a sus colaboradores en los procesos que estas requieren. A nivel regional no encuentran competidores directos, como se identifican en ciudades como Bogotá, Medellín y Cali.

Actualmente operan en Colombia y Perú, y han tenido acercamientos con mercados como el mexicano y el ecuatoriano. En sus proyecciones, está el de seguir ganando mayor cuota de mercado en los países donde ya tiene presencia y en alcanzar nuevos mercados en Hispanoamérica.

A nivel marcario, la actual línea gráfica fue desarrollada e implementada en el año 2022. Esta presenta tanto aciertos como desaciertos que los mismos empresarios han identificado. Por ello, se ha desarrollado una nueva línea gráfica que aún no ha sido lanzada al público, dicha propuesta gráfica requiere ser revisada por el consultor quien deberá evaluar bajo criterios técnicos su rendimiento marcario.

El Consultor solicita el nuevo manual de marca para diagnóstico y revisión. Ya que es importante determinar si esta corrige los errores de la anterior marca, y si se ajusta a los requerimientos actuales y futuros de la compañía.

El empresario también expone la creación de un nuevo producto que espera lanzar tan pronto se hayan completado las fases de desarrollo. Este producto es una aplicación que hace análisis de datos, y que esperan sea aceptado como Integrador Certificado Moodle. Para dicha aplicación, también se desarrolló una marca que solicita sea revisada por el consultor.

Ambas partes quedan con compromisos para la siguiente asesoría. La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión anexo No. 10, fotografía con el empresario anexo No. 11 y listado de asistencia anexo No. 12.

4.3.3. Asesoría Triage SAS:

Triage SAS, es una empresa de desarrollo de herramientas tecnológicas basadas en la inteligencia artificial que brindan soluciones a diversos actores del sector salud, facilitando acceso a la atención, la educación en salud, el manejo de datos y la fluidez en los procesos de salud-enfermedad como complemento a las opciones tradicionales de atención presencial



En la ruta crítica del proyecto, numeral 3.1.2., se hace referencia a la necesidad expresada por la empresa en estos términos: Participar en un programa de creación de una estrategia de marca integral.

La empresa nace en el año 2022 como un emprendimiento que busca agilizar la atención en salud mediante una herramienta virtual que se vale de la inteligencia artificial. Este asistente virtual ofrece un servicio de preconsulta, en donde, mediante el análisis de los antecedentes médicos del paciente, se proponen unos estudios de laboratorio para llegar a la primera consulta con información suficiente para agilizar todo el proceso. Esta herramienta permite a los médicos lograr un diagnóstico oportuno y acertado en menor tiempo, representando así, poder atender a un número mayor de pacientes, lo que significa un aumento de ingresos aproximados del 20%.

Los servicios de Triage se enfocaron inicialmente a los médicos endocrinos. En este año 2024 los servicios se expandieron a los médicos internistas. Tiene presencia en distintas regiones del país, e incluso cuentan ya con presencia en Venezuela, prestando el servicio a una médico de este país. No se identifican competidores directos.

La empresaria manifiesta problemas con el registro de marca, alegando que el nombre es poco distintivo. En este momento se encuentran en proceso de cambio de nombre y rebranding. Además, la empresa no ha alcanzado el punto de equilibrio transcurridos ya dos años desde su lanzamiento, por lo que se solicita una revisión de todos los elementos marcarios para encontrar fallas y errores que no permiten que la empresa alcance sus objetivos.

Para la siguiente reunión se realizará un diagnóstico de marca y se analizarán todos los elementos de marca y de diseño según parámetros técnicos para proponer una solución que se adapte a las necesidades de la empresa.

Ambas partes quedan con compromisos para la siguiente asesoría. La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión anexo No. 13, fotografía con el empresario anexo No. 14 y listado de asistencia anexo No. 15.

Para el mes de **noviembre** se realizan las siguientes asesorías:

4.3.4. Asesoría identificar al menos 1 oportunidad de mercado y formular y documentar objetivos comerciales de estos mercados.



En la ruta crítica del proyecto, numeral 3.1.2., se hace referencia a la necesidad expresada por la empresa en estos términos: Identificar al menos 1 oportunidad de mercado y formular y documentar objetivos comerciales de estos mercados.

Asesoría realizada de forma individual para las siguientes empresas, así:

- Empresa Proyi
- Empresa Ambientes Virtuales:
- Empresa HYO:

4.3.4.1. Empresa Proyi:

En esta asesoría participaron Kelly Posada, Edwin Mesa y la asesora Liz Hernández, es la primera asesoría así que se realiza un acercamiento para conocer quién es Proyi y en qué posición comercial se encuentran.

Proyi está encontrando una oportunidad de enfocarse en un nicho específico para iniciar la fase de monetización. El modelo financiero no está claro y hay que trabajar en las estrategias comerciales ya que están enfocados en producto. Requieren mejorar las habilidades comerciales y/o contratar a una persona con esas características. Desarrollar el modelo de monetización es determinante para esta empresa.

Se tratan los temas de hábitos corporativos, oportunidades de mercado y priorización de oportunidades, los directivos quedan con la tarea de realizar la implementación de hábitos corporativos para su próxima sesión.

Lo anterior, se evidencia en el acta de reunión firmada como anexo 55, la asistencia de los empresarios en el anexo 56. La fotografía como evidencia de la reunión en el anexo 57.

4.3.4.2. Empresa Ambientes Virtuales:

En esta asesoría participaron el Ceo de la empresa Luis Alfonso Martínez y la asesora Liz Hernández, es la primera asesoría, así que se realiza un acercamiento para conocer quien es Ambientes Virtuales y en qué posición comercial se encuentran.

Se encuentra que la empresa debe tomar una decisión en cuanto a modelo de negocio y escalabilidad ya que definimos que su adquisición de clientes se basa en voz a voz. Tienen un medio el cual puede ser la oportunidad para expandirse y generar una línea de negocio que permita llegar a nuevos mercados y clientes.



Se tratan los temas de hábitos corporativos, oportunidades de mercado y priorización de oportunidades, los directivos quedan con la tarea de realizar la implementación de hábitos corporativos para su próxima sesión.

Lo anterior, se evidencia en el acta de reunión firmada como anexo 58, la asistencia de los empresarios en el anexo 59.

4.3.4.3. Empresa Hyo:

En esta asesoría participaron los Ceos de la empresa Olivia Vélez y Hernán Torres y la asesora Liz Hernández, es la primera asesoría así que se realiza un acercamiento para conocer quién es HYO y en qué posición comercial se encuentran.

Una vez analizada la empresa, se encuentra que deben trabajar en la escalabilidad del negocio. No es claro la forma en la que van a crecer. La oportunidad es la fidelización de sus clientes para trabajar en un mercado masivo y expandirse en la región como etapa 1.

Lo anterior, se evidencia en el acta de reunión firmada como anexo 60, asistencia en el anexo 61 y fotografía en el anexo 62.

4.3.5. Asesoría participar en un programa de creación de una estrategia de marca integral.

En la ruta crítica del proyecto, numeral 3.1.2., se hace referencia a la necesidad expresada por la empresa en estos términos: Participar en un programa de creación de una estrategia de marca integral.

La asesoría se realiza a las siguientes empresas:

- Empresa Soluciones Triage SAS.
- Empresa Escuela Didáctica SAS

4.3.5.1. Empresa soluciones Triage SAS:

En esta asesoría participaron la Ceo de la empresa Ana María Muñoz y el asesor Diego Velásquez, ambos habían realizado una reunión previa en la que llevaron a cabo una revisión técnica de identificadores marcarios como logotipos, colores y tipografías, además revisaron las estrategias generales utilizando la metodología OKR, evaluaron los objetivos mediante la tecnología SMART y analizaron los KPIS.



Por lo anterior, se realiza análisis, diagnóstico y revisión por parte del asesor Diego Velásquez de la empresa Triage SAS con el fin de realizar un informe completo al empresario respecto de lo encontrado.

Finalmente, se realiza una reunión de entrega a la empresa, en donde el consultor realiza un entregable con estrategia de comunicación y marketing clara para ofrecer un mejor servicio.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión anexo No. 63 y 64, listado de asistencia anexo No. 65 y 66, fotografía con el empresario anexo No. 67 y 68 entregable con estrategia de comunicación y marketing a empresa en el anexo 69.

4.3.5.2. Empresa Escuela Didáctica SAS:

En esta asesoría participo el dueño de la empresa Sebastián Rozo y el asesor Diego Velásquez, ya habían realizado una reunión anterior en donde se estaba revisando el nuevo manual de marca para diagnóstico y revisión. Ya que era importante determinar si se corrige los errores de la anterior marca, y si se ajusta a los requerimientos actuales y futuros de la compañía.

Por lo anterior, se realiza análisis, diagnóstico y revisión por parte del asesor Diego Velásquez de la empresa Escuela Didáctica con el fin de realizar un informe completo al empresario respecto de lo encontrado.

Una vez el asesor realiza el diagnóstico de la empresa, procede a realizar un entregable con estrategia de comunicación y marketing para la empresa, como lo es definir o identificar el público objetivo, realizar una propuesta única de venta, tener estrategias de comunicación basadas en crear contenidos educativos, realizar demostraciones personalizadas, publicar casos de éxito y testimonios, tener canales de difusión en las diferentes plataformas digitales, participar en eventos y ferias, asociarse con instituciones de aprendizaje o empresas reconocidas y formar alianzas y diversas herramientas que permitan el crecimiento significativo en la empresa.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión anexo No. 70 y 71, listado de asistencia anexo No. 72 y 73, fotografía con el empresario anexo No. 74 y 75 entregable con estrategia de comunicación y marketing a empresa en el anexo 76.



4.3.6. Asesoría definir la estructura de precios para las suscripciones en el software.

En la ruta crítica del proyecto, numeral 3.1.2., se hace referencia a la necesidad expresada por la empresa en estos términos: Definir la estructura de precios para las suscripciones en el software.

Esta asesoría se realiza con el señor Daniel Agudelo Ceo de la empresa Gisruptivo y el consultor William Saavedra, quien realiza de manera individual y personal esta asesoría en la que se profundizó de manera enfática el modelo de negocio de la empresa para conocer la estructura de precios por suscripción que se manejan actualmente.

El Ceo de la empresa Daniel Agudelo, dio a conocer parte de los costos de los productos y servicios que ofrece su empresa explicando el fundamento de la estructura de costos, una vez revisado por el consultor, encuentra que se debe realizar una reestructuración en los gastos y costos fijos y variables, dejando tareas para ambas partes para así poder determinar el costo y precio de venta.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión anexo No. 77, listado de asistencia anexo No. 78 y fotografía con el empresario anexo No. 79

4.3.7. Asesoría identificar al menos 1 oportunidad de mercado, para la cual se debe formular y documentar objetivos comerciales de estos mercados plan de acción comercial.

En la ruta crítica del proyecto, numeral 3.1.2., se hace referencia a la necesidad expresada por la empresa en estos términos: Asesoría “Identificar al menos 1 oportunidad de mercado, para la cual se debe formular y documentar objetivos comerciales de estos mercados - Plan de Acción Comercial-.

Asesorías realizadas de forma individual para las siguientes empresas:

- Empresa Ambientes Virtuales
- Empresa HYO
- Empresa Proyi

4.3.7.1. Empresas Ambientes Virtuales:

En esta asesoría participaron el Ceo de la empresa Luis Alfonso Martínez y la asesora Liz Hernández, con el fin de diseñar y documentar el plan de acción detallado para implementar objetivos comerciales definitivos.



El Ceo de la empresa Luis Martínez, explica a la asesora Liz Hernández, su nueva línea de negocio con el fin de recibir herramientas para apertura y posicionarse en el mercado, la asesora encuentra que esta nueva línea de negocio tiene una oportunidad de mercado significativa, brinda las herramientas necesarias para iniciar con este posicionamiento, revisando cuales son oportunidades de mercado reales y cuáles no. Se recomienda reflexionar sobre la oportunidad detectada, ya que no está alineada con el negocio principal, sin embargo, por “timing” puede estar contemplada por la diversificación y generación de ingreso.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión anexo No. 80 y fotografía en el anexo 81.

4.3.7.2. Empresa Hyo:

En esta asesoría participaron el Ceo de la empresa Olivia Vélez y la asesora Liz Hernández, con el fin de realizar la actualización del proceso basado en los ajustes de la sesión anterior, la empresa plantea un plan de acción basado en desarrollo de producto, se sugiere ajuste para entrar en etapa de validación de mercado inicial para operar rápido y barato.

La empresa tiene un potencial marcado en los productos y servicios que ofrece que puede ser visto como oportunidad gracias a su diferenciador, pues se trata de productos y servicios que no se encuentran fácilmente en el mercado, por lo que puede tener una estabilidad importante en el sector. Se recomienda llevar al mercado las pruebas para validar la reacción de los sujetos de cuestión, es decir, de los compradores y mejorar rápidamente el prototipo según las pruebas realizadas.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión anexo No. 82 y fotografía en el anexo No. 83.

4.3.7.3. Empresa proyí:

En esta asesoría participaron el Ceo de la empresa Kelli Posada, Edwin Fernando Mesa y la asesora Liz Hernández, con el fin de revisar los avances realizados. Se evidencia un avance significativo en temas de mentalidad empresarial, sobre todo porque están enfocándose en acciones que lleven a resultados de venta.

Se revisa con la asesora las posibles ventas que la empresa está por concretar, encontrando que la empresa debe tener mejores estrategias comerciales. Sobre todo, cuando se trata de cerrar los diferentes negocios, ya que, aunque tienen personas interesadas en adquirir sus productos o servicios, no se realiza ninguna venta en sí.



La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión anexo No. 84 y fotografía anexa No. 85.

Para el mes de **diciembre** se realizaron las siguientes asesorías:

4.3.8. Asesoría definir la estructura de precios para las suscripciones en el software.

En la ruta crítica del proyecto, numeral 3.1.2., se hace referencia a la necesidad expresada por la empresa en estos términos: Definir la estructura de precios para las suscripciones en el software.

Esta asesoría se realiza con el señor Daniel Agudelo Ceo de la empresa Gisruptivo y el consultor William Saavedra con el fin de realizar seguimiento a los pendientes por entregar y revisar los costos de la estructura de precios para el software y la herramienta física para el seguimiento de la tarea.

En la reunión Daniel presento su estructura de costos ajustada y el objetivo para determinar y revisar su necesidad. Con esto se revisó cuáles eran los costos y gastos, impuestos aplicables y rentabilidad deseada.

Se explica la forma correcta de establecer el precio de venta ya que se incluían impuestos y temas que no aplicaban.

Al definir los costos de operación y porcentaje de descuentos por tamaños de área, se puede definir el precio de venta y punto de equilibrio en hectáreas. Además, se deja una herramienta en Excel con proyecciones financieras.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión, listado de asistencia y fotografía con el empresario anexo No. 102 y entregable como anexo 200.

Para el mes de **enero** se realizaron las siguientes asesorías:

4.3.9. Asesoría para crear una estrategia de marca integral que combine tácticas digitales y tradicionales adaptadas a los mercados emergentes.

Asesoría dirigida para la empresa YEMINUS por el asesor Diego Velásquez, con el fin de conocer la historia de la empresa, desde sus inicios y proyección a corto, mediano y largo plazo.

Se hace un análisis a la propuesta de valor, los servicios que presta la empresa y el diferenciador. Conocer su plan comercial, su meta anual, objetivos y competencia para así el consultor realizar un análisis que permita el crecimiento exponencial para la empresa.



Por lo anterior, se realiza análisis, diagnóstico y revisión por parte del asesor Diego Velásquez de la empresa YEMINUS con el fin de realizar un informe completo al empresario respecto de lo encontrado, lo cual se realizará en una próxima sesión programada para el mes de febrero.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión, fotografía y asistencia anexo No. 106.

4.3.10. Asesoría para desarrollar un plan para identificar los potenciales mercados en los que se puede desenvolver la empresa.

Asesoría realizada para la empresa Weppa Cloud, por el consultor Eduardo Sánchez, con el fin de fortalecer su estrategia comercial para captar nuevos clientes tanto a nivel nacional como internacional. En esta reunión, se revisará una nueva línea de negocio que viene desarrollando la empresa para dar las recomendaciones desde el ejercicio comercial y la búsqueda de clientes en Colombia y el exterior.

Jason, gerente de la empresa Weppa Cloud, también es propietario de una agencia de viajes llamada colombiatours.travel. Durante la pandemia, desarrolló un software para agencias de viajes operadoras y recientemente, han potenciado ese software con nuevas tecnologías y funcionalidades, enfocándose en el sector turístico, comenzando con agencias de viajes. La nueva unidad de negocios, que aún es confidencial, se llama Bukeer.

Esta solución, que todavía está en etapa de prueba, ha sido desarrollada tras un exhaustivo análisis de competidores potenciales en Colombia y a nivel internacional, extrayendo las mejores prácticas de cada uno. Bukeer permite a los usuarios reducir los tiempos de atención para los potenciales viajeros y facilita el manejo de proveedores, así como la construcción de itinerarios y paquetes turísticos.

Se ha sugerido revisar si la marca Bukeer tiene algún tipo de restricción para ser registrada en Colombia.

Además, se mencionó la posibilidad de integrar esta nueva solución con lo que ofrece Chatia, para diferenciarse en el mercado y ofrecer una solución mucho más robusta para el usuario. Durante la fase de desarrollo, se han revisado varios aspectos importantes, como la actualización de tarifas por parte de los proveedores, quienes deben cargar su información en el sistema. También se han considerado todos los temas impositivos, entendiendo que, dependiendo del origen del viajero hacia Colombia, deberá o no pagar impuestos como el IVA.



La solución continúa en proceso de desarrollo y próximamente entrará en su etapa de prueba en el mercado. Posteriormente se desarrollará el ejercicio de plan comercial, iniciando por Colombia para luego ser escalado a nivel internacional.

Para el mercado colombiano, se sugiere comenzar revisando algunos gremios importantes en el sector de agencias de viajes, como ANATO y ACOTUR. Desde el consultor, se ofrece la posibilidad de generar espacios de contacto para empezar a testear la solución. Además, se hace énfasis en la necesidad de identificar un primer gran cliente que sirva como carta de presentación para la apertura de nuevos compradores en el mercado colombiano y, posteriormente, en mercados internacionales.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión, fotografía y asistencia anexo No. 110.

4.3.11. Asesoría para analizar las necesidades actuales y los objetivos específicos de la empresa.

Asesoría realizada para la empresa Weppa Cloud, por el consultor William Saavedra, con el fin de desarrollar un plan para analizar las necesidades actuales y objetivos específicos de la empresa.

Weppa Cloud es una empresa que presta servicios de infraestructura tecnológica a otras empresas y a servicios propios como chatia, y una agencia de viajes remota de base tecnológica. Para asegurar el crecimiento y la efectividad de la organización, es fundamental validar y optimizar su estructura administrativa, sus objetivos estratégicos y los indicadores de seguimiento. Esto implica un análisis profundo de cómo está organizada la empresa, si los roles y funciones actuales responden a las necesidades del negocio y si la distribución de responsabilidades permite una operación eficiente y alineada con las metas de la compañía.

Asimismo, es crucial que los objetivos estratégicos sean claros, alcanzables y medibles, garantizando que estén en sintonía con la visión y misión de la organización. Para ello, deben establecerse indicadores de seguimiento que permitan evaluar el desempeño y la evolución de cada área, identificando oportunidades de mejora y asegurando el cumplimiento de las metas establecidas.

En este sentido, es imprescindible que la estructura administrativa, los objetivos estratégicos y los indicadores de seguimiento estén alineados con los productos Chatia y Bukeer. Esto significa que las decisiones organizacionales deben responder a las necesidades y particularidades de estos productos, permitiendo su desarrollo, posicionamiento y competitividad en el mercado.

Para lograr esta alineación, es recomendable realizar un diagnóstico organizacional que contemple:

- Evaluación de la estructura administrativa: Revisar los departamentos, funciones y responsabilidades, asegurando que estén optimizados para responder a los desafíos actuales y futuros.
- Revisión y ajuste de los objetivos estratégicos: Definir metas claras y alineadas con el crecimiento y la evolución de Chatia y Bukeer.
- Definición y mejora de indicadores de seguimiento: Implementar métricas que permitan monitorear el rendimiento de cada área y su impacto en los productos clave.

Al realizar estos ajustes, la organización podrá mejorar su eficiencia operativa, fortalecer su posicionamiento y asegurar el éxito de Chatia y Bukeer en el mercado.

La empresa desea potenciar su nuevo producto Bukeer que nació de las asesorías dadas por la Universidad Tecnológica de Pereira enfocada en Mercados.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión, fotografía y asistencia anexo No. 111.

4.3.12. Asesoría revisión rápida y optimización de canales actuales.

Esta asesoría fue dirigida a la empresa Yeminus por la consultora Liz Hernández, con el objetivo de realizar un diagnóstico inicial de los canales de captación y ventas actuales de la empresa para identificar fortalezas, áreas de mejora y oportunidades. Esto permitirá optimizar la estrategia comercial, garantizando que los canales utilizados sean efectivos en atraer, gestionar y convertir prospectos en clientes de manera eficiente.

Se realiza un mapeo inicial del área comercial, identificando cómo los integrantes perciben las actividades diarias, los valores que aportan y los diferenciales competitivos de la empresa. Se hizo énfasis en la necesidad de alinear percepciones internas.

Se realiza un diagnóstico del mercado y clientes, el público objetivo identificado son las empresas B2B con necesidades tecnológicas específicas.

Principales competidores mencionados: SAP y CIESA para empresas grandes; SIGO y ALEGRA para empresas pequeñas.

Se realiza una evaluación de los canales digitales:



- LinkedIn y Facebook se utilizan principalmente para publicaciones esporádicas sin estrategias robustas.
- El blog es un canal activo con publicaciones planificadas en consulta con el equipo comercial.
- Email marketing centrado en resoluciones del sector salud y campañas informativas ocasionales.

Se realiza una revisión del embudo de ventas:

- Identificación de cinco etapas principales: contacto inicial, demostración, cotización, seguimiento y cierre.
- Reconocimiento de desafíos, como identificar los puntos críticos que frenan el cierre de ventas.

Se realiza propuesta para optimización:

1. Establecer un calendario de campañas multicanal: Integrar las publicaciones en redes sociales, los envíos de email marketing y los contenidos del blog en un calendario centralizado. Esto facilitará la coherencia y constancia en la comunicación.
2. Definir métricas clave de rendimiento (KPIs): Asegurar que cada canal tenga objetivos medibles (e.g., leads generados, tasa de apertura de correos, tráfico al blog) para evaluar la efectividad de cada esfuerzo.
3. Revisar y actualizar el pipeline de ventas: Utilizar los datos del CRM para identificar cuellos de botella y diseñar intervenciones que reduzcan los tiempos en cada etapa del embudo.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión, fotografía y asistencia anexo No. 112.

4.3.13. Asesoría Revisión y Mejora embudos Existentes:

Asesoría realizada para la empresa Yeminus por la consultora Liz Hernández, con el objetivo de analizar y optimizar los embudos de ventas actuales, identificando cuellos de botella, oportunidades de mejora y estrategias efectivas para aumentar la conversión en cada etapa del proceso comercial.

En los últimos tres años, 30 clientes se retiraron, principalmente por inconformidades en la implementación y cambios externos como cierre de empresas. Dos clientes regresaron tras encontrar mayor complejidad y costos en otras plataformas.

Se identifican las principales barreras y los canales de captación actuales: resistencia al cambio de software, falta de tomadores de decisión claros, pérdida de interés en el proceso y comparación de precios con competidores más económicos. El 70% de los



clientes provienen de referidos, seguido por el 24% de la web y un 9% de campañas digitales. La estrategia de referidos se encuentra en proceso de formalización y optimización, con niveles definidos para incrementar su impacto.

La consultora realiza propuestas para agilizar las negociaciones mediante argumentos específicos según las principales barreras identificadas.

Se explica la definición de tres niveles de alianzas: referir, cerrar ventas y participar en la implementación. 15 de febrero de 2025: Planificación de estrategias para atraer más socios distribuidores con experiencia en otros softwares.

Se sugiere potenciar las campañas digitales (Google Ads, redes sociales, SEO) para diversificar las fuentes de captación. Esto permitirá alcanzar prospectos fuera del alcance del canal de referidos y aumentar el tráfico hacia la página web, crear contenidos específicos basados en las principales barreras de los prospectos (como costos, facilidad de uso y flexibilidad del software) para dirigir las campañas hacia segmentos clave del mercado.

Realizar un análisis detallado del tiempo que los prospectos pasan en cada etapa del embudo para identificar cuellos de botella y ajustar estrategias e implementar herramientas de automatización para agilizar el seguimiento de clientes y mejorar la comunicación en tiempo real, asegurando que ningún prospecto quede sin atención o se enfríe en el proceso.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión, fotografía y asistencia anexo No. 117.

Para el mes de **febrero** se realizaron las siguientes asesorías:

4.3.14. Optimización de la Conversión y Cierre.

Se realiza asesoría por la consultora Liz Hernández para la empresa Yeminus con el fin de definir e implementar estrategias efectivas para optimizar la conversión de prospectos en clientes y mejorar el cierre de ventas, a través del análisis de objeciones, segmentación de leads, automatización del seguimiento y el uso de herramientas digitales e inteligencia artificial.

En la sesión realizada, se discutió la importancia de segmentar los leads y caracterizarlos según su interés y sector, se recomienda incluir mensajes A/B en campañas para evaluar la efectividad del contenido y se sugirió el uso de inteligencia artificial para mejorar la captación y seguimiento de clientes.

Implementación de inteligencia artificial en el proceso comercial:



- Se propuso el uso de herramientas como DAPTA, que permiten realizar llamadas automatizadas para agendar reuniones y seguimiento de leads.
- Se explicó el impacto de la IA en la personalización del contacto con clientes y su efectividad en ventas.
- c. Metodologías para mejorar la conversión y cierre:
 - Se enseñó el método LOOP (Cuestionar, Aumentar urgencia, Simplificar, Reiniciar) para mantener el contacto con clientes potenciales.
 - Se recomendó la metodología IRA (Identificar, Recordar, Activar) para la reactivación de leads inactivos.
- d. Automatización y segmentación de clientes:
 - Se propuso un sistema para clasificar clientes en tres niveles de seguimiento (30, 60 y 90 días) para definir cuándo retomar contacto con ellos.
 - Se identificó la necesidad de estructurar un sistema dentro del CRM para gestionar seguimientos de manera más eficiente.

La reunión tuvo un desarrollo fluido, con un enfoque claro en la optimización del embudo de ventas y cierre de clientes. La participación de los asistentes fue constante, lo que permitió generar ideas y estrategias concretas. Sin embargo, en algunos momentos se desviaron a temas secundarios, lo que pudo haber afectado la gestión del tiempo.

La asesora Liz Hernández Serrato proporcionó metodologías y herramientas concretas, como el uso de IA y segmentación de clientes, lo que enriqueció la sesión. No obstante, en algunos puntos las explicaciones fueron extensas, lo que pudo generar cierta sobrecarga de información para los participantes.

Si bien se discutieron tareas y estrategias clave, en algunos momentos faltó claridad en la definición de responsables y plazos específicos, lo que podría generar dificultades en el seguimiento de los compromisos adquiridos. Se recomienda documentar mejor las asignaciones para futuras reuniones.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión, fotografía y asistencia anexo No.132.

4.3.15. Asesoría para crear una estrategia de marca integral que combine tácticas digitales y tradicionales adaptadas a los mercados emergentes.

Asesoría dirigida para la empresa YEMINUS por el asesor Diego Velásquez, con el fin de entregar documento de estrategia comunicativa de la empresa de cara a los objetivos comerciales planteados para el año 2025.



El entregable de La estrategia Comunicativa para la empresa Yeminus, se compone de:

- Definición de identidad y mensaje central.
- Segmentar el público objetivo.
- Estrategia de Relaciones Públicas.
- Estrategia de Marketing Digital
- Medición y Optimización
- Tecnología y Seguridad

En el entregable realizado para la empresa, se desarrolla cada uno de los puntos indicados, los cuales fueron socializados a la empresa en la sesión de entrega del documento.

En vista a la sesión anterior realizada por el consultor y la empresa, el consultor se comprometió a analizar las estrategias de marketing con el fin de realizar presentación a la empresa de los puntos a mejorar, siendo entonces la presente sesión enfocada en la presentación del entregable donde se discutieron los puntos a mejorar y la asesoría por parte del consultor para optimizar su estrategia de marketing y potencializar su negocio.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión, asistencia, fotografía y entregable como anexo No. 133.

4.3.16. Identificar al menos 1 oportunidad de mercado y formular y documentar objetivos comerciales de estos mercados.

Asesoría realizada por la consultora Liz Hernández para las empresas Datosfera y Proyectos y Soluciones SAS de forma individual así:

4.3.16.1. Datosfera:

Se realiza asesoría con el fin de analizar el entorno y detectar posibles mercados internacionales viables, poder definir las características y necesidades del mercado seleccionado para establecer objetivos comerciales específicos en la expansión o implementación de la oportunidad identificada y poder documentar estos objetivos para su futura planificación y ejecución.

Durante la sesión se desarrollaron los siguientes temas:

a. Oportunidad Identificada:

- Desarrollo de un servicio de atención al cliente basado en inteligencia artificial.



- Se busca aplicar en diferentes sectores como turismo, comercio y salud.
- b. Estrategia de Implementación:
- En innovación, se trabajará en el desarrollo del producto.
 - En mercados, se enfocará en estrategias de lanzamiento y captación de clientes.
- c. Canales habilitados:
- Se dispone de un dominio web (waplix.com).
 - Se cuenta con herramientas de marketing y mensajería masiva para difusión.
- d. Clientes Potenciales:
- Tu Reserva Trip (turismo digital con atención masiva por WhatsApp).
 - Muebles BL (ventas en línea con alta demanda de atención al cliente).
 - Hospital Santa Mónica (atención telefónica con potencial para optimización).
- e. Definición de éxito del producto:
- Que cumpla con los requerimientos técnicos y funcionales para la atención al cliente.
 - A largo plazo, convertirlo en un servicio SaaS rentable y escalable.
- f. Objetivo Principal Prioritario:
- Optimizar procesos internos y automatizar tareas, para generar eficiencia y reducir costos operativos.

La sesión se ejecutó con preguntas clave que guiaron la discusión de manera efectiva.

- Se logró mantener el enfoque en la identificación de la oportunidad y su desarrollo en los frentes de innovación y mercado.
- Hubo una buena interacción entre los participantes, con respuestas detalladas y ejemplos claros.
- Se generó un diálogo dinámico que permitió validar ideas y definir acciones concretas.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión, asistencia y fotografía como anexo No. 134.

4.3.16.2. Proyectos y Soluciones SAS:

Se realiza asesoría con el fin de desarrollar y documentar un plan de acción estructurado que permita la implementación efectiva de los objetivos comerciales definidos para la empresa. Este plan deberá incluir estrategias claras, asignación de responsabilidades, cronograma de ejecución y métricas de seguimiento, con el fin de garantizar el cumplimiento de las metas de ventas, crecimiento y sostenibilidad del negocio.



Avance en la implementación de la herramienta en salud:

- o Se identificó que la herramienta debe seguir un proceso de maduración basado en pruebas y retroalimentación de los usuarios.

- o Se estableció como primer objetivo alcanzar una propuesta comercial aceptada, considerándola como una victoria temprana en el proceso de desarrollo y validación del modelo de negocio. Este logro permitirá no solo validar la viabilidad de la oferta comercial, sino también generar confianza en el equipo, fortalecer la estrategia de ventas y sentar las bases para futuras negociaciones. Además, se busca que esta primera aceptación sirva como un caso de éxito inicial, que facilite la atracción de más clientes y la consolidación de alianzas estratégicas.

- o Se validaron estrategias de adaptación del software para mejorar la experiencia del usuario final.

- Estrategia de innovación en la empresa:

- o Se estableció un proceso de reuniones internas para fomentar la innovación y optimización de procesos.

- o Se recomendó destinar un presupuesto mensual a la innovación y establecer reuniones periódicas para identificar mejoras.

- o Se definió una metodología de priorización de ideas para optimizar el desarrollo y la facturación.

- Sostenibilidad y escalabilidad del proyecto:

- o Se estableció que la empresa necesita al menos cuatro contratos con hospitales para cubrir la nómina y garantizar la viabilidad del negocio.

- o Se destacó la importancia de estrategias disruptivas para la captación de clientes, evitando depender únicamente de la prospección tradicional.

- o Se propuso realizar una sesión de ideación para definir tácticas innovadoras que permitan una entrada más rápida al mercado.

Se realiza entrega del plan de trabajo diseñado a la empresa.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión, asistencia, fotografía y entregable como anexo No. 145.

4.3.17. Potenciación del Seguimiento y la retroalimentación Yeminus

Se realiza asesoría por la consultora Liz Hernández para la empresa Yeminus con el fin de optimizar los procesos de seguimiento y retroalimentación dentro de la organización, asegurando una comunicación efectiva, la trazabilidad de las actividades y la mejora continua de las estrategias implementadas. Esto permitirá fortalecer la toma de decisiones, incrementar la eficiencia operativa y mejorar los resultados comerciales mediante el análisis y ajuste oportuno de las acciones ejecutadas.



Durante la sesión se revisaron a detalle ítems de la marca sobre su presencia en digital. A continuación, se detalla los hallazgos y recomendaciones dadas en el espacio:

1. Optimización del Posicionamiento en Motores de Búsqueda (SEO)

- Actualizar la descripción en Google: La descripción actual no refleja con claridad la propuesta de valor. Debe modificarse para incluir las palabras clave estratégicas como software para IPS, CRM empresarial, ERP contable y destacar beneficios concretos para los clientes.
- Mejorar los metadatos en la web: Asegurar que el título y la meta descripción de cada página incluyan llamadas a la acción (Call To Action - CTA) claras y atractivas.
- Optimizar el contenido para búsquedas orgánicas: Crear más contenido relevante en el blog sobre casos de éxito, comparaciones con la competencia y beneficios de la solución para distintos segmentos de clientes.
- Implementar backlinks estratégicos: Conseguir enlaces desde sitios de referencia en el sector salud y tecnología que aumenten la autoridad del dominio en Google.
- Fortalecer la velocidad de carga y experiencia móvil: Mejorar tiempos de carga, reducir elementos innecesarios y asegurar que toda la navegación sea fluida desde dispositivos móviles.

2. Mejoras en la Página Web para Aumentar la Conversión

- Rediseñar la página de inicio con enfoque en conversión:
 - o Incorporar testimonios de clientes en video o con datos verificables.
 - Destacar un formulario de contacto con menos campos para facilitar la conversión. Agregar un botón de "Solicita una demostración" más visible en la parte superior.
 - Optimizar las páginas de producto:
 - Incluir una comparativa rápida con otras soluciones del mercado.
 - Agregar indicadores de confianza como certificaciones, reconocimientos o clientes destacados.
 - o Integrar un chatbot automatizado con respuestas clave sobre funcionalidades y precios.



- Reducir la tasa de rebote:
- Incluir CTA visibles y estratégicos en cada sección.
- Asegurar que las páginas internas permitan un retorno fácil a la página principal o a otras soluciones.

3. Publicidad Digital Enfocada en Captación de Leads y Cierre de Ventas

- Segmentación avanzada en campañas de Google Ads:

Definir audiencias más precisas con base en los datos de tráfico orgánico y conversiones.

- Crear campañas específicas para los distintos sectores que pueden necesitar el software.
- Implementar pruebas A/B con distintos textos y llamados a la acción.
- Ajustar el presupuesto de publicidad en función de los resultados:

Aumentar inversión en anuncios que generen mayor conversión.

- Reasignar presupuesto de campañas con menor rendimiento.
- Mejorar la landing page de los anuncios para reducir la tasa de abandono.
- Retargeting y remarketing:
 - Crear campañas dirigidas a usuarios que han visitado la web pero no han completado la conversión.

Implementar anuncios de seguimiento con descuentos o incentivos para clientes indecisos.

Enviar campañas de correo automatizadas a visitantes que interactuaron, pero no compraron.

- Fidelización de clientes actuales: Se sugirió aumentar el acercamiento a clientes existentes para promover nuevas compras y actualizaciones de productos.
- Estrategias publicitarias: Se destacó la importancia de fortalecer la publicidad digital en Google y redes sociales, además de utilizar información obtenida de eventos empresariales.

Plan de acción comercial: Se definieron tres pilares estratégicos clave:

- *Crecimiento de canales de distribución
- *Fidelización de clientes actuales para nuevos cierres comerciales
- *Posicionamiento de marca a través de publicidad digital y eventos.

La ejecución de la actividad aquí descrita se puede evidenciar en el acta de reunión, asistencia y fotografía como anexo No. 143.

Conforme a todo lo anterior, se realizan actas finales con todas las empresas de las asesorías, talleres y mentorías realizadas, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos y actividades pactadas cumpliendo a cabalidad con el cierre de brechas con cada una de las empresas, siendo entonces anexas al presente informe las actas finales como anexos 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195 y 196.

4.4 Novedad De Ejecución

De acuerdo con la actividad 27 denominada “Seleccionar las empresas beneficiarias de la estrategia para implementar cierre de brechas”, se realizó un proceso para categorizar y priorizaron las siguientes empresas:

Tabla 12 Empresas Categorizadas según su puntuación

| N ^o | EMPRESAS | TOTAL |
|----------------|--|-------|
| 1 | Escuela Didáctica SAS | 100 |
| 2 | Edentia | 87 |
| 3 | Delphi Analytics SAS | 87 |
| 4 | Proyi | 82 |
| 5 | HyO | 80 |
| 6 | Sistemas & Gestiones Administrativas | 77 |
| 7 | Ambientes Virtuales Punto Com Ltda | 75 |
| 8 | Singleclick Solutions S.A.S | 75 |
| 9 | In Check Integral Solution SAS | 72 |
| 10 | Triage Sas | 72 |
| 11 | Ikono Telecomunicaciones SAS | 70 |
| 12 | Ilana Lab SAS | 70 |
| 13 | Weppa Cloud | 70 |
| 14 | Centro de Sistematización Ambiental S.AS | 65 |
| 15 | Ok Web S.A.S. | 65 |

| Nº | EMPRESAS | TOTAL |
|----|--|-------|
| 16 | Proyectos Y Soluciones Ti SAS | 62 |
| 17 | Datosfera SAS | 60 |
| 18 | Gisruptivo | 60 |
| 19 | Indesap SAS | 57 |
| 20 | Nakiro Technology SAS | 57 |
| 21 | Onyx Soft SAS | 57 |
| 22 | Yeminus Sas Bic | 57 |
| 23 | Desarrollo de Programas Administrativos S.A.S | 55 |
| 24 | Pulsatrix | 52 |
| 25 | Soluciones Innovadoras En Tecnología Empresarial S.A.S | 52 |
| 26 | Exus Agencia Web | 50 |
| 27 | Shark Apps S.A.S | 50 |
| 28 | Veritran Colombia Sas | 50 |
| 29 | Software Empresarial Oceanic Sas | 47 |
| 30 | Digital User SAS | 45 |
| 31 | Agencia Byte | 42 |
| 32 | Imagine Integrators SAS | 42 |
| 33 | Crea-Inn SAS | 40 |
| 34 | Cero K SAS | 37 |
| 35 | Localizamos TSA SAS | 37 |
| 36 | Bit Data Healthcare S.A.S | 37 |
| 37 | Orbital Code S.A.S | 37 |
| 38 | Panthera (Accedo Digital S.A.S) | 37 |
| 39 | Ingeniería Telemática SAS | 32 |
| 40 | Logical Growth SAS – Fliantly | 32 |
| 41 | Grupo 8 11 SAS | 30 |
| 42 | Posicionarte | 30 |
| 43 | Esphit | 27 |
| 44 | I.T.C Asesorías En comercio Internacional | 27 |
| 45 | Mundotintas S.A.S. | 25 |
| 46 | Communitylab S.A.S | 22 |
| 47 | Conectados Multimedia SAS | 17 |
| 48 | Samsa Productions Sas | 17 |
| 49 | Wvc Ingeniería | 17 |
| 50 | Cloudlabs SAS | 12 |

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, y según la tabla anterior se priorizan las 15 empresas que obtuvieron los puntajes más altos así:

Tabla 13 Primer Listado de beneficiarios seleccionados



| N ^o | Empresa | Puntaje del nivel de maduración (1 -25 puntos, 2- 12 puntos) | La empresa hace parte del sector 4.0 y TI (25puntos) | Hace parte de NOVITAS (15 puntos) | La empresa ha presentado un interés y compromiso para mejorar sus procesos (5 puntos por proceso) (Total 10 puntos) | Diligenciamiento del formulario para continuar en el proceso de cierre de brechas y firma de carta de compromiso (25 puntos) | TOTAL |
|----------------|--|--|--|-----------------------------------|---|--|-------|
| 1 | Escuela Didáctica SAS | 25 | 25 | 15 | 10 | 25 | 100 |
| 2 | Edentia | 12 | 25 | 15 | 10 | 25 | 87 |
| 3 | Delphi Analytics SAS | 12 | 25 | 15 | 10 | 25 | 87 |
| 4 | Proyi | 12 | 25 | 15 | 5 | 25 | 82 |
| 5 | HyO | 25 | 25 | | 5 | 25 | 80 |
| 6 | Sistemas & Gestiones Administrativas | 12 | 25 | 15 | | 25 | 77 |
| 7 | Ambientes Virtuales Punto Com Ltda | 25 | | 15 | 10 | 25 | 75 |
| 8 | Singleclick Solutions S.A.S | 25 | 25 | 15 | 10 | | 75 |
| 9 | In Check Integral Solution SAS | 12 | 25 | | 10 | 25 | 72 |
| 10 | Triage Sas | 12 | 25 | | 10 | 25 | 72 |
| 11 | Ikono Telecomunicaciones SAS | 25 | 25 | 15 | 5 | | 70 |
| 12 | Ilana Lab SAS | 25 | 25 | 15 | 5 | | 70 |
| 13 | Weppa Cloud | 25 | | 15 | 5 | 25 | 70 |
| 14 | Centro de Sistematización Ambiental S.AS | 25 | 25 | 15 | | | 65 |
| 15 | Ok Web S.A.S. | 25 | 25 | 15 | | | 65 |

Fuente: Matriz de calificación de empresas

Algunas empresas, cedieron la participación a otra empresa, manifestando no querer participar en este proceso tal como está en el informe final de la actividad 27, donde se seleccionaron las siguientes empresas



Tabla 14 Segundo Listado definitivo beneficiarios actividad de cierre de brechas

| ID | Empresa |
|----|--------------------------------------|
| 1 | Escuela Didáctica SAS |
| 2 | Edentia |
| 3 | Delphi Analytics SAS |
| 4 | Proyi |
| 5 | HyO |
| 6 | Sistemas & Gestiones Administrativas |
| 7 | Ambientes Virtuales Punto Com Ltda |
| 8 | In Check Integral Solution SAS |
| 9 | Triage Sas |
| 10 | Weppa Cloud |
| 11 | Ok Web S.A.S. |
| 12 | Proyectos Y Soluciones Ti SAS |
| 13 | Datosfera SAS |
| 14 | Gisruptivo |
| 15 | Onyx Soft SAS |

Fuente: Elaboración propia

En el mes de noviembre, la empresa Sistemas & Gestiones Administrativas manifestó su intención de retirarse del proceso al ser contactada para iniciar las actividades. Esta decisión fue comunicada directamente al asesor mediante un mensaje de WhatsApp, cuya evidencia se encuentra en el Anexo 86: WhatsApp Audio 2024-11-18 at 8.19.00 AM.ogg. Posteriormente, el asesor informó sobre esta situación a la supervisión de la actividad a través de un correo electrónico, incluido en el Anexo 87: Renuncia al programa Sistemas & Gestiones Administrativas.

La supervisión se comunicó con el representante de la empresa para validar su intención de renuncia y solicitó una carta formal dirigida a la supervisora de la actividad para oficializar el proceso. Este documento se encuentra en el Anexo 88: Carta solicitando el Retiro del programa.

Tras confirmar el retiro de esta empresa, se revisó la Tabla 7, identificando que la última posición elegible era la empresa Onys Soft. De acuerdo con el procedimiento, se contactó a la siguiente empresa en lista, Yeminus, quien aceptó continuar en el proceso.

Se acordó una reunión con los asesores responsables, quienes previamente habían revisado el diagnóstico de la empresa Yeminus. El objetivo fue identificar las brechas más significativas y planificar las actividades necesarias para abordarlas. Los acuerdos y actividades definidos están detallados en el Anexo 89: Acta de reunión.

5. BIBLIOGRAFÍA

Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico & QuinoaLab SAS. (2024) Fortalecimiento del sector TI e industrias 4.0 a través de su cadena de valor en el departamento de Risaralda. Actividad 28: Definir una ruta crítica a través de acciones de formación, asesoría, relacionamiento, mentoría, entre otras de las empresas beneficiarias.

Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico & QuinoaLab SAS. (2024) Fortalecimiento del sector TI e industrias 4.0 a través de su cadena de valor en el departamento de Risaralda. Actividad 27: Seleccionar las empresas beneficiarias de la estrategia para implementar cierre de brechas.

6. CONCLUSIONES:

El trabajo realizado ha marcado un hito importante en el fortalecimiento de las empresas participantes. Desde el inicio, la implementación de una metodología basada en el diagnóstico inicial permitió abordar de manera estratégica las brechas identificadas. Este enfoque aseguró no solo una ejecución eficiente, sino también la selección adecuada de personal, garantizando un impacto positivo desde el principio.

Además de adquirir conocimientos prácticos y herramientas aplicables, las empresas tuvieron la oportunidad de establecer conexiones valiosas, creando redes de apoyo que trascienden las actividades mismas. Este ciclo no solo consolidó las bases para continuar avanzando hacia los objetivos planteados, sino que también dejó lecciones importantes para diseñar futuras iniciativas aún más efectivas.

El mes de noviembre fue especialmente fructífero, enfocado en fortalecer competencias, resolver desafíos específicos y generar valor en las áreas prioritarias de cada empresa. Las sesiones abarcaron desde habilidades técnicas hasta liderazgo y desarrollo personal, logrando un impacto tangible en los proyectos empresariales y en el crecimiento individual de los participantes.



Las asesorías, talleres y mentorías han sido recibidas con gran entusiasmo por los empresarios, quienes valoran profundamente estas actividades como herramientas esenciales para el crecimiento de sus organizaciones. Los comentarios positivos reflejan el éxito de las intervenciones y reafirman la importancia de continuar trabajando en estas áreas clave. El ajuste constante de las actividades al cronograma demuestra la flexibilidad del programa y su compromiso con resultados significativos. Es importante añadir que, las asesorías tuvieron un avance del 100%, los talleres del 100% y las mentorías del 100%.

Se abordaron temáticas variadas, desde habilidades técnicas hasta desarrollo personal y liderazgo, lo que permitió cubrir las diferentes necesidades de los grupos atendidos. En las mentorías, se identificaron soluciones concretas a desafíos puntuales, logrando avances significativos en los proyectos empresariales de cada uno de los participantes.

Los talleres proporcionaron conocimientos prácticos y herramientas útiles que los participantes pudieron implementar de inmediato en sus actividades cotidianas. Estas actividades también sirvieron como un espacio para la creación de conexiones profesionales y personales entre los asistentes, fomentando el desarrollo de redes de apoyo mutuo.

Este ciclo de actividades representó un paso adelante en el cumplimiento de los objetivos establecidos, dejando una base sólida para continuar trabajando en el desarrollo integral de los participantes y en la mejora continua de las iniciativas. Las lecciones aprendidas serán fundamentales para diseñar programas aún más efectivos en el futuro.

Durante el mes de diciembre, se llevaron a cabo diversas mentorías, asesorías y talleres, enfocados en potenciar el crecimiento y la sostenibilidad de las empresas participantes. Uno de los aspectos más destacados fue el cierre exitoso de la actividad de diseño del plan de acción para los empresarios. Este proceso resultó clave para establecer las bases de las actividades a ejecutar, y los consultores lograron entregar resultados de alta calidad, que dejaron a los empresarios muy satisfechos y con herramientas claras para avanzar en la implementación de sus estrategias. Se espera para el próximo año, seguir con el proceso de ejecución para entregar a los demás empresarios los planes de acción.

Las asesorías, mentorías y talleres ofrecidos no solo han cubierto aspectos clave para que las empresas puedan ser más escalables y menos dependientes de procesos operativos, sino que también han demostrado ser herramientas transformadoras para la gestión empresarial. Estas iniciativas han permitido



fortalecer la competitividad de las empresas, proporcionándoles las capacidades necesarias para adaptarse y prosperar en un entorno de mercado cambiante y desafiante.

El balance del mes evidencia que estas actividades no solo generaron resultados inmediatos, sino que también sentaron las bases para un éxito sostenible a largo plazo. Este impacto positivo reafirma la importancia de seguir apostando por estrategias integrales que impulsen el crecimiento y la innovación empresarial, contribuyendo así al desarrollo económico y social del sector.

Con base en las asesorías y mentorías realizadas hasta la fecha, se evidencia que las empresas han aplicado de manera adecuada las herramientas y estrategias proporcionadas en talleres, asesorías y mentorías previas. Esto se refleja en las sesiones realizadas en el mes de enero, donde se observa una notable diferenciación en la forma en que las empresas presentan y comunican sus servicios y productos. Además, los resultados obtenidos respaldan esta mejora, demostrando un impacto positivo en sus operaciones y en la percepción de su oferta en el mercado. Este avance reafirma el valor de las metodologías implementadas y el compromiso de las empresas con su crecimiento y desarrollo.

Las sesiones realizadas en febrero crearon un espacio de diálogo abierto y estratégico, permitiendo a los empresarios expresar ideas libremente y recibir asesoría personalizada para fortalecer sus negocios.

Como resultado, se fomentó la exploración de nuevas estrategias y modelos de negocio, impulsando la creatividad sin limitaciones. El uso de ejemplos prácticos y analogías, basados en distintas industrias del país, facilitó la comprensión y aplicación efectiva de conceptos clave.

La implementación de técnicas de innovación, como la identificación de problemas reales y el desarrollo de soluciones disruptivas permitió estructurar modelos de negocio viables y escalables, brindando un marco sólido para la toma de decisiones estratégicas.

Un hito destacado fue la incorporación de inteligencia artificial (ChatGPT) como herramienta de apoyo. Esta integración demostró ser un recurso innovador y eficiente, optimizando procesos y mejorando la capacidad de adaptación empresarial. En definitiva, las acciones implementadas no solo fortalecieron las capacidades empresariales, sino que también sentaron las bases para un crecimiento sostenible y alineado con las dinámicas del mercado.

El acompañamiento realizado ha sido fundamental para que las empresas participantes consoliden su crecimiento de manera estructurada y sostenible. La identificación de procesos clave y la implementación de políticas claras para la



delegación y automatización han permitido optimizar la gestión empresarial y mejorar la eficiencia operativa.

Asimismo, el desarrollo de un instrumento que brinda una visión holística de la organización ha permitido a las empresas comprender mejor su estructura y alinear sus estrategias con oportunidades de crecimiento, incluyendo conexiones estratégicas con entidades y programas en Colombia. Este enfoque integral no solo ha sentado las bases para una expansión ordenada, sino que también ha facilitado la implementación de estrategias de innovación y competitividad.

Las mentorías han jugado un papel clave en la documentación de procesos de gestión de proyectos, proveedores y clientes, lo que garantiza una mayor eficiencia y control interno. Además, las actividades orientadas a fomentar la creatividad y la innovación dentro de la empresa, ha reforzado su capacidad para generar nuevas ideas y adaptarse a un mercado dinámico. En conjunto, este acompañamiento ha sido determinante para mejorar la competitividad de las empresas y fortalecer su posicionamiento en el mercado, permitiéndoles evolucionar de manera estratégica y sostenible.

La implementación del Protocolo de Innovación en las empresas participantes, Proyi, Proyectos y Soluciones, Ok Web, Ambientes Virtuales, Hyo, Edentia y Datosfera, concluyó con la entrega de los informes finales durante la última sesión de trabajo con cada organización, marcando el cierre exitoso de un proceso técnico, estratégico y altamente estructurado. Este protocolo no solo sirvió como un diagnóstico detallado de las oportunidades de mejora, sino que también funcionó como una guía metodológica para activar procesos transformadores concretos, medibles y sostenibles, profundamente alineados con los desafíos y dinámicas del sector TI y de las industrias 4.0. El Protocolo de Innovación se consolidó como una herramienta de gestión con alto valor práctico, que permitió identificar cuellos de botella, optimizar recursos, fortalecer capacidades internas e incorporar la innovación como un componente esencial de la cultura organizacional. Su aplicación rigurosa demostró ser un verdadero acelerador de productividad, alineando visión estratégica y operación diaria, con una lógica de eficiencia, escalabilidad y transformación digital.

Además, con todas las empresas participantes se logró alcanzar el 100% de cumplimiento en las actividades pactadas, reflejando un alto nivel de compromiso y apropiación del proceso por parte de cada organización. Este logro no solo evidencia la ejecución exitosa del plan de trabajo, sino que también permitió a las empresas experimentar un crecimiento significativo en su capacidad de participación dentro del gremio del sector TI e industrias 4.0. Gracias al



conocimiento adquirido y a la aplicación práctica de las herramientas brindadas, las organizaciones lograron escalar a un nuevo nivel de madurez en innovación, fortaleciendo su posicionamiento estratégico y su proyección en ecosistemas empresariales más competitivos y colaborativos. Este proceso dio lugar a un crecimiento exponencial en términos de capacidades estratégicas, operativas y tecnológicas, habilitando a las empresas para integrarse de manera más activa, informada y competitiva dentro del gremio del sector TI e industrias 4.0. Dicho crecimiento no se limita únicamente a mejoras internas, sino que también se traduce en un mayor nivel de articulación con redes empresariales, clústeres de innovación y ecosistemas digitales, en los cuales estas organizaciones pueden ahora participar con un enfoque más estructurado, sólido y orientado a resultados.

En consecuencia, este proceso no solo cumplió con los objetivos operativos planteados, sino que también sentó las bases para una transformación más profunda y sostenible. Las empresas están ahora mejor posicionadas para liderar procesos dentro de sus nichos, colaborar con actores clave del ecosistema y consolidarse como referentes en la evolución del sector TI e industrias 4.0 a nivel regional y nacional.

7. ANEXOS:

1. Reunión coordinación equipo de trabajo.
2. Convocatoria empresarios reunión inicial.
3. Asistencia Reunión 24 octubre.
4. Presentación proyecto UTP.
5. Cronograma proyecto UTP.
6. Llamadas telefónicas empresarios 18 octubre.
7. Acta reunión weppa 29 octubre
8. Fotografía con empresario weppa 29 octubre.
9. Listado asistencia reunión weppa 29 octubre.
10. Acta reunión escuela didáctica 30 octubre.
11. Fotografía empresario escuela didáctica 30 octubre.
12. Lista asistencia escuela didáctica 30 octubre.
13. Acta reunión empresa triage 30 octubre.
14. Fotografía empresa 30 octubre.
15. Lista asistencia triage 30 octubre.
16. Acta de reunión y presentación mentoría con empresario in check.
17. Fotografía con empresario in check.
18. Asistencia reunión con empresario in check.



19. Acta de reunión mentoría con empresario weppa cloud 12 de noviembre.
20. Asistencia reunión con empresario weppa cloud 12 de noviembre.
21. Fotografía con empresario weppa cloud 12 de noviembre.
22. Acta de reunión mentoría con empresario weppa cloud 28 de noviembre.
23. Asistencia reunión con empresario weppa cloud 28 de noviembre.
24. Fotografía reunión con empresario weppa cloud 28 de noviembre.
25. Acta de reunión con empresario ambientes virtuales 12 de noviembre.
26. Asistencia reunión ambientes virtuales 12 de noviembre.
27. Acta de reunión con empresario Delphi Analytics 12 de noviembre.
28. Asistencia con empresario delphi analytics 12 de noviembre.
29. Acta de reunión con empresario gisruptivo 12 de noviembre.
30. Asistencia empresario gisruptivo 12 de noviembre.
31. Acta de reunión con empresario hyo 12 de noviembre.
32. Asistencia empresario Hyo 12 de noviembre.
33. Acta de reunión con empresario proyi 12 de noviembre.
34. Listado asistencia empresario proyi 12 de noviembre.
35. Acta de reunión con empresario Delphi 13 de noviembre.
36. Asistencia reunión delphi 13 de noviembre.
37. Acta de reunión con empresario gisruptivo 13 de noviembre.
38. Asistencia empresario gisruptivo 13 de noviembre.
39. Acta reunión empresario hyo 18 de noviembre.
40. Acta de reunión con empresario onyx 20 de noviembre.
41. Fotografía reunión onyx 20 de noviembre.
42. Acta de reunión con empresario proyi 13 de noviembre.
43. Asistencia reunión proyi 13 de noviembre.
44. Acta de reunión con empresario ok web 14 de noviembre.
45. Asistencia empresario ok web 14 nov.
46. Fotografía reunión con empresario ok web 14 de noviembre.
47. Acta de reunión con empresario triage 14 de noviembre
48. Asistencia reunión triage 14 de noviembre.
49. Fotografía con empresario triage 14 de noviembre.
50. Asistencia reunión con empresarios taller 07 de noviembre.
51. Presentación taller 07 de noviembre.
52. Asistencia taller de mercados 22 de noviembre.
53. Fotografía reunión con empresarios 22 de noviembre.
54. Presentación reunión con empresarios 22 de noviembre.
55. Acta de reunión con empresario proyi reunión 05 noviembre
56. Asistencia con empresarios proyi 05 de noviembre.
57. Fotografía con empresario proyi 05 de noviembre.
58. Acta de reunión con empresario ambientes virtuales reunión 05 noviembre
59. Asistencia reunión empresarios ambientes virtuales 05 de noviembre.



60. Acta de reunión con empresario hyo reunión 05 noviembre.
61. Asistencia reunión empresarios hyo 05 de noviembre.
62. Fotografía empresarios hyo 05 de noviembre.
63. Acta de reunión con empresario triage reunión 06 noviembre.
64. Acta de reunión con empresarios triage 13 de noviembre.
65. Asistencia reunión con empresario triage 06 de noviembre.
66. Asistencia reunión con empresario triage 13 de noviembre.
67. Fotografía con empresario triage 06 de noviembre.
68. Fotografía con empresario triage 13 de noviembre.
69. Entregable para empresa triage sas.
70. Acta de reunión con empresarios escuela didáctica 06 noviembre.
71. Acta de reunión con empresario escuela didáctica 27 de noviembre.
72. Asistencia reunión con empresario escuela didáctica 06 de noviembre.
73. Asistencia reunión con empresario escuela didáctica 27 de noviembre.
74. Fotografía con empresario escuela didáctica 06 de noviembre.
75. Fotografía reunión con empresario escuela didáctica 27 de noviembre.
76. Entregable final reunión empresario escuela didáctica 27 de noviembre.
77. Acta de reunión con empresario gisruptivo 14 de noviembre.
78. Asistencia empresario gisruptivo 14 de noviembre.
79. Fotografía reunión con empresario gisruptivo 14 de noviembre.
80. Acta de reunión y asistencia ambientes virtuales 29 de noviembre.
81. Fotografía reunión ambientes virtuales 29 de noviembre.
82. Acta de reunión y asistencia hyo 29 de noviembre.
83. Fotografía reunión hyo 29 de noviembre.
84. Acta de reunión y asistencia con empresario proyí 29 noviembre.
85. Fotografía reunión proyí 29 noviembre.
86. WhatsApp audio 2024-11-18 at 8.19.00 am.
87. Renuncia al programa sistemas y gestiones administrativas.
88. Carta solicitando el retiro del programa.
89. Acta de Reunión.
90. Propuesta y foto empresa yeminus.
91. Acta, fotografía y asistencia mentoría ambientes virtuales
92. Entregable plan de acción ambientes virtuales.
93. Acta, fotografía y asistencia mentoría proyí.
94. Entregable plan de acción proyí.
95. Acta, fotografía y asistencia mentoría hyo.
96. Entregable plan de acción hyo.
97. Fotografía y presentación taller 05 de diciembre.
98. Asistencia virtual taller 05 de diciembre
99. Asistencia presencial taller 05 de diciembre.
100. Acta, fotografía y asistencia mentoría onyxsoft 06 de diciembre.



101. Asistencia, fotografía y presentación taller 10 de diciembre.
102. Acta, fotografía y asistencia asesoría gisruptivo.
103. Acta y Asistencia mentoría in check 12 de diciembre.
104. Acta, fotografía, asistencia y entregable Proyectos y soluciones TI 16 Enero.
105. Acta, fotografía, asistencia y entregable In Check.
106. Acta, fotografía y asistencia Yeminus 22 enero.
107. Acta, fotografía y asistencia Ambientes Virtuales.
108. Acta, fotografía y asistencia Delphi.
109. Acta, fotografía y asistencia Escuela Didáctica.
110. Acta, fotografía y asistencia Weppa Cloud.
111. Acta, fotografía y asistencia Weppa Cloud.
112. Acta, fotografía y asistencia Yeminus.
113. Acta, asistencia, fotografía y entregable Gisruptivo.
114. Acta, fotografía y asistencia Ambientes virtuales.
115. Acta, fotografía y asistencia Edentia.
116. Acta, fotografía y asistencia Hyo.
117. Acta, fotografía y asistencia Yeminus.
118. Acta, asistencia, fotografía y entregable final Delphi.
119. Acta, asistencia, fotografía y entregable final Onyxsoft.
120. Acta, fotografía y asistencia Proyectos y Soluciones TI.
121. Acta, fotografía y asistencia Datosfera.
122. Acta, Asistencia y fotografía sesión Ambientes Virtuales 04 feb.
123. Acta, Asistencia y fotografía sesión Delphi Analytics SAS 03 feb.
124. Acta, Asistencia y fotografía sesión Hyo 07 feb.
125. Acta, Asistencia y fotografía sesión Proyi 05 feb.
126. Acta, Asistencia y fotografía sesión Ambientes Virtuales 11 feb.
127. Acta, Asistencia y fotografía sesión Escuela Didáctica 14 feb.
128. Acta, Asistencia y fotografía sesión Ok web 13 feb.
129. Acta, Asistencia, fotografía y entregable sesión Datosfera 10 feb.
130. Acta, Asistencia, fotografía y entregable sesión In Check 12 feb.
131. Acta, Asistencia y fotografía sesión Ambientes Virtuales 17 feb.
132. Acta, Asistencia y fotografía sesión Yeminus 03 feb.
133. Acta, Asistencia, fotografía y entregable sesión Yeminus 04 feb.
134. Acta, Asistencia y fotografía sesión Datosfera 04 feb.
135. Acta, Asistencia y fotografía sesión Proyi 07 feb.
136. Acta, Asistencia y fotografía sesión Ambientes Virtuales 19 feb.
137. Acta, Asistencia y fotografía sesión Escuela Didáctica 20 feb.
138. Acta, Asistencia y fotografía sesión Proyi 19 feb.
139. Acta, Asistencia y fotografía sesión Weppa Cloud 19 feb.
140. Acta, Asistencia y fotografía sesión Edentia 20 feb.
141. Acta, Asistencia y fotografía sesión Hyo 20 feb



- 142. Acta, Asistencia y fotografía sesión Datosfera 26 feb.
- 143. Acta, Asistencia y fotografía sesión Yeminus 28 feb.
- 144. Acta, Asistencia y fotografía sesión Proyectos y Soluciones 26 feb.
- 145. Acta, Asistencia, fotografía y entregable sesión Proyectos y Soluciones 28 feb.
- 146. Acta, Asistencia y fotografía sesión Proyi 26 feb.
- 147. Acta, Asistencia y fotografía sesión ok web 28 feb.
- 148. Acta, Asistencia y fotografía sesión Datosfera 26 feb.
- 149. Acta, Asistencia y fotografía sesión Edentia 27 feb.
- 150. Acta, Asistencia y fotografía sesión HYO 27 feb.
- 151. Acta, Asistencia y fotografía Yeminus 03 marzo 2025
- 152. Acta, Asistencia y Fotografía Proyi 06 marzo.
- 153. Acta, Asistencia y Fotografía Ok web 04 marzo y 18 marzo
- 154. Acta, Asistencia y fotografía Datosfera 05 marzo.
- 155. Acta, Asistencia, Fotografía Datosfera 06 marzo y 17 marzo.
- 156. Acta, Asistencia y fotografía Ambientes Virtuales 11 marzo y 17 marzo.
- 157. Acta, Asistencia y Fotografía Edentia 11 marzo y 17 marzo.
- 158. Acta, Asistencia y fotografía Proyectos y soluciones 10 marzo.
- 159. Acta, Asistencia y fotografía Proyi 17 marzo.
- 160. Acta, Asistencia, Fotografía Reunión Delphi 03 marzo.
- 161. Acta, Asistencia y fotografía Gisruptivo 25 marzo.
- 162. Acta, Asistencia y fotografía gisruptivo 27 marzo
- 163. Acta, Asistencia y Fotografía Ambientes 05 marzo.
- 164. Acta, Asistencia y fotografía Escuela Didáctica 04 marzo.
- 165. Acta, Asistencia y Fotografía Delphi 27 marzo.
- 166. Acta, Asistencia y Fotografía In Check 26 marzo
- 167. Acta, Asistencia y Fotografía Onyxsoft 28 marzo.
- 168. Acta, Asistencia y Fotografía Hyo 19 y 21 marzo.
- 169. Acta, Asistencia, Fotografía y Entregable Escuela Didáctica.
- 170. Acta, Asistencia, Fotografía y Presentación Escuela Didáctica.
- 171. Acta, Asistencia y Fotografía Proyectos y Soluciones SAS.
- 172. Acta, Asistencia y Fotografía Ok Web 08 abril.
- 173. Acta, Asistencia y Fotografía Ok Web.
- 174. Escalamiento Empresarial Estrategico Ok web.
- 175. Prototipos.
- 176. Entregables Innovación
- 177. Entregable Final Yeminus.
- 178. Acta, Asistencia, fotografía y entregable Triage.
- 179. Anexo B - Software y TI Bogotá-Triage
- 180. Anexo C - Software y TI Medellín-Triage-
- 181. Anexo I - Salud-Triage.
- 182. Acta final Ambientes Virtuales.



183. Acta final Datósfera
184. Acta final Delphi
185. Acta final Edentia
186. Acta final Escuela Didáctica
187. Acta final Hyo
188. Acta Final Onyxsoft
189. Acta Final Proyi
190. Acta final Triage
191. Acta final Weppa.
192. Acta final Gisruptivo
193. Acta final proyectos y soluciones
194. Acta Final Ok Web
195. Acta final Yeminus
196. Acta final In check.
197. Entregable Escalamiento_Empresarial_Estrategico In Check
198. Entregable Escalamiento_Empresarial_Estrategico Delphi
199. Entregable Escalamiento_Empresarial_Estrategico Escuela Didáctica.
200. Entregable Modelo costos Gisruptivo
201. Entregable Weppa.
202. Plan de Expansión Comercial para Weppa Cloud

8. EQUIPO DE TRABAJO

Tabla 15 Equipo de trabajo

| Nombre | Perfil | Rol |
|--------|---|--|
| CIDT | <p>Centro de Innovación y Productividad con reconocimiento vigente por MINCIENCIAS.</p> <p>Experiencia en desarrollo de proyectos de ciencia, tecnología e innovación mínimo a 5 años</p> | Ejecutor de las actividades para el cierre de brechas de 15 empresas del sector TI 4.0 |

Fuente: Elaboración propia

JUAN ESTEBAN TIBAQUIRÁ
DIRECTOR DEL PROYECTO

ADRIANA MORENO RIVAS
SUPERVISORA