PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL
- ANALÍTICA DE DATOS -

PRODUCTO No. 4

METODOLOGÍA 1
Diagnóstico – Sensibilización
Contacto con las empresas – estrategias de acompañamiento

Contrato 1056 de 2025

Prestación de servicios para fortalecer empresas de alto impacto de Bogotá, en temáticas relacionadas con ciencia, tecnología e innovación y los lineamientos establecidos por La SDDE - Lote 1 Analítica de Datos

Consorcio CIP Bogotá AD

Bogotá D.C.
Octubre 17 de 2025

Contenido

Contenido

1 Introducción 3

2 Objetivos 4

2.1 Objetivo General 4

2.2 Objetivos específicos 4

3 Alcance 4

3.1 Diagnóstico y análisis de la cadena de valor 5

3.2 Sensibilización en la cadena de valor 13

3.3 Estrategia de comunicación para el contacto con las empresas 14

3.4 Estrategias de acompañamiento personalizado a las empresas y canales de atención constantes a implementar 15

4 Anexos 16

1 Introducción

El presente documento corresponde al Producto 4 – Metodología 1, que tiene como propósito describir el enfoque y procedimientos que orientarán la implementación de las primeras actividades del Ciclo de Fortalecimiento Empresarial en la línea temática de Analítica de Datos, en el marco del programa **Bogotá Productiva e Innovadora (BPI)** liderado por la **Secretaría Distrital de Desarrollo Económico – SDDE.**

Según lo establecido por la SDDE, el objetivo de la línea temática de Analítica de Datos, es el de implementar al menos 32 horas de transferencia de conocimiento guiado a las empresas de Alto Impacto de Bogotá, a través de asistencia técnica y acompañamiento especializado, con el fin de mejorar sus capacidades empresariales e incrementar su productividad; estableciendo como meta para esta línea temática, beneficiar 226 empresas en la vigencia 2025 y 272 empresas en el 2026.

Dentro del diseño metodológico, el presente documento define el “cómo” se desarrollarán los procesos de diagnóstico y análisis de la cadena de valor, las sesiones de sensibilización a las empresas y la estrategia de comunicación y acompañamiento a las empresas beneficiarias. Su objetivo es garantizar que la ejecución de estas actividades responda a criterios de pertinencia técnica, coherencia metodológica y alineación con los lineamientos establecidos por la SDDE.

A partir de los lineamientos de la SDDE, la metodología de abordaje de las empresas se fundamenta en el modelo de cadena de valor de Michael Porter, que permite identificar las actividades internas de la empresa que generan valor y aquellas que, en desarrollo del proyecto, podrían optimizarse mediante el uso de herramientas de Analítica de Datos. Desde este enfoque, se busca que cada empresa reconozca sus procesos críticos, fortalezca su capacidad analítica y oriente sus decisiones hacia la mejora de la productividad.

El documento se complementa con un archivo en Excel, que contiene los diferentes elementos que componen tanto la metodología para el diagnóstico como el instrumento para el levantamiento de información.

En conjunto, este diseño metodológico constituye la guía operativa que orientará las primeras etapas de implementación del fortalecimiento empresarial, asegurando consistencia técnica, claridad en los procedimientos y efectividad en los resultados esperados por la SDDE.

PRODUCTO 4. METODOLOGÍA 1

2 Objetivos

2.1 Objetivo General

El propósito de la metodología abordada en el presente documento es asegurar una ejecución coherente y rigurosa del proceso de diagnóstico, sensibilización y acompañamiento empresarial, de modo que cada empresa beneficiaria disponga de un análisis integral de su cadena de valor e identifique con claridad las oportunidades de mejora en su productividad con la incorporación efectiva de herramientas de analítica de datos en sus procesos estratégicos y de gestión.

2.2 Objetivos específicos

- Diseñar e implementar una metodología de diagnóstico empresarial que permita identificar áreas de oportunidad de mejora en la productividad, a partir del uso de herramientas de analítica de datos.
- Plantear modelo de sensibilización de las empresas beneficiarias, en su cadena de valor y oportunidades de aplicación de analítica de datos
- Definir estrategia de comunicación para el contacto a las empresas durante la ejecución del proyecto
- Definir estrategia de acompañamiento y canales de atención a las empresas durante la ejecución del proyecto

3 Alcance

Como se indica en el anexo técnico de la SDDE, el presente producto debe corresponder a la actividad del diseño de las metodologías para la implementación del fortalecimiento empresarial, con base en la estructura del programa y los siguientes ítems, así:

- Diagnóstico de la cadena de valor, para cada una de las empresas beneficiarias.
- Análisis del diagnóstico de la cadena de valor de cada una de las empresas beneficiarias.
- Tres (3) horas de sensibilización en la cadena de valor y sus riesgos para cada empresa beneficiaria.

En línea con lo anterior, el anexo técnico define el producto 4 como **Metodología 1 o** Documento con el diseño metodológico, del “cómo” se ejecutará cada uno de los siguientes ítems, el cual debe incluir entre otros, el detalle de:

- Cómo se llevará a cabo el diagnóstico y análisis de la cadena de valor.
- Cómo se llevarán a cabo las Tres (3) horas personalizadas de sensibilización en la cadena de valor y sus riesgos para cada empresa beneficiaria.

- La estrategia de comunicación a emplear para el contacto con las empresas beneficiarias durante la implementación del programa.
- Estrategias de acompañamiento personalizado a las empresas y definición de los canales de atención constantes a implementar

A continuación, se presenta el detalle de cada uno de los cuatro (4) elementos anteriores, según lo definido en el anexo técnico para el producto 4.

3.1 Diagnóstico y análisis de la cadena de valor

Marco conceptual del diagnóstico

Para cada una de las empresas beneficiarias del proyecto, se realizará un proceso de diagnóstico, que permita identificar su estado actual y grado de madurez, a nivel general, y de los componentes de su cadena de valor, respecto al uso y apropiación de herramientas de Analítica de Datos.

En el modelo de Cadena de Valor de Porter, se desglosan las actividades de una organización en distintos procesos, permitiendo identificar cómo cada uno de estos contribuye a la generación de valor, principalmente para el cliente.

En este modelo, las actividades de la empresa se organizan en primarias o de apoyo. Las actividades primarias son aquellas directamente involucradas en la creación, entrega y soporte del producto o servicio ofrecido. Las actividades de apoyo son las que sustentan las actividades primarias y por tanto se extienden a lo largo de toda la cadena de producción o prestación de servicios.

Figura 1. Cadena genérica de Valor de Porter[1]

[1] Porter, M. E. (1987). Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior



Según lo propuesto por Porter, el fortalecimiento de la cadena de valor de las empresas puede generar ventajas competitivas significativas, que conduzcan a la mejora en la productividad y al crecimiento. Al comprender cómo cada actividad contribuye a la creación de valor, las empresas pueden optimizar sus procesos, reducir costos y diferenciarse de sus competidores. Por tanto, el análisis de la cadena de valor es fundamental para desarrollar una estrategia competitiva sostenible.

En este sentido, para contar con un diagnóstico de cada empresa que permita alcanzar los fines esperados, se emplearán dos fuentes principales de información: el DIME y el Instrumento de Diagnóstico (Producto 6 del contrato)

Etapas del proceso metodológico para el diagnóstico

En la hoja “Proceso DX” del Excel adjunto al presente documento, se encuentra el paso a paso para el levantamiento del diagnóstico de cada empresa. Este proceso se compone de una serie de actividades o procesos, de la siguiente manera:

ACTIVIDAD	INPUTS	Formulario	DESCRIPCIÓN PROCESO	OUTPUTS	RESPONSABLE
Cargar Base de datos del DIME	IN 1. Base de datos del DIME (5 variables de calificación empresa)	N.A.	Extracción de información	OUT 1. Datos de calificación en las 5 dimensiones del DIME	* líder de línea entrega BD del DIME * Equipo BIOS, Operador del SW
Diligenciar el formulario Producto 6	IN 2. Información de la empresa sobre el uso de datos en su Cadena de valor	Formulario de DX	El colaborador de la empresa encargado junto con el orientador de la inscripción diligencian el formulario	OUT 2. Información de las variables	Orientador Inscripción
Procesamiento de la información y calificación del DX	OUT 1. OUT 2.	N.A.	El Software corre el modelo de calificación identificando	OUT 3. Calificación e identificación de brechas	Equipo BIOS, Operador del SW
Elaboración del Informe del Diagnóstico	IN 3. Plantilla de Informe de Dx OUT 3.	N.A.	El software combina los resultados del diagnóstico con la plantilla	OUT 4. Reporte de DX inicial	Equipo BIOS, Operador del SW
Asignación de Aliados Proveedor (APC) de Consultoría y Consultor	IN 4. Asignación de Aliado Proveedor y Consultor	Formulario de Asignación de APC, y de Consultor	El Líder de Línea asigna la empresa a un aliado proveedor, y el Aliado Asigna Consultor. Previamente en el software debieron ser creados los usuarios	OUT 5. Mail al aliado y al consultor notificando la asignación y link para comentarios (formulario IN 5)	* Líder de línea - Asignación del APC * APC - Asignación del Consultor * Equipo BIOS, operación de SW
Revisión y comentarios del Consultor	IN 5. Recomendaciones y Comentarios del Consultor	Formulario de captura de comentarios del Consultor	El consultor asignado revisa el DX y realiza sus comentarios y sugerencias iniciales para el taller de DX	OUT 6. Reporte del DX para empresa	* Consultor Asignado
Mail con reporte de DX y consultor a la empresa	IN 6. Plantilla de Mail a empresa. OUT 6.	N.A.	El software envía de manera automática mail a la empresa con saludo, asignación del Consultor y archivo adjunto con el reporte de DX. Y solicita Confirmación de Recibido. Con copia al Consultor	OUT 7. Confirmación de Respuesta	Equipo BIOS, Operador del SW
Agendamiento de taller virtual de revisión de Diagnóstico	IN 7. Datos de la cita para el Taller de Dx	Formulario de Agendamiento de taller DX	El consultor se comunica con la empresa y concerta la fecha y hora de la cita para el taller de socialización y retroalimentación del Diagnóstico	OUT 8. Mail a la empresa y al consultor agendando la cita, tanto por correo electrónico como en una aplicación de calendario	* Consultor concerta cita * Equipo BIOS, Operador del SW
Desarrollo de Taller virtual de Diagnóstico	IN 8. Plantilla con presentación del Orden del día y metodología del Taller OUT 6	Formulario con conclusiones y con acciones inicialmente identificadas para incluir en el PGAP	El consultor ejecuta el guion y ejercicios planeados para el taller	OUT 9. Conclusiones y recomendaciones	* Consultor ejecuta el taller del DX
Agendamiento de Taller de PGAP	IN 9. Datos de la cita para el Taller de PGAP	Formulario de Agendamiento de taller PGAP	El consultor como actividad final del taller del DX, realiza el agendamiento del Taller del PGAP	OUT 10. Mail a la empresa y al consultor agendando la cita, tanto por correo electrónico como en una aplicación de calendario	* Consultor concerta cita * Equipo BIOS, Operador del SW

El proceso comienza con el cargue de la información del DIME para cada empresa, continúa con el diligenciamiento del formulario y su posterior procesamiento de información. A partir de lo anterior, se elabora el informe de diagnóstico, que es asignado a los consultores que brindarán acompañamiento individual a las empresas, para su revisión y propuesta de ajuste.

Dicho informe es compartido con las empresas y discutido en la sesión de sensibilización que se llevará a cabo de manera virtual. En esta sesión se presenta el modelo de cadena de valor, se revisa el diagnóstico y se interpretan los resultados, para así originar la hoja de ruta, con conclusiones y recomendaciones. Finalmente, se agenda el taller del PGAP.

Componentes del instrumento de diagnóstico:

El Diagnóstico a las empresas se implementa a través del instrumento de recolección de información, que se presenta en detalle en el producto 6, con el cual se espera identificar el estado actual de la empresa, a nivel general y en cada una de sus principales actividades (cadena de valor) respecto al uso de Analítica de Datos. En este sentido, se contará con un instrumento organizado en las siguientes cinco (5) secciones:



Secciones 1 a 3. Información de la empresa y su modelo de negocio

En las primeras tres secciones del instrumento, se buscará conocer un poco más de lo que hace la empresa, sector en que se desenvuelve y oferta de valor. Se preguntará por el modelo de negocio o medios para creación de valor y aspectos diferenciales frente a sus competidores.

Sección 4. Madurez Analítica de la empresa

En cuanto a la analítica, se buscará identificar el grado de madurez a nivel general de la empresa, en un mecanismo de autoevaluación, para determinar, primero si aplican analítica básica, a nivel de reporting, o ya se encuentran en un nivel avanzado de analítica predictiva o prescriptiva. El diagnóstico de la empresa divide el análisis del empresario en los siguientes aspectos:

Nivel de madurez en analítica Indicado por Empresario. Basado en el marco de referencia de Gartner el empresario indica cual es el nivel de madurez en el cual se encuentra la empresa:

	Entendiendo la Analítica de Datos o Analítica Empresarial, como un modelo de gestión centrado en recopilar datos, enriquecerlos, gestionarlos y analizarlos para extraer la información relevante para la toma de decisiones de un negocio, ¿en qué nivel se encuentra la empresa?
Nivel 1	Reporting. La empresa usa hojas de cálculo y eventualmente herramientas de visualización para generar reportes básicos de las operaciones y/o necesidades para toma de decisiones
Nivel 2	Descriptiva. Responde preguntas a eventos que ya ocurrieron. ¿Qué pasó? ¿Cómo pasó?, analizar los datos
Nivel 3	Diagnóstica. Facilita encontrar causas a fenómenos que ocurrieron en el pasado. ¿Porqué?
Nivel 4	Predictiva. Predice eventos futuros. ¿Qué va a pasar? ¿Dónde ocurrirá? ¿Cuándo ocurrirá?
Nivel 5	Prescriptiva. Ejecuta acciones con base en la analítica predictiva. Poder Actuar, prepararme hacia al futuro

- Nivel de madurez general en aspectos de analítica en la empresa. Se profundiza en entender la presencia de aspectos tales como estrategia, estructura, gobierno, metodología, procesos, disponibilidad de tecnologías y gestión de conocimiento alrededor de la analítica
- Fuentes de Datos. Establece la disponibilidad de información estructurada en la empresa penando en poder desarrollar los ejercicios posteriores de formación avanzada (asistencia técnica) y la aplicación de herramientas de analítica en la empresa
- Identificación sectores claves de la cadena de valor a ser intervenidos en el programa de fortalecimiento. La empresa identifica los tres (3) sectores principales de la cadena de valor donde ve pertinente incluir herramientas en analítica.

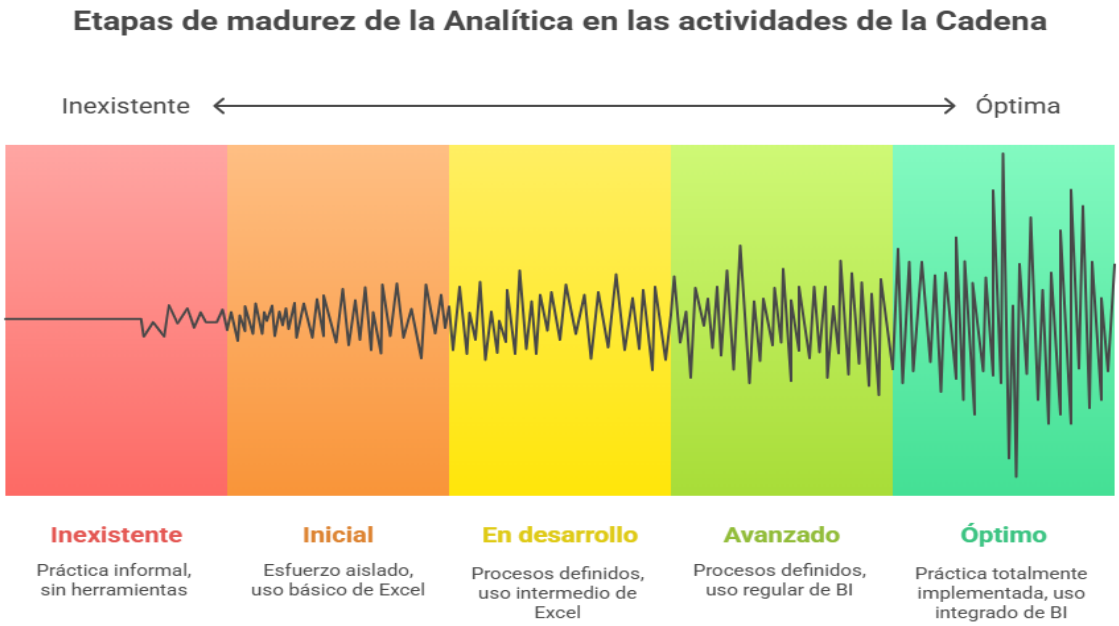
Se indagará respecto al uso o prácticas de analítica en aspectos transversales, clave del negocio, como:

- Estrategia
- Estructura y gobierno
- Metodología y procesos
- Tecnologías en analítica
- Gestión del conocimiento

Adicionalmente, se identificarán las prácticas de la empresa en cuanto a fuentes y herramientas para el manejo de datos, buscando saber si se emplea ofimática tradicional o sistemas de información estructurados.

Sección 5. Áreas de Intervención

En esta sección se buscará conocer el estado de madurez de la empresa, para las actividades priorizadas de su cadena de valor (en un ejercicio de priorización deberá establecer las tres más relevantes dentro de su modelo de negocio, donde la analítica de datos podría crear mayor valor), dentro de una escala de madurez que va del nivel 1) bajo o inexistente al 5) muy alto u óptimo, así:



Para cada uno de los eslabones de la cadena que se evalúen, se indagará en múltiples parámetros (entre 17 y 20), asociados a las prácticas y temáticas de la analítica de datos que se abordarán en las fases de transferencia de conocimiento y asistencia técnica, buscando así identificar áreas de oportunidad de mejora e implementación de mejores prácticas de gestión y herramientas. Dichas temáticas son:

Parámetro
Cultura
Herramientas para el manejo de datos
Tipos de Datos
Visualización de datos
Casos de uso de la analítica
Métricas (KPI)
Predicción
Riesgos
Soporte a la decisión

Análisis de la cadena de valor

Realizar el análisis de la cadena de valor, es un ejercicio en el cual se evalúan las diferentes actividades o componentes de la cadena, para determinar el grado en que cada uno de estos agrega valor a la empresa y de esta manera identificar oportunidades de mejora.

Un análisis integral de la cadena puede llevar a definir cuáles actividades agregan valor, cuáles generan más costos, cuales son susceptibles de optimización e incluso cuáles pueden ser delegadas a un tercero para lograr eficiencias o mejoras.

Partiendo de lo anterior, el análisis que se propone realizar en el marco del proyecto, tiene como objetivo determinar la manera en que las empresas beneficiarias cuentan con prácticas asociadas al aprovechamiento de conceptos y herramientas de analítica de datos, en las diferentes actividades que componen su cadena de valor. Al definir el grado de madurez de la analítica en cada una de las actividades, se pueden identificar oportunidades de mejoramiento que conduzcan, en un corto, mediano o largo plazo, al aumento de la productividad y por tanto a la generación de ventajas competitivas para las compañías.

Este ejercicio se realiza, como se indicó anteriormente, midiendo el Nivel de madurez general en aspectos de analítica en la empresa. Al respecto la empresa es indagada acerca de variables que determinan la presencia en la empresa de temas relacionados con estrategia, estructura, gobierno, metodología, procesos, disponibilidad de tecnologías y gestión de conocimiento alrededor de la analítica.

En el marco del Diagnóstico el instrumento entrega un nivel de importancia similar a cada aspecto y de forma cuantitativa determina de manera porcentual la presencia de estos aspectos como mecanismo que permite evidenciar el grado de internalización de las prácticas en analítica en la empresa. Al final se suman la cantidad de aspectos que tiene presencia y se compara contra el total de aspectos (once (11)) para indicar la presencial porcentual de los aspectos indagados en la empresa.

Fuentes de Datos. Se indaga acerca de las principales fuentes de datos que tienen presencia en la empresa como soporte a la eventual implementación de ejercicios analíticos: (1) Hojas de Cálculo / Power BI o similares, Ofimática Tradicional, Sistemas de Información Estructurados. De Igual forma se indaga por las principales once (11) fuentes de datos que podría hacer presencia en la empresa, entre ellas: Office 365, Dropbox, One Drive y similares, ERP – Enterprise Resource Planning, CRM - Customer Relationship Management y otros. Al final se suman la cantidad de aspectos que tiene presencia y se compara contra el total de aspectos (once (11)) para indicar la presencial porcentual de las fuentes de datos en la empresa.

- Identificación sectores claves de la cadena de valor a ser intervenidos en el programa de fortalecimiento. La empresa identifica los tres (3) sectores principales de la cadena de valor donde ve pertinente incluir herramientas en analítica.

o Los sectores candidatos son los de la cadena de valor:

- Administración Estratégica
- Marketing y Ventas
- Operaciones - Fabricación de Producto
- Operaciones - Prestación Servicios
- Logística - Interna
- Logística – Externa
- Aprovisionamiento / Compras
- Almacenamiento / Inventarios
- Servicio al Cliente
- Gestión del Talento Humano
- Administrativa y Financiera
- Desarrollo Tecnológico

Para cada sector elegido (un total de 3 por empresas) se indaga en aspectos adicionales que faciliten entender cada sector y ver la viabilidad de incorporar herramientas analíticas.

Se esperaría entonces, al final del ejercicio, contar con información de oportunidades de aplicación de analítica, que permita llegar a posibles mejoras en productividad, como se aprecia en el siguiente cuadro:

Eslabón / Área de la cadena de valor	Oportunidades de aplicación de analítica de datos	Posibles mejoras en productividad	Ejemplos de indicadores / fuentes de datos
Logística interna (abastecimiento e inventarios)	- Realizan un análisis de niveles óptimos de inventario? - Realizan predicción de demanda de insumos? - Realizan evaluación del desempeño de proveedores?	- Reducción de costos de almacenamiento. - Menor tiempo de reposición. - Disminución de quiebres de stock.	Rotación de inventarios, tiempos de entrega, porcentaje de cumplimiento de proveedores.
Operaciones / Producción	- Realizan control de tiempos y eficiencia de procesos? - Hacen mantenimiento predictivo basado en datos? - Hacen algún análisis de datos para la optimización del uso de materias primas?	- Aumento de la eficiencia operativa. - Reducción de desperdicios. - Mejora del cumplimiento de pedidos.	OEE, tasa de desperdicio, tiempos de ciclo, consumo de energía.
Logística externa / Distribución	- Aplican análisis a la planeación de rutas y tiempos de entrega? - Hacen seguimiento en tiempo real del transporte? - Hacen Predicción de retrasos o fallas logísticas?	- Reducción de costos de distribución. - Mejora del nivel de servicio al cliente. - Cumplimiento de tiempos de entrega.	KPIs logísticos, costos por kilómetro, tiempos promedio de despacho.
Mercadeo y ventas	- Cuentan con herramientas de segmentación y perfilamiento de clientes? - Aplican Análisis de comportamiento de compra? - Hacen una evaluación de efectividad de campañas y canales?	- Incremento de ventas y fidelización. - Optimización de presupuestos comerciales. - Mejora de conversión de clientes.	CRM, bases de datos de ventas, tasas de conversión, ticket promedio.
Servicio al cliente	- Realizan análisis de satisfacción y comentarios? - Aplican modelos para detección	- Aumento de la lealtad del cliente. - Disminución de reclamos	Encuestas, registros de PQRS, NPS (Net Promoter Score).

	de patrones de queja o devolución? - Cuentan con Modelos predictivos de retención?	recurrentes. - Mejora de la experiencia del usuario.	
Gestión financiera	- Realizan análisis de rentabilidad por producto o cliente? - Realizan proyecciones de flujo de caja y costos? - Detección de anomalías o riesgos financieros.	- Mejora en control de costos. - Optimización del capital de trabajo. - Reducción de pérdidas financieras.	Estados financieros, indicadores de margen, rotación de cartera.
Gestión del talento humano	- Hacen seguimiento de desempeño y productividad individual? - Hacen análisis de rotación y ausentismo? - Cuentan con identificación de brechas de capacitación?	- Mayor eficiencia del recurso humano. - Reducción de ausencias y rotación. - Mejor asignación de cargas laborales.	Datos de nómina, reportes de asistencia, evaluaciones de desempeño.
Innovación y desarrollo de producto	- Aplican análisis para Identificación de tendencias del mercado? - Realizan evaluación del desempeño de nuevos productos? - Realizan el análisis de retroalimentación del cliente?	- Aceleración de ciclos de innovación. - Mayor tasa de éxito en lanzamientos. - Diferenciación competitiva.	Encuestas, redes sociales, datos de ventas por producto nuevo.
Actividades de apoyo (TI, administración, planeación)	- Aplican algún monitoreo de indicadores de productividad? - Cuentan con herramientas de Integración de datos de distintas áreas? - Realizan la automatización de reportes gerenciales?	- Mejora en la toma de decisiones estratégicas. - Eficiencia administrativa. - Aumento del control y trazabilidad.	Dashboards, bases integradas, reportes de gestión.

3.2 Sensibilización en la cadena de valor

Según lo establecido en la ruta de productividad definida para el desarrollo del proyecto, el ejercicio de sensibilización en la cadena de valor de cada una de las empresas beneficiarias, será el primer paso de la intervención a realizar una vez las empresas se encuentren registradas.

Este ejercicio se llevará a cabo en sesiones individuales de hasta tres (3) horas, en modalidad virtual sincrónica, con el acompañamiento de un consultor u orientador asignado a cada empresa. La estructura de la sesión de sensibilización, así como el formato a emplear para recoger la información de resultados de esta, se encuentran en el Excel adjunto. (Hoja 7. Taller Sensibilización; Hoja 8. Formato Taller)

A manera introductoria, en la sesión se realizará una conceptualización respecto al modelo de cadena de valor, aplicaciones y generación de ventaja competitiva. Acto seguido, se revisará con los delegados de la empresa el formulario de diagnóstico diligenciado en la fase de registro, para verificar que la información sea coherente y veraz.

Posteriormente, con ayuda del consultor se realiza una interpretación de los resultados del Diagnóstico de la empresa, identificando fortalezas y oportunidades de cara al fortalecimiento de la práctica en analítica de datos.

Al final de la sesión, se levantan las conclusiones y recomendaciones para la empresa, que le permitan fluir con éxito en las etapas posteriores de transferencia de conocimiento y asistencia técnica.

A continuación, la agenda a desarrollar por parte del consultor en la sesión de sensibilización:

TIEMPO	ACTIVIDAD	OBJETIVO	TEMÁTICA central	METODOLOGÍA
0:00 – 0:10	**Introducción estratégica**	Contextualizar el concepto de valor en la empresa	¿Qué es "valor" y cómo se genera?	Exposición con ejemplos
0:10 – 0:25	**Modelo de Porter: estructura y propósito**	Explicar las actividades primarias y de apoyo	Arquitectura de la cadena de valor de Michael Porter	Presentación teórica con esquema visual
0:25 – 0:40	**Aplicaciones estratégicas del modelo**	Mostrar cómo se usa el modelo para diferenciarse o reducir costos	Ventaja competitiva y eficiencia operativa	Ejemplos comparativos (Zara, Amazon, etc.)
0:40 – 0:55	**Riesgos en la cadena de valor**	Identificar vulnerabilidades en cada actividad	Riesgos operativos, tecnológicos y reputacionales	Exposición con matriz conceptual
0:55 – 1:00	**Cierre y reflexión**	Consolidar aprendizajes y abrir espacio para preguntas	Aplicación práctica futura	Se da una introducción para iniciar el taller
1:00 - 3:00	**Taller Sensibilización Consultor**	Identificar fortalezas y oportunidades de la empresa de cara al fortalecimiento de la práctica en analítica. Al final se realizan las conclusiones y recomendaciones que le permitan a la empresa fluir con éxito en las etapas posteriores de formación y asistencia técnica	Parte 1. Reconocimiento general de la información de la empresa Parte 2. Entendimiento de la empresa y su modelo de negocio Parte 3. Información base diagnóstico SDE acerca del nivel de madurez de la empresa. El consultor realiza las anotaciones y precisiones que considere Parte 4. Se interpretan los resultados a nivel de madurez general en aspectos de analítica en la empresa. El consultor realiza observaciones y recomendaciones Parte 5. Se interpretan resultados acerca de los sectores claves de la cadena de valor a ser intervenidos en el programa de fortalecimiento de la SDE. El consultor realiza observaciones y recomendaciones Parte 6. Conclusiones y Recomendaciones Finales. El consultor identifica fortalezas, oportunidades, conclusiones y recomendaciones de cara a la ejecución del programa de fortalecimiento de la empresa en analítica	Formato Taller

3.3 Estrategia de comunicación para el contacto con las empresas

La estrategia de contacto con las empresas se encuentra definida en el documento de metodología de convocatoria y sus anexos (estrategia digital, formulario de inscripción y modelo de contrato) que

fueron remitidos a la SDDE vía correo electrónico el 15 de octubre de 2025. Se adjuntan como anexos al presente documento.

3.4 Estrategias de acompañamiento personalizado a las empresas y canales de atención constantes a implementar

A lo largo del proyecto se brindará un acompañamiento personalizado a cada empresa beneficiaria, por parte de un consultor que será asignado por el Consorcio de manera posterior al registro y aprobación de su inscripción, quien guiará las diferentes etapas de la ruta de intervención para el fortalecimiento, desde los talleres de sensibilización, hasta el seguimiento a las acciones implementadas en el marco del PGAP.

Estos consultores estarán capacitados en la ruta de fortalecimiento, instrumentos de diagnóstico, criterios de análisis de información, temáticas de formación y asistencia técnica a las empresas, métricas para la evaluación y el seguimiento.

Adicionalmente, los consultores contarán con el apoyo de dos supervisores dentro del equipo de apoyo territorial, quienes realizarán un monitoreo permanente de las actividades y reportarán avances, novedades y alertas en el proceso.

Las empresas recibirán diferentes reportes durante la implementación de la ruta de fortalecimiento, que permitirán hacer el seguimiento correspondiente desde sus diferentes instancias. Los principales serán:

- Formulario de diagnóstico,
- informe de análisis del diagnóstico
- Reporte de Taller de sensibilización
- Formato PGAP
- Reportes de avance en sesiones de transferencia de conocimiento y asistencia técnica
- Informe final de resultados de fortalecimiento
- Ficha técnica de la implementación, firmada por el empresario y el contratista, que da cuenta del nivel de cumplimiento del PGAP.
- Informe de cierre

Como canales de contacto permanente, las empresas contarán con un correo electrónico que será atendido por el equipo del proyecto, así como un canal de WhatsApp.





4 Anexos

Anexo 1 Manual operativo del proceso de diagnóstico
Anexo 2 Instructivo aplicación Instrumento de Diagnóstico