



Informe Mensual de Gestión

Ruta de Crecimiento (Ruta C)

Periodo: abril 2026

Fecha de generación: 27/04/2026

Estado del informe: En construcción

Gestor / Asesor

Nombre:

Cédula: N/A

Correo: N/A

Rol: Asesor

Resumen del periodo

Intervenciones: 2

Unidades impactadas: 2

Evaluación

Meta: Pendiente de evaluación

Avance: Pendiente de evaluación

1. Resumen Ejecutivo

Durante el periodo comprendido entre el **2026-04-01 00:00** y el **2026-04-30 00:00**, se han ejecutado un total de **2** intervenciones técnicas. Este esfuerzo se ha distribuido en **2** unidades productivas únicas, impactando significativamente en el fortalecimiento del ecosistema empresarial regional.

Análisis de Cobertura: Se registra un promedio de **1** intervenciones por unidad productiva. La categoría con mayor recurrencia es **Mentoría**, lo que sugiere una tendencia de necesidad técnica en dicha área.

Actividades Desarrolladas



MENTORÍAS RUTA C

Ciclo : Convocatoria 2026

Vigencia 02 Feb, 2026 / 15 Nov, 2026

Actividades 4

Inscritas (UND) 2 [2]

Externas (EXT) 0 [0]

Total Unidades 2

Total Asistentes 2

FASE: Fortalecimiento/Ejecución

UND: 2 (2) EXT: 0 (0) Total Asistentes: 2

2 registros

Actividades con Unidades Productivas

2 Actividades Inscritas (UND): 2 [2] Externas (EXT): 0 [0] Total Unidades: 2 Total Asistentes: 2

Fecha y Duración	Actividad / Tarea	Impacto
20/04/2026 02:00 PM - 04:00 PM 2 h 0 min	Mentoría Elaboración de informes Modalidad: Virtual	UNIDADES INSCRITAS Und: 1 Asist: 1 UNIDADES EXTERNAS Und: 0 Asist: 0 TOTAL CONSOLIDADO Und: 1 Asist: 1

Descripción:

El Proyecto de Experiencia Turística en Pozos Colorados, liderado por Yolima Ochoa Díaz, se encuentra actualmente en una etapa de descubrimiento fundamental. Tras el diagnóstico inicial, se detectó un índice de madurez del 0% en gerencia estratégica, lo que indica que, aunque existe una visión operativa, la estructura de negocio aún no ha sido formalizada. El principal reto identificado es la falta de una propuesta de valor diferenciada; la empresaria comprendía su operatividad pero no lograba articular el impacto transformador para su cliente ideal. Durante la mentoría, trabajamos en un proceso de empatía profunda para transitar de un servicio de playa convencional a un concepto sofisticado de 'Chill Out Beach Club'. Se exploraron los puntos de dolor del mercado actual —como el ruido excesivo, el hacinamiento y la falta de higiene— para diseñar un refugio de desconexión total. Este proceso no solo busca vender un espacio físico, sino monetizar la tranquilidad y el bienestar bajo el movimiento 'slow living', eliminando las fricciones logísticas que hoy deterioran la experiencia turística en la región.

Metodología Aplicada:

- Diagnóstico de Madurez:** Análisis del nivel de madurez gerencial actual donde se identificó un nivel inicial del 0%.
- Identificación del Cliente:** Uso del Lienzo de Estrés del Valor para mapear el perfil demográfico (28-60 años) y psicográfico del cliente objetivo.
- Análisis de Puntos de Dolor:** Detección de fricciones críticas como la falta de parqueo, baños deficientes e invasión del espacio sonoro.
- Diseño de Propuesta de Valor:** Conceptualización de la solución como un ecosistema premium que incluye servicios de 'guardianes' del entorno, infraestructura impecable y zonas de bienestar.
- Estructuración de la Oferta:** Definición de actividades de entrega y tangibilización del concepto 'Chill Out Beach Club'.
- Construcción del Roadmap:** Elaboración de un cronograma de validación comercial y cualitativa para los próximos meses.

Conclusión:

La intervención permitió concluir que el proyecto tiene potencial en el área de Gerencia y Estrategia si logra migrar de un modelo de servicios genéricos a uno de exclusividad protegida. En el área Comercial, la clave del éxito residirá en dejar de competir por precio y empezar a vender 'paz' y 'estatus' a un nicho socioeconómico medio-alto que hoy se siente expulsado de las playas públicas por el caos logístico. Respecto al área de Eficiencia y Procesos, se determinó que la infraestructura (baños pulcros, parqueadero seguro) no es un lujo, sino un requisito no negociable para la viabilidad del modelo. En términos de Innovación, la propuesta de integrar actividades de 'slow living' como Yoga y Pilates dentro de un club de playa representa una diferenciación necesaria frente a la oferta tradicional. Se recomienda encarecidamente que la empresaria mantenga el rigor en las normas de convivencia (cero parlantes, exclusividad), ya que su mayor activo no es la arena, sino el filtro protector que ofrece contra el estrés del turismo masivo.

Evidencia	https://archivos.rutadecrecimiento.com/intervenciones/GslpuALd1Y11c2r8Ls1LrD1vGtSwddu5Ki2MF49z.pdf
-----------	---

Fecha y Duración	Actividad / Tarea	Impacto
------------------	-------------------	---------

<p>20/04/2026 04:00 PM - 06:00 PM 2 h 0 min</p>	<p>Mentoría Elaboración de informes Modalidad: Virtual</p>	<p>UNIDADES INSCRITAS Und: 1 Asist: 1 UNIDADES EXTERNAS Und: 0 Asist: 0 TOTAL CONSOLIDADO Und: 1 Asist: 1</p>
<p>Descripción:</p> <p>La unidad productiva Marcela Naranjo Moda y Estilo se encuentra actualmente en una etapa vital de 'Despegue', presentando un índice de madurez comercial del 50%. Durante la intervención, se identificó un potencial significativo en su propuesta de valor orientada a la exclusividad; sin embargo, se evidenciaron retos críticos en la estructuración de la información y la gestión de la experiencia del cliente. El empresario manejaba registros de manera informal (cuaderno), lo que limitaba la capacidad de realizar un seguimiento estratégico y una analítica de datos efectiva. La mentoría se centró en transformar esta visión operativa hacia una gestión profesional, enfatizando que el crecimiento comercial no solo depende de la calidad del producto de moda, sino de la coherencia estética en canales digitales y la calidez en el servicio. Se abordó la necesidad de superar la falta de control en el punto físico mediante alianzas estratégicas y la optimización de la narrativa de marca, permitiendo que el cliente no solo vea un producto, sino que conecte con la historia y el estilo de vida que propone Marcela Naranjo.</p> <p>Metodología Aplicada:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diagnóstico inicial de madurez: Evaluación del índice de madurez comercial identificando un nivel 'En desarrollo' con necesidades específicas en organización financiera y captación de datos. Construcción del Customer Journey Map: Mapeo detallado de las etapas de Descubrimiento, Consideración, Interacción, Compra, Postventa, Recomendación y Fidelización. Identificación de Puntos de Dolor: Detección de puntos críticos como la falta de diferencial percibido en redes y la inconsistencia en la atención postventa. Estandarización de Momentos de Verdad: Definición de protocolos de atención, optimización de biografía en Instagram y configuración de Google My Business. Integración de herramientas tecnológicas (IA): Introducción de Claude como asistente estratégico para la creación de contenidos y respuestas a clientes. <p>Conclusión:</p> <p>Tras el análisis exhaustivo, se concluye que la empresa requiere una intervención prioritaria en dos áreas clave. En el área Comercial, es imperativo elevar la percepción de exclusividad mediante una estética de marca curada en Instagram y el uso de Google My Business para captar tráfico local; la marca tiene una historia auténtica que aún no se explota como factor de diferenciación. En el área de Eficiencia y Procesos, el hallazgo más crítico es la ausencia de una base de datos estructurada; la transición del cuaderno a un registro digital permitirá personalizar la oferta y aumentar la tasa de recompra. Asimismo, se detectó una oportunidad en Innovación mediante el uso de Inteligencia Artificial para agilizar la comunicación, lo cual compensará las limitaciones de tiempo del empresario. Finalmente, en el ámbito de Gerencia Estratégica, se recomienda que el punto físico evolucione mediante alianzas con negocios que compartan el mismo público objetivo, mitigando la falta de control actual sobre el espacio y potenciando la visibilidad ante clientes nacionales y extranjeros.</p>		
<p>Evidencia</p>	<p>Sin adjunto</p>	

SSSSSSSSSS

Conclusiones

SSSSSSSSSS

Este documento fue generado automáticamente el 27/04/2026 16:13