ANEXO TÉCNICO: INFORME DETALLADO DE SESIONES DE REFUERZO ("BOLSA DE HORAS")

Contrato: FUGA-155-2025 **Asunto:** Reporte de análisis de resultados y seguimiento al acompañamiento personalizado. **Periodo de ejecución:** 22 de noviembre al 01 de diciembre de 2025.

1. CONTEXTO Y METODOLOGÍA DE CONVOCATORIA

Como estrategia de mitigación de riesgos ante las debilidades detectadas en la estructuración financiera y narrativa de algunas iniciativas, se activó la "Bolsa de Horas".

- **Mecanismo de Citación:** Se habilitó un codigo QR, un formulario de inscripción digital y un aviso presencial para la convocatoria, una vez las iniciativas se inscribieron, se realizó una gestión personalizada enviando recordatorios al número privado (WhatsApp) de los representantes, indicando fecha, hora y enlace de la mentoría.
- **Participación:** De **15 iniciativas activas**, se inscribieron y atendieron **7 iniciativas**, lo que, representa una cobertura del **46.6%** del grupo total en esta fase de refuerzo específico.

2. ANÁLISIS DETALLADO POR SESIÓN

A continuación, se detalla el desarrollo de las sesiones según el cronograma ejecutado, validado con los registros de asistencia anexos:

2.1. FONDOTUR

- **Fecha y Hora:** 24 de noviembre, 10:00 a.m.
- **Modalidad:** Virtual
- **Temas Abordados:** Estructura de Costos y Relatoría.
- **Resultados y Análisis:** Se brindó asesoría técnica específica para subsanar inquietudes sobre la **presentación de relatorías**, aclarando el formato y contenido requerido. Se ajustó el discurso de ventas para alinearlo con la misión real y mejorar al momento de exponer la experiencia

2.2. JERAC

- **Fecha y Hora:** 27 de noviembre, 3:30 p.m.
- **Modalidad:** Virtual
- **Temas Abordados:** Fijación de Precios y Pitch.
- **Resultados y Análisis:** La iniciativa presentaba dudas sobre la utilidad esperada. Se realizó el ejercicio de costeo corrigiendo márgenes de ganancia. En cuanto al *pitch*, se reestructuró la narrativa para que fuera menos descriptiva y más persuasiva, enfocándose en el valor diferencial de la experiencia.

2.3. BIG MAMA COLOMBIA

- **Fecha y Hora:** 25 de noviembre, 3:00 p.m.
- **Modalidad:** Virtual/ Presencial

- **Temas Abordados:** Modelo de Costos y Ayudas Visuales.
- **Resultados y Análisis:** Se trabajó en la limpieza visual de la presentación final (diapositivas), aconsejando sobre el uso de imágenes y tipografía para el evento de cierre. Se validó la herramienta de costos, asegurando que los precios fueran competitivos para el mercado objetivo del centro de Bogotá.

2.4. TOURS.LABNI.ORG

- **Fecha y Hora:** 01 de diciembre, 6:00 p.m.
- **Modalidad:** Virtual
- **Temas Abordados:** Estrategia Comercial a Corto Plazo y Costeo.
- **Resultados y Análisis:** Además de la revisión estándar de la estructura de costos y el pitch, la sesión se enfocó en resolver dudas específicas sobre **ventas en corto plazo**. Se definieron tácticas para activar la comercialización inmediata de la experiencia diseñada, integrando estos objetivos en su presentación final.

2.5. TOURBAY TWENTY-ONE

- **Fecha y Hora:** 27 de noviembre, 10:30 a.m.
- **Modalidad:** Virtual
- **Temas Abordados:** Refinamiento de Producto.
- **Resultados y Análisis:** Se aclararon dudas puntuales sobre el alcance de la experiencia turística. La mentoría permitió ajustar la presentación para que reflejara mejor la propuesta de valor. Se verificó que la herramienta de costos estuviera totalmente diligenciada y coherente con la operación real.

2.6. I LOVE LA CANDELARIA

- **Fecha y Hora:** 28 de noviembre, 2:00 a.m.
- **Modalidad:** Presencial
- **Temas Abordados:** Narrativa y Cierre de Ventas.
- **Resultados y Análisis:** Se realizó retroalimentación sobre el lenguaje corporal y verbal. Se revisaron los cálculos finales en el archivo de Excel para garantizar que no existieran pérdidas operativas en el precio final al público y se dio consejos sobre la presentacion final y el enfoque de la experiencia.

2.7. BLUEMARINO LEATHER STUDIO

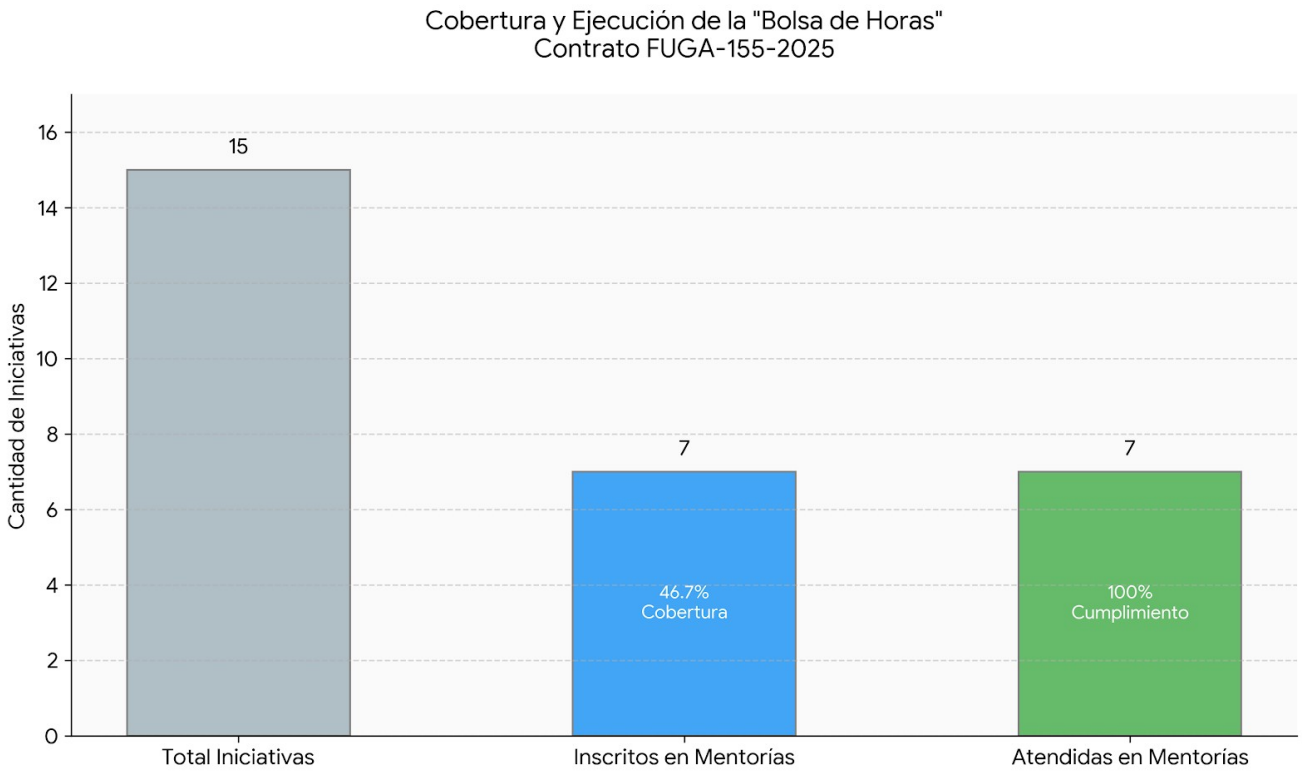
- **Fecha y Hora:** 01 de diciembre, 9:00 a.m.
- **Modalidad:** Virtual
- **Temas Abordados:** Experiencia Sensorial y Costeo de Producto Físico.
- **Resultados y Análisis:** Al ser una experiencia ligada a producto (cuero), se trabajó intensamente en costear correctamente los insumos vs. el servicio de taller. Se mejoró la presentación para destacar el pitch de ventas.

3. CONCLUSIONES GENERALES DEL ACOMPAÑAMIENTO

Tras la ejecución de la Bolsa de Horas, se consolidaron los siguientes logros transversales:

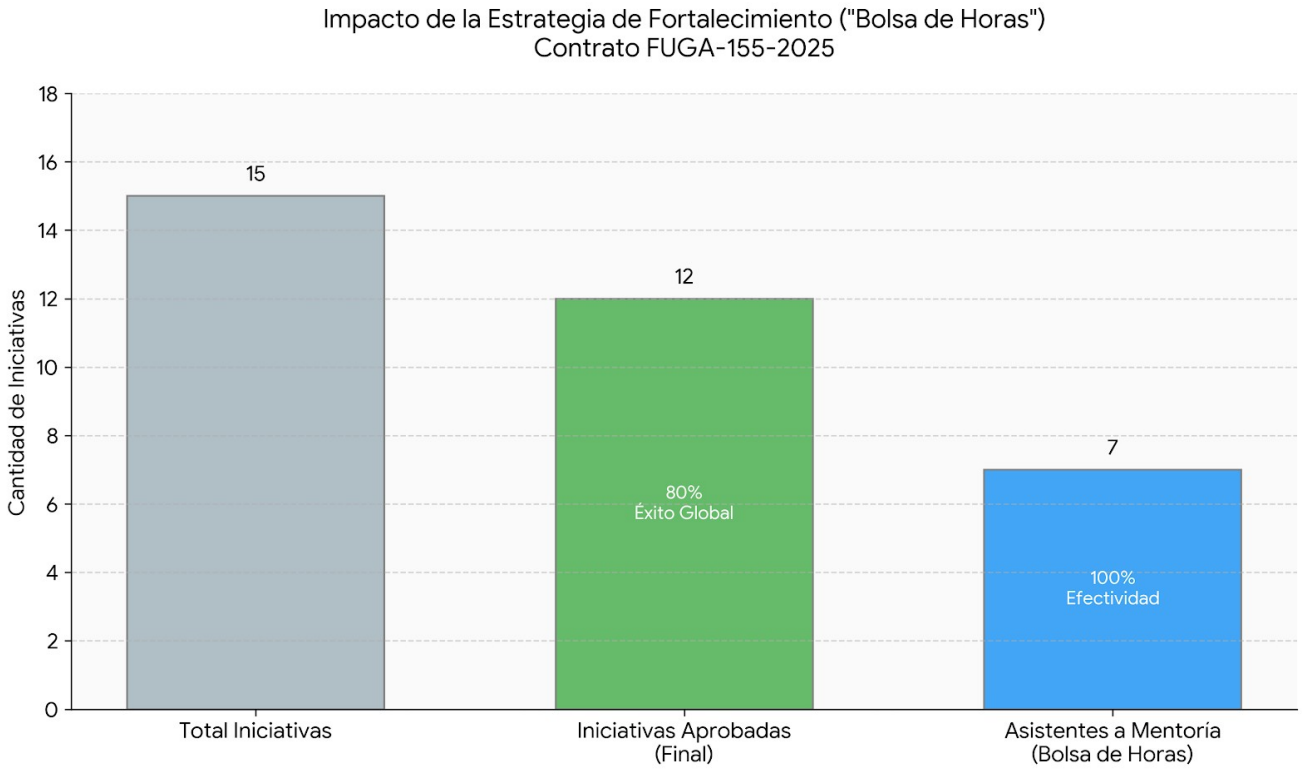
1. **Ajuste de Precios:** El 100% de las iniciativas atendidas corrigieron desviaciones en su formulación de precios, garantizando viabilidad económica.
2. **Mejora del Pitch:** Se transformaron discursos informativos en propuestas de valor comerciales, listas para ser presentadas ante jurados o clientes, quedando el compromiso de ensayar.
3. **Resolución de Dudas:** Se atendieron casos puntuales (relatorías, ventas inmediatas) que no podían abarcarse en las sesiones grupales, asegurando la permanencia de estas iniciativas en el programa.

Tabla 1



Nota. Elaboracion Propia, informacion obtenida del analisis y evidencias respectivas

Tabla 2.



Nota. Elaboracion Propia, informacion obtenida del analisis y evidencias respectivas