**GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD**

**LÍNEA EXTENSIONISMO TECNOLÓGICO**

# INFORME DE DIAGNÓSTICO FINAL

# TRAVELIANDO POR EL MUNDO

ELABORÓ

Maribel Liliana Díaz Yunda

REVISÓ

JANE CAROLINA HERRERA

**Regional Huila_CIES**

Centro de la Industria, la Empresa y los Servicios

Junio 2023

@SENAComunica www.sena.edu.co

Línea de atención al ciudadano: 018000 910270
Línea de atención al empresario: 018000 910682

## Contenido

1. Introducción ..... 3
2. Acciones Realizadas ..... 4
2.1. Plan de mejora desarrollado ..... 4
2.2. Observaciones ..... 5
3. Logros Alcanzados - Resultados por dimensión del Programa ..... 6
3.1.1. Otros logros alcanzados ..... 9
4. Matriz EBLA ..... 10
5. Formación adelantada por la empresa ..... 12
5.1. Formaciones identificadas ..... 12
5.2. Formaciones ejecutadas: ..... 12
5.3. No. colaboradores capacitados ..... 12
6. Conclusiones ..... 13

# 1. Introducción

En el presente informe se registra los resultados obtenidos del proceso de intervención realizado en la empresa TRAVELIANDO POR EL MUNDO, durante el ciclo de acompañamiento, con un total de 50 horas.

Los resultados aquí registrados son el reflejo del trabajo activo y dinámico entre el empresario GIOVANNI ROMERO y el extensionista tecnológico, que se desarrollaron con base en el informe de diagnóstico, la priorización de área a trabajar y plan de mejora concertado, con el fin de obtener un mejor nivel de apropiación tecnológica hacia la digitalización, coordinación, gestión y estrategia, con el fin de mejorar sus niveles de transformación digital

# 2. Acciones Realizadas

## 2.1 Plan de Mejora Desarrollado

| Actividad | Recursos Necesarios | Resultados Esperados | Responsable |
|---|---|---|---|
| Actividades Teórico-prácticas, en Herramientas Digitales | Plataformas de Aprendizaje, Google Actívate, Sena Sofia Plus, Computador, Tableta, Celular. | Cursos digitales certificados - Adquirir conocimiento practico sobre las herramientas digitales para mejorar su empresas. | Empresario - Extensionista |
| Fortalecer la Redes Sociales Vigentes | Plataformas de Aprendizaje, LinkedIn, Whatsapp Bussines, Computador, Celular, Tableta | Implementar estrategias para la gestión de Contenidos en Redes sociales potencializando sus perfiles, favoreciendo el posicionamiento de la marca | Empresario - Extensionista |
| Crear Campañas Publicitaria Exitosas | Plataforma de Aprendizaje,Google ADS, Computador, Celular, Tableta | Fortalecer los conocimientos en las plataformas de aprendizaje y crear campañas efectivas. | Empresario - Extensionista |
| Realizar Mapeo de Procesos y posible digitalización | Plataforma de Aprendizaje Popplet, Trello, Google Workspace, Computador, Celular, Tableta. | Fortalecer las actividades /procesos de la Empresa a nivel Digital | Empresario - Extensionista |
| Fortalecer la Identidad Digital de la Empresa, fortaleciendo la pagina Web | Plataforma de Aprendizaje, Google Analitics, google Adsense, Computador, Celular, Tableta | Mejorar la identidad empresarial y fortalecer el posicionamiento de la marca. | Empresario - Extensionista |
| Estructurar Canales Digitales Inexistentes en la empresa | Plataforma de Aprendizaje, Google Mi Negocio, Computador, Celular, Tableta | Que el Empresario reconozca la necesidad del Canal y su utilidad | Empresario - Extensionista |
| Fortalecer la Identidad Digital de la Empresa, fortaleciendo la pagina Web | Plataforma de Aprendizaje, Google Analitics, google Adsense, Computador, Celular, Tableta | Mejorar la identidad empresarial y fortalecer el posicionamiento de la marca. | Empresario - Extensionista |

## 2.2 Observaciones

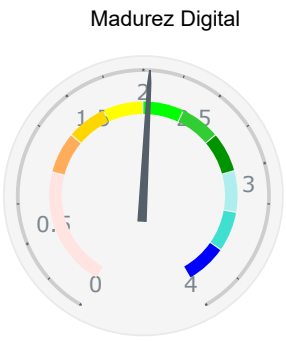
La transformación de las empresas es en sí misma un ejercicio de innovación; por lo cual es fundamental que la empresa TRAVELIANDO POR EL MUNDO SAS propenda por asegurar la eficiencia de sus procesos, sostenibilidad en el tiempo y que sus esfuerzos innovadores garanticen las capacidades para adaptarse a los contextos y retos del futuro. Es importante que la empresa elabore un plan de innovación y transformación, a partir de lo aprendido e implementado con el fin de alcanzar los objetivos estratégicos.

## 3. Logros Alcanzados - Resultados por dimensión del Programa

**Dimensión Técnica y Tecnológica:**

A través de la consultoría y con la identificación de las necesidades y oportunidades, así como la implementación del plan de mejora concertado, se buscó la apropiación y uso de herramientas, tecnologías, plataformas, entre otros, con el fin de mejorar la madurez digital.

Para la medición de esta dimensión se tuvo en cuenta los comparativos del nivel de madurez digital, de acuerdo con los resultados del diagnóstico final y diagnóstico inicial.

| Diagnostico Inicial | Diagnostico Final |
|---|---|
|  | |





- La empresa al iniciar asesoría se encontraba en nivel de madurez Aprendiz Básico y en el diagnóstico final, se evidencia una permanencia hacia Experto Básico

| Nivel de Madurez Inicial | Grado Inicial | Nivel de madurez Final | Grado Final |
|---|---|---|---|
| Aprendiz Básico | 2,04 | Experto Básico | 3,08 |

**Conclusion:**

El proceso de acompañamiento se inició con un Grado de Madurez Inicial de Aprendiz Básico y se finalizó como Experto Básico, que permite resaltar que TRAVELIANDO POR EL MUNDO SAS desde su planeación estratégica tiene objetivos claros con lineamientos que generan sinergía entre las distintas variables de su modelo de negocio para propiciar la mejora continua. Esto permite que la empresa realice esfuerzo operativo con un enfoque claro para generar innovación y desarrollo en todas las áreas de su cadena de valor; reconoce en sus procesos los aspectos clave para una gestión financiera exitosa, lo cual le permite evaluar los resultados y determinar la salud de su negocio.

**Dimensión económica - empresarial:**

El acompañamiento busca apoyar al empresario en la revisión y análisis de sus modelos de negocios, procesos empresariales, transformación digital, comercio electrónico; buscando el mejoramiento productivo, crecimiento del negocio, posicionamiento, desarrollo de economía digital y competitividad. Estos se miden a través del alcance de uno de los indicadores priorizados de mejoramiento, establecidos en la estrategia.

**Dimensión Técnica y Tecnológica:**

A través de la consultoría y con la identificación de las necesidades y oportunidades, así como la implementación del plan de mejora concertado, se buscó la apropiación y uso de herramientas, tecnologías, plataformas, entre otros, con el fin de mejorar la madurez digital.

A continuación, se relaciona los resultados de los indicadores acordes a su priorización.

## Indicadores

| Indicador | Formación del personal para digitalización | | | Dimensión | Humana | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Formula | Unidad | Variables | Datos Iniciales | Total Inicial | Datos Finales | Total Final |
| Horas de formación hacia laTransformación Digital / Total de horas laboradas | Horas | • Horas de formación hacia la Transformación Digital? | 2 | 100% | 1 | 50% |
| | | • Total de horas laboradas | 2 | | 2 | |
| Cálculo de incremento del indicador en medios digitales (clientes y/o ventas) | | | | | | |
| Valor Inicial (Vi) | | Valor Final (Vf) | | Diferencia | | Variación ((Vf-Vi)/Vi)*100 |
| 100% | | 50% | | -50,00% | | -50,00% |
| Observacion La motivación y deseos de aprendizaje del empresario, fue vital para la apropiación de nuevo conocimiento y herramientas tecnológicas. | | | | | | |

| Indicador | Proceso optimizados a través de la digitalización? (Obligatorio) | | | Dimensión | Técnica y Tecnológica | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Formula | Unidad | Variables | Datos Iniciales | Total Inicial | Datos Finales | Total Final |
| (No. de procesos optimizados a través de la digitalización / No. total de procesos?)*100 | Porcentaje | • No. de procesos optimizados através de la digitalización? | 1 | 100% | 3 | 300% |
| | | • No. Total de procesos | 1 | | 1 | |
| Cálculo de incremento del indicador en medios digitales (clientes y/o ventas) | | | | | | |
| Valor Inicial (Vi) | | Valor Final (Vf) | | Diferencia | | Variación ((Vf-Vi)/Vi)*100 |
| 100% | | 300% | | 200,00% | | 200,00% |
| Observacion Se evidenció la apropiación del conocimiento en la implementación del nuevo conocimiento para la optimización de los procesos al interior de la empresa. | | | | | | |

| Indicador | Nuevos canales digitales | | | Dimensión | Empresarial | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Formula | Unidad | Variables | Datos Iniciales | Total Inicial | Datos Finales | Total Final |
| (Nuevos canales digitales / Totalde canales digitales?)*100 | Porcentaje | • Nuevos Canales digitales? | 1 | 100% | 2 | 200% |
| | | • Total de Canales Digitales | 1 | | 1 | |
| Cálculo de incremento del indicador en medios digitales (clientes y/o ventas) | | | | | | |
| Valor Inicial (Vi) | | Valor Final (Vf) | | Diferencia | | Variación ((Vf-Vi)/Vi)*100 |
| 100% | | 200% | | 100,00% | | 100,00% |
| Observacion El conocimiento en nuevas herramientas tecnológicas fue vital en la creación de nuevos canales digitales al interior de la empresa. | | | | | | |

@SENAComunica

www.sena.edu.co

Línea de atención al ciudadano: 018000 910270
Línea de atención al empresario: 018000 910682

### 3.1.1 Logros Alcanzados

Como resultado del proceso de acompañamiento, se logró la implementación de: 1. Ficha en Google Mi Negocio, 2. Análisis del Modelo de Negocio, 3. Diseño de publicidad utilizando herramientas de diseño como Canva 4. Diseño de estrategia online de posicionamiento, 5. Diseño de Página Web en KOLAU

## 4. Matriz EBLA

De acuerdo a la implementación desarrollada en el ciclo de acompañamiento identifique aquellas buenas prácticas, lecciones aprendidas y otras experiencias que considere relevantes a destacar y que le aporten para mejorar la estrategia #MipymeSeTransforma:

| **Experiencias** | **Buenas Prácticas** |
|---|---|
| 1. Intercambio de conocimientos<br>2. Intercambio de experiencias<br>3. Fortalecimiento de saberes | 1. Comunicación asertiva<br>2. Puntualidad en conexión a las asesorías<br>3. Guías de aprendizaje para los empresarios, con el fin de lograr mayores resultados<br>4. Ejecutar actividades de forma simultánea para facilitar el aprendizaje y la implementación |
| **Lecciones aprendidas** | **Aportes al programa** |
| 1. Conocimiento e implementación de nuevas herramientas tecnológicas, que permitan alcanzar nuevos mercados de clientes y fortalecer el que tienen.<br>2. Identificación de necesidades propias el negocio.<br>3.Mejora en la toma de decisiones. | 1. Impacto positivo del programa al sector productivo de nuestro País, apropiando e implementando nuevas herramientas tecnológicas en pro de disminuir la brecha digital existente. |

## 5. Formación adelantada por la empresa

Cursos Realizados

| Nombre Curso | Intensidad Horaria | Integrantes | Plataforma |
|---|---|---|---|
| CÓMO CREAR CAMPAÑAS DE EMAIL MARKETING | 20 | 1 | AulaFacil.com |
| Inteligencia Artificial aplicada al Marketing | 2 | 1 | Webinars Regional (Certificados) |
| Plan de Marketing Digital Estratégico | 2 | 1 | Webinars Regional (Certificados) |
| 5.3. No. colaboradores capacitados | | | |
| Total de Cursos: | 3 | Total de Integrantes: | 3 |

## 6. Conclusiones

Se logra un impacto general al interior de las empresas vinculadas, a partir de asesorías personalizadas acordes a las necesidades de cada una de las microempresas, lo que conlleva al fortalecimiento estratégico del modelo de negocio de cada una de estas unidades productivas, generando en ellos una cultura de transformación digital, que permite una disminución de la brecha digital existente.