Asesorías virtuales personalizadas

En el marco de la estrategia de transformación empresarial a través del conocimiento, se avanzó en el desarrollo de las asesorías virtuales personalizadas, concebidas como un espacio de formación individual y a la medida. Esta etapa fue diseñada con el propósito de atender las necesidades específicas de los empresarios, priorizando el fortalecimiento de las falencias identificadas durante el proceso de los talleres dinámicos.

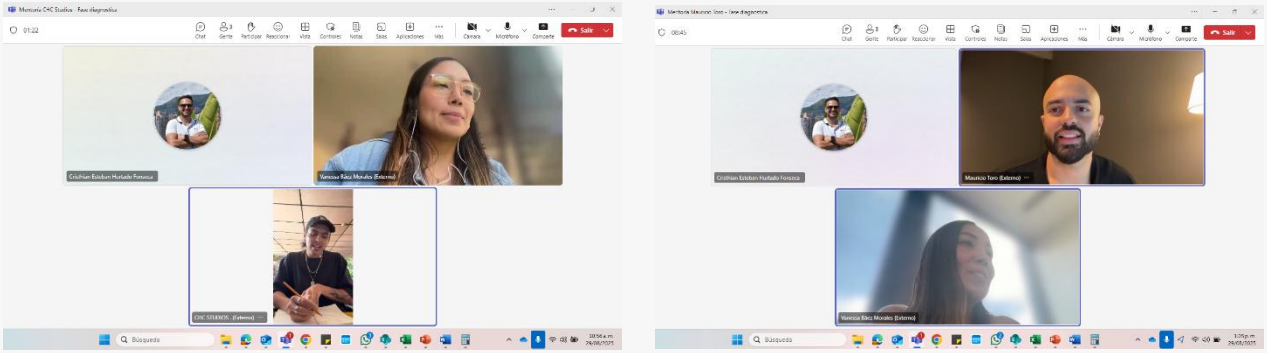
Las asesorías se estructuraron en torno a ejes temáticos clave: fortalecimiento de habilidades comerciales para el acceso a mercados e internacionalización, diseño de estrategias comerciales, mercadeo y posicionamiento de marca. Con base en criterios de selección previamente definidos, como el cumplimiento en la asistencia a los talleres dinámicos, la participación en las sesiones formativas y la responsabilidad frente a los entregables solicitados, se eligieron cinco empresas beneficiarias: Anexos, AUR Joyería, Cedro, CHS Studios y Mauricio Toro Brand. Con cada una de las marcas se definió la temática a profundizar en las asesorías, con el propósito de complementar e implementar mejoras en sus procesos internos prioritarios.

El ciclo de formación se estructuró bajo la modalidad de asesorías virtuales personalizadas, con una duración de cinco horas por empresa, para un total proyectado de 25 horas de acompañamiento. A la fecha de entrega de este informe, se habían desarrollado cinco sesiones iniciales de dos horas cada una, correspondientes a las empresas CHS Studios, Mauricio Toro Brand y Cedro. A continuación, se presenta un resumen del contenido abordado en dichas sesiones.

Los empresarios CHS Studios y Mauricio Toro Brand participaron de manera independiente en dos sesiones personalizadas de dos horas cada uno orientadas por la experta Vanessa Báez Morales, con un enfoque en estrategia comercial. A través del insumo *"Informe de cierre de brechas – asesorías virtuales personalizadas"*, se identificó el estado actual de cada marca en distintas dimensiones: organizacional (estructura interna, procesos y retos actuales), productiva (portafolio, producción y abastecimiento, capacidad instalada vs. utilizada, retos en producción y calidad) y comercial (modelo de negocio, canales de venta, estrategias de marketing y comunicación, públicos objetivos, segmentación y desafíos comerciales vigentes). Este ejercicio permitió realizar un análisis preliminar para reconocer fortalezas y debilidades de las empresas en

torno a la temática seleccionada, sentando las bases para orientar futuros procesos de fortalecimiento.

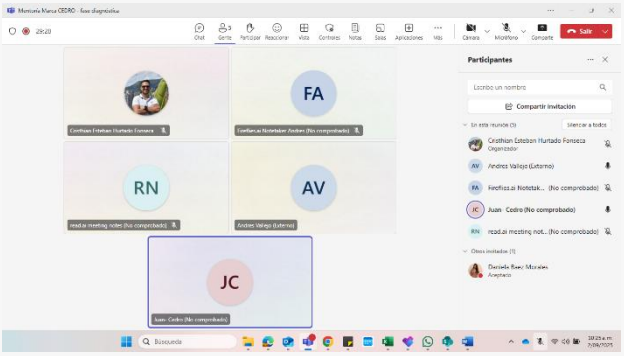
Imagen. Evidencia asesorías virtuales personalizadas.



Fuente: Elaboración propia.

De la misma manera, la marca Cedro participó en una sesión personalizada de dos horas orientada por el experto Andrés Vallejo Peláez, de la empresa Globalista, con un enfoque en estrategia de acceso a mercados e internacionalización. A través del insumo "Informe de cierre de brechas – asesorías virtuales personalizadas", se identificó el estado actual de la empresa en diferentes dimensiones: organizacional (estructura interna, procesos y retos actuales), productiva (portafolio, producción y abastecimiento, capacidad instalada vs. utilizada, retos en producción y calidad) y comercial (modelo de negocio, canales de venta, estrategias de marketing y comunicación, públicos objetivos, segmentación y desafíos comerciales vigentes). Este ejercicio permitió realizar un análisis preliminar para reconocer fortalezas y debilidades de la empresa en torno a la temática seleccionada, aportando insumos clave para orientar procesos de fortalecimiento y proyección internacional.

Imagen. Evidencia asesoría virtual personalizada.



Fuente: Elaboración propia.

Cristhian Esteban Hurtado Fonseca cristhian.hurtado@inexmoda.org.co 311 495 71 42