



# RESULTADOS RETOS 2023-20

Proyectos desarrollados por estudiantes del programa de pregrado en Ingeniería Industrial inscritos en el curso PICE, bajo el acompañamiento del sector externo (empresas clientes, aliados estratégicos), managers (docentes) y monitores.

## ¿Qué es PICE?

Proyecto Intermedio Consultoría Empresarial - PICE - se desarrolla bajo un enfoque de aprendizaje basado en retos: el curso emula una firma de consultoría cuyo propósito es apoyar a compañías e instituciones en avanzar en retos estratégicos donde la aplicación de los conocimientos y herramientas de la Ingeniería Industrial son claves para el diseño de soluciones. En PICE, el estudiante asume el rol de consultor.

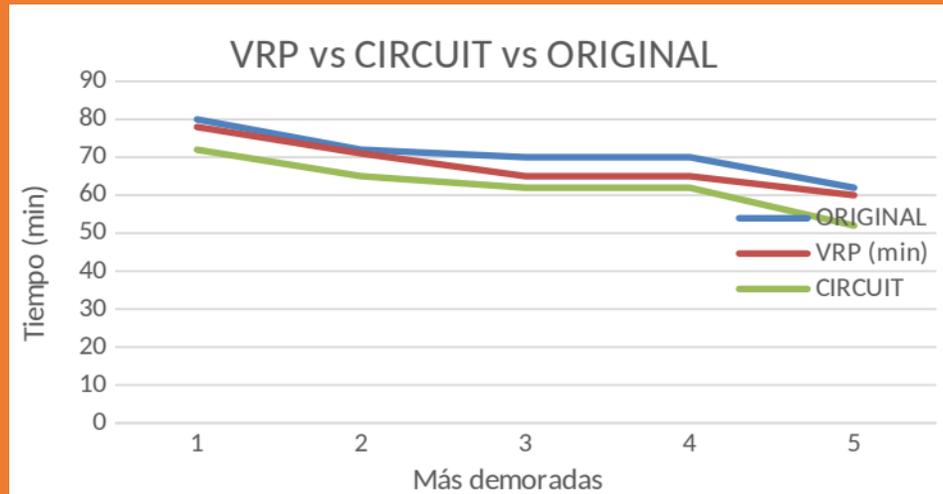
Este espacio de aprendizaje difiere del esquema tradicional de un curso dado que, en lugar de centrarse en la comprensión de una temática particular, busca desarrollar en los estudiantes las competencias necesarias para que, durante su proceso de formación, puedan resolver problemas en un contexto específico, haciendo uso de algunas herramientas presentadas y la integración de sus conocimientos para dar solución a una problemática real.

## Reto a resolver

Tiempo que los estudiantes demoran en llegar de sus casas al colegio y del colegio a sus casas, lo que se traduce en una insatisfacción por parte de los padres de familia y de los mismos estudiantes.

## Solución/Propuesta Final

Análisis de tiempos para organizar las rutas de una forma más eficiente. A continuación se muestra el diagrama de flujo del proceso mejorado a partir del proceso actual:



## Organización:

# GIMNASIO FONTANA



## Valor agregado:

- Se efectuó un estudio en Excel con la base de datos proporcionada por el colegio. Con esta base de datos se organizaron las 5 rutas más demoradas en horas de la tarde y luego se usó tanto el algoritmo VRP como el software *Circuit Route Planner* para hacer el mismo análisis de tiempos.
- Se logró una reducción en el tiempo de viaje de los estudiantes
- Se logró mejorar la satisfacción de estudiantes y padres de familia

**Contacto:** <https://gimnasiofontana.edu.co/>

## Reto a resolver

Propuesta de diversificación de ingresos para la unidad de servicios editoriales Uniandes.

## Solución/Propuesta Final

Se observa la herramienta de proyecciones a largo plazo de los ingresos de la unidad de servicios editoriales Uniandes que muestra información relevante en cuanto a la diversificación de los ingresos y la viabilidad económica de un nuevo servicio editorial:

Año	Demanda proyectada		Salario	Proyectos						Utilidades totales por mes	
	Mes	Proyectos		Proyecto 1	Proyecto 2	Proyecto 3	Proyecto 4	Proyecto 5	Proyecto 6		
2023	Diciembre	1	\$ 2,500,000.00	3,343,206							\$ 843,206.46
2024	Enero	4	\$ 2,500,000.00	5,731,542	4,404,363	2,267,395	2,536,522				\$ 12,439,822.15
2024	Febrero	1	\$ 2,500,000.00	4,404,363							\$ 1,904,363.38
2024	Marzo	5	\$ 2,500,000.00	1,028,309	1,069,738	1,907,872	2,535,708	2,407,481			\$ 6,449,106.92
2024	Abril	2	\$ 2,500,000.00	1,907,872	2,535,708						\$ 1,943,579.54
2024	Mayo	3	\$ 2,500,000.00	1,807,775	3,746,551	3,679,226					\$ 6,733,551.38
2024	Junio	8	\$ 2,500,000.00	2,660,584	4,361,125	2,157,973					\$ 6,679,681.54
2024	Julio	6	\$ 2,500,000.00	3,182,876	6,358,806	5,982,143	7,352,167	7,540,646	7,457,175		\$ 35,373,813.38
2024	Agosto	5	\$ 2,500,000.00	7,457,175	1,892,628	6,393,108	3,408,634	2,176,072			\$ 18,627,616.46
2024	Septiembre	2	\$ 2,500,000.00	6,393,108	3,408,634						\$ 7,301,741.38
2024	Octubre	2	\$ 2,500,000.00	2,176,072	2,733,840						\$ 2,409,912.00
2024	Noviembre	4	\$ 2,500,000.00	2,933,342	3,311,256	4,452,280	2,672,922				\$ 10,869,800.77
2024	Diciembre	3	\$ 2,500,000.00	2,672,922	2,857,247	2,451,850					\$ 5,482,019.23
2025	Enero	3	\$ 2,500,000.00	5,586,817	5,273,685	1,577,492					\$ 9,937,994.15
2025	Febrero	5	\$ 2,500,000.00	1,299,878	4,550,612	2,997,924	3,100,847	1,828,202			\$ 11,277,463.54
2025	Marzo	5	\$ 2,500,000.00	1,671,919	4,716,104	3,700,400	3,442,217	5,985,666			\$ 17,016,304.77
2025	Abril	6	\$ 2,500,000.00	3,327,811	2,311,103	2,358,576	3,006,494	896,174	1,737,008		\$ 11,136,665.54
2025	Mayo	1	\$ 2,500,000.00	2,311,103							\$ 188,897.23
2025	Junio	5	\$ 2,500,000.00	3,230,110	5,148,007	1,687,590	6,701,578	1,828,087			\$ 16,095,371.85
2025	Julio	6	\$ 2,500,000.00	2,704,568	2,295,627	3,447,774	1,167,268	7,324,543	3,312,372		\$ 17,752,152.31
2025	Agosto	1	\$ 2,500,000.00	2,295,627							\$ 204,372.62

2025	Septiembre	5	\$ 2,500,000.00	2,478,465	2,426,107	3,101,011	3,082,274	1,445,860			\$ 10,033,717.54
2025	Octubre	3	\$ 2,500,000.00	3,082,274	1,445,860	3,936,938					\$ 5,965,072.00
2025	Noviembre	6	\$ 2,500,000.00	3,760,160	3,914,130	3,077,695	3,770,818	2,982,756	3,898,999		\$ 13,894,557.69
2025	Diciembre	6	\$ 2,500,000.00	2,509,453	1,671,386	1,953,785	1,890,186	7,014,876	1,263,334		\$ 13,602,348.62
2026	Enero	4	\$ 2,500,000.00	7,014,826	1,263,334	3,586,838	2,939,056				\$ 12,284,053.85
2026	Febrero	3	\$ 2,500,000.00	2,939,056	6,682,032	2,854,587					\$ 9,575,674.62
2026	Marzo	1	\$ 2,500,000.00	6,682,032							\$ 4,182,032.00
2026	Abril	2	\$ 2,500,000.00	1,217,184	1,759,135						\$ 476,518.46
2026	Mayo	1	\$ 2,500,000.00	1,759,135							\$ 740,665.73
2026	Junio	2	\$ 2,500,000.00	1,896,956	1,833,063						\$ 1,232,018.77
2026	Julio	1	\$ 2,500,000.00	1,833,063							\$ 666,936.92
2026	Agosto	6	\$ 2,500,000.00	4,666,188	2,266,501	6,897,617	2,162,991	6,875,672	1,773,883		\$ 22,102,816.00
2026	Septiembre	2	\$ 2,500,000.00	6,857,817	2,162,991						\$ 6,520,808.15
2026	Octubre	1	\$ 2,500,000.00	2,162,991							\$ 337,608.62
2026	Noviembre	4	\$ 2,500,000.00	3,085,533	1,963,220	1,705,662	2,265,766				\$ 6,520,179.54
2026	Diciembre	3	\$ 2,500,000.00	2,265,766	2,330,004	1,178,524					\$ 4,174,294.31

## Organización: Universidad de los Andes, Ediciones Uniandes



Ediciones Uniandes  
Vicerrectoría de Investigación y Creación

Contacto: <https://ediciones.uniandes.edu.co/library>

# Ediciones Uniandes

Ediciones Uniandes fue fundada en 1980 mediante el Acta n.º 19-80 del Comité Ejecutivo. En estos años se ha dedicado a editar y divulgar la investigación y la creación que se producen en la Universidad de los Andes.

El trabajo de la editorial ha consistido en centralizar la producción de publicaciones no seriadas y en consolidar un fondo integral, de alta calidad académica y editorial, que se compone de títulos de carácter científico, de creación artística y cultural, y coediciones y traducciones en alianzas estratégicas.

Su compromiso es velar por la implementación de las políticas definidas por el Comité Editorial y desarrollar nuevas estrategias de divulgación y circulación para contenidos en formatos tradicionales y, en los últimos años, en formatos electrónicos y en acceso abierto. Lo que le ha permitido tener un impacto en el entorno y un reconocimiento regional.

De conformidad con los valores institucionales, Ediciones Uniandes se ha comprometido con la excelencia y la integridad en el desarrollo de sus actividades, la libertad al divulgar contenidos diversos y la solidaridad al brindar acceso a la información y aportar a las comunidades con las publicaciones; participando, cada vez más, en el diálogo de saberes.



Proyecto intermedio consultoría empresarial

## Reto a resolver

Definir o construir una política de inversión orientada a la aceleración de proyectos productivos y estratégicos de la empresa. La política de inversión se fundamentaría en tres ejes: Fondo, Colocación y Seguimiento.

## Solución/Propuesta Final

Manual para aplicar el CAPM a cualquier tipo de proyecto y una herramienta de Excel para desarrollar los cálculos correspondientes

t (Tasa impositiva)	35%
Beta del equity	(Insertar valor aquí)
Tasa libre de riesgo (R <sub>f</sub> )	(Insertar valor aquí)
Margen de intermediación (MI)	(Insertar valor aquí)
Costo de riesgo país (CR)	(Insertar valor aquí)
Prima por riesgo (R <sub>m</sub> - R <sub>f</sub> )	(Insertar valor aquí)
Valor máximo Riesgo del proyecto (RDP)	1.00%
Puntaje total de preguntas RDP	0 (RDP Bajo)
Riesgo del proyecto (RDP)	0.00%

Ke (Costo del equity) *Por favor insertar todos los parámetros*

Nombre del proyecto *INSERTAR NOMBRE DE PROYECTO*

Fecha (día/mes/año) *Día mes año*

**Guardar**

SHT  
SOCIEDAD HOTELERA TEQUENDAMA

CAPM  
FAST PASS

Herramienta Para La Sociedad Tequendama

## Organización:



## Valor agregado:

- El modelo CAPM resulta en un indicador que ayuda a determinar si invertir o no en un activo financiero (orientado al objetivo de construir políticas de inversión óptimas) a través del estudio de sus retornos esperados.

Contacto: <https://sociedadtequendama.com/>

## Reto a resolver

¿Cómo se puede medir la competitividad y las necesidades del talento humano en la Sociedad Tequendama?

## Solución/Propuesta Final

Implementación de los OKR para fomentar una cultura de participación integral en la empresa.



## Organización:



## Valor agregado:

- La metodología seleccionada permite que los empleados evalúen cómo sus contribuciones individuales se relacionan con los objetivos globales de la empresa.
- Lo anterior, garantiza una sincronización entre las acciones individuales y el logro de metas colectivas, fomentando un entorno laboral flexible y adaptable.

**Contacto:** <https://sociedadtequendama.com/>

## Reto a resolver

Caracterización de los grupos de interés pertenecientes a las distintas líneas de negocio de la Sociedad Tequendama.

## Solución/Propuesta Final

Guía de caracterización de ciudadanía y grupos de "valor", que detalla un proceso de cinco (5) pasos para caracterizar empresas:



## Organización:



## Valor agregado:

- La metodología seleccionada permite una visualización clara y amigable con el usuario de los grupos de valor para la sociedad Tequendama.

**Contacto:** <https://sociedadtequendama.com/>

## Reto a resolver

Diseñar una herramienta que permita el registro y análisis de la rotación y la rentabilidad de los productos comercializados.

## Solución/Propuesta Final

Incorporación de mejoras y nuevas funcionalidades en las herramientas existentes en la empresa (registro de llegada de peces, seguimiento de decesos, y registro y manejo de traslados y salidas, entre otros).



## Organización:



## Valor agregado

- El producto permite integrar toda la información de la empresa en una sola herramienta
- Se cuenta con una herramienta que permite un análisis informativo para cada una de las áreas, logrando automatizar la toma de decisiones.

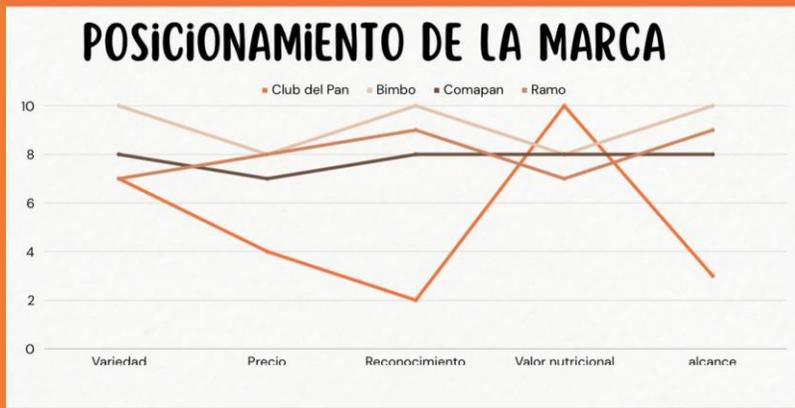
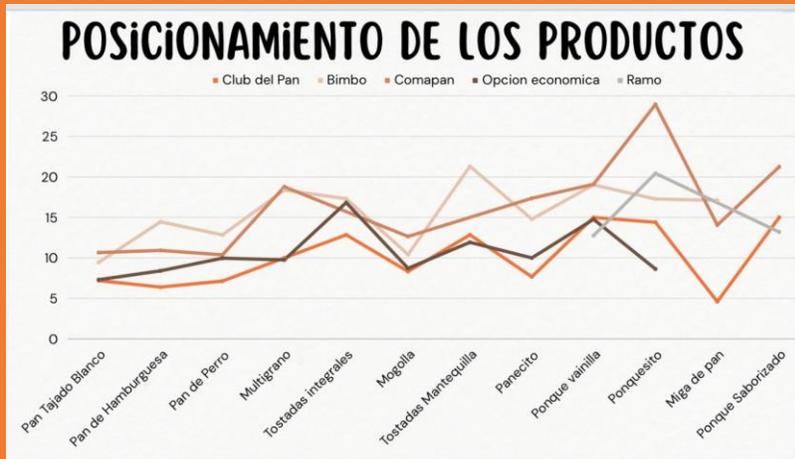
Contacto: <https://www.facebook.com/jrtropical/>

## Reto a resolver

Propuesta de mercadeo que ayude al posicionamiento de la marca

## Solución/Propuesta Final

Análisis enfocado en la expansión al sector comercial (tienda a tienda) para diversificar las fuentes de ingreso:



## Organización: CLUB DEL PAN



## Valor agregado:

- Esta propuesta permite identificar oportunidades de posicionamiento en el mercado y enfocar estrategias de mercadeo para ampliar el portafolio de clientes.

## Contacto:

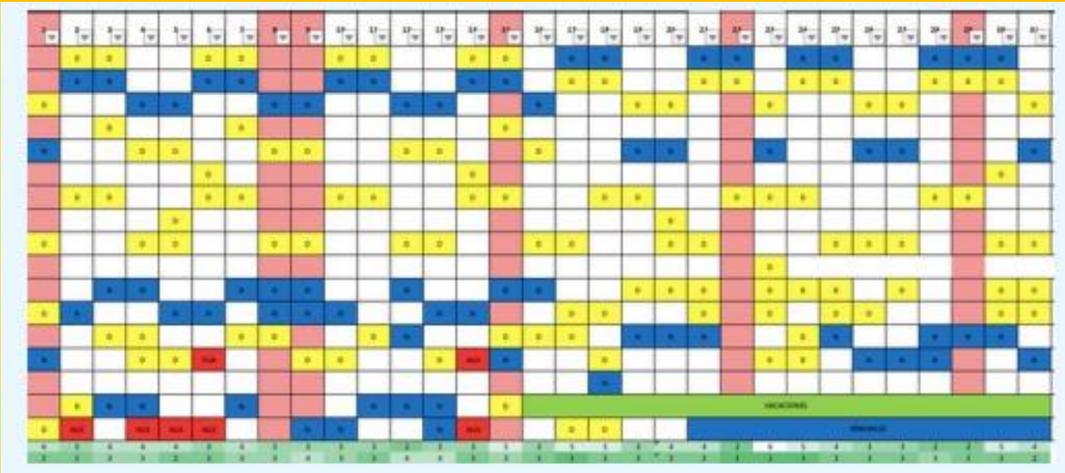
[https://www.facebook.com/ClubDelPanPy/?locale=es\\_LA](https://www.facebook.com/ClubDelPanPy/?locale=es_LA)

## Reto a resolver

Solventar dificultades al implementar la asignación de turnos de enfermería debido a la falta de un sistema automatizado, que pueda asignar turnos de manera eficiente.

## Solución/Propuesta Final

Herramienta (prototipo de *software*) que permite asignar los turnos de enfermería de manera automática al utilizar el lenguaje de programación *Python*.



## Organización:



## Valor agregado

- Optimización de procesos y obtención de resultados
- Reducción de tiempos al momento de la asignación de turnos

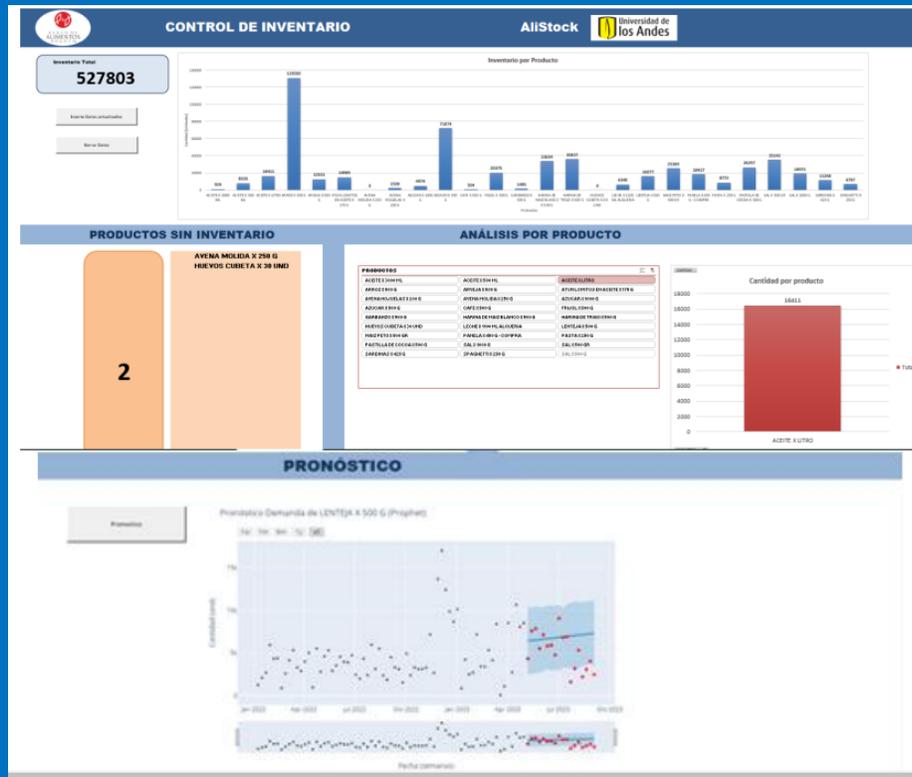
Contacto: <https://caluce.com.co/>

## Reto a resolver

Desarrollar una herramienta que brinde al Banco de Alimentos una alerta cuando se esté a punto de quedarse sin *stock* de mercancía en el inventario.

## Solución/Propuesta Final

Herramienta de gestión de inventarios personalizada con los criterios proporcionados por la empresa.



## Organización:



BANCO DE  
ALIMENTOS  
BOGOTÁ



## Valor agregado:

- Caracterización de cada producto, mensajes de advertencia y recomendaciones, resultados visuales.
- Permite visualizar de una manera óptima los productos dentro del Banco de Alimentos, así como incrementar la automatización del Excel y controlar la rotación.

Contacto: <https://www.bancodealimentos.org.co/>



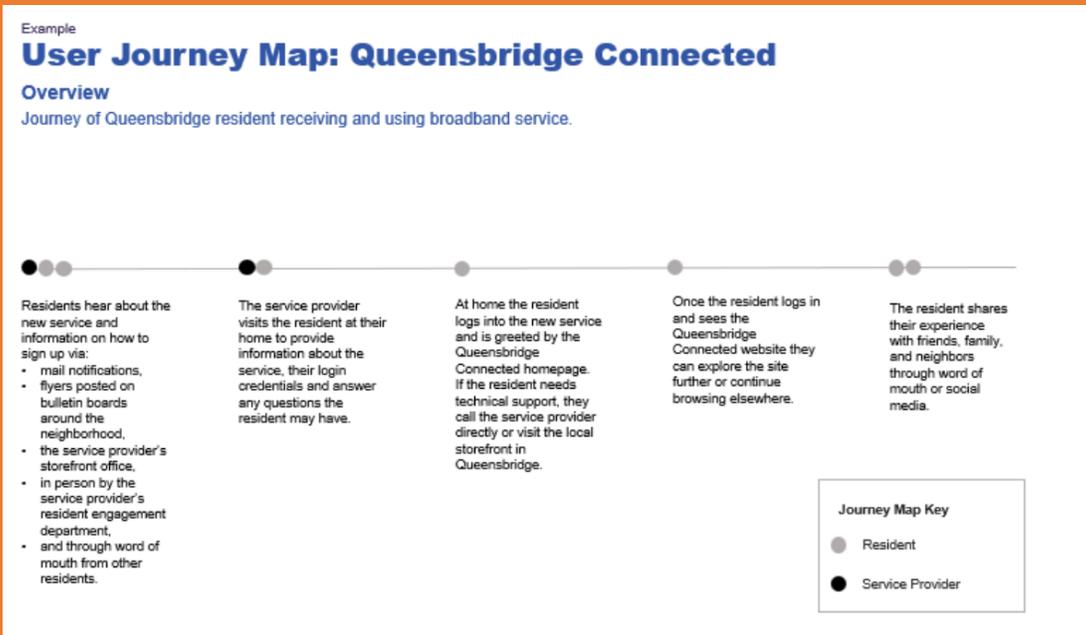
Proyecto  
intermedio  
consultoría  
empresarial

## Reto a resolver

Propuesta para identificar/caracterizar a los consumidores de vive 100.

## Solución/Propuesta Final

Herramienta de caracterización del segmento de mercado y un manual de uso:



## Organización:



## Valor agregado:

- Se hace un análisis del mercado y pasos a seguir sugerido para abordar una mayor clientela del producto "vive 100"

Contacto: <https://www.quala.com.co/>

## Reto a resolver

Muchos emprendedores jóvenes enfrentan dificultades para obtener información relevante que les ayude a mejorar sus emprendimientos. Esto puede limitar el crecimiento y el éxito de sus negocios.

## Solución/Propuesta Final

*Dashboard* con datos de interés

### Mayores Competencias



**Ayudanos a crecer**

Por favor, a continuación ingresa cuales consideras son tus mayores competencias para así poder hacer tu consultoria mas a la medida

Tu Emprendimiento	
Sector	Alcohol ▼
Competencia 1	
Competencia 2	
Competencia 3	

**Guardar** **Reiniciar**

## Organización:



## Valor agregado:

- Obtener información relevante para mejorar los emprendimientos de los jóvenes empresarios, proporcionando varios beneficios como mejora en la satisfacción del cliente y generación de nuevas oportunidades de negocio.

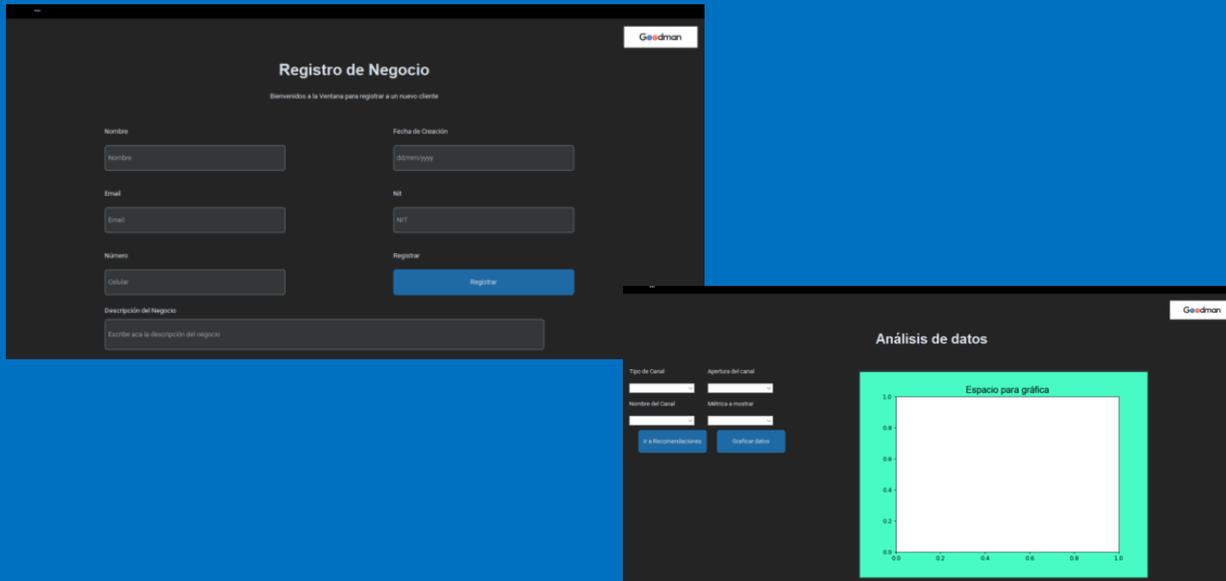
**Contacto:** <https://www.jimmyconnection.org/>

## Reto a resolver

Diseñar una herramienta que optimice el proceso de asesoramiento a pequeñas y medianas empresas (pymes), en función de sus ventas y resultados mensuales.

## Solución/Propuesta Final

La herramienta, llamada PYMENTOR, utiliza *Python* y la librería *Customtkinter* para crear una interfaz de usuario interactiva. Permite a los usuarios ingresar y analizar datos relacionados con las compras y ventas, generando *Insights* valiosos a través de algoritmos avanzados. Esto resulta en un ahorro significativo de tiempo y recursos para GOODMAN y sus clientes.



## Organización:

Goodman

## Valor agregado:

- Automatización y agilidad en el análisis de datos de ventas y rendimiento, proporcionando *insights* precisos en una fracción del tiempo que tomaría realizar este proceso manualmente
- Interfaz amigable con el usuario (visual y fácil de usar)

## Reto a resolver

Desarrollar una herramienta que garantice que cualquier encargado administrativo o coordinador que lo consulte comprenda y pueda seguir con precisión todas las etapas y procedimientos necesarios para ejecutar exitosamente los programas que se manejan internamente en la Oficina.

## Solución/Propuesta Final

Diseño de un manual que tiene como objetivo ayudar a crear o planear un nuevo programa. Este manual incluye los subprocesos internos que deben suceder para que se pueda llevar a cabo este programa. Además se cuenta con una herramienta en Excel que apoya el proceso de planeación de actividades internas y tiempos de ejecución.

### 3.2 Ejecución del programa

¿Si surge un problema?

Recuerda que siempre pueden suceder cosas inesperadas en una sesión.  
En dado caso no desesperes, identifica ante todo este problema. Piensa correctamente cual es el error y si tiene solución. Algunos errores pueden ser, no subir los contenidos necesarios de la sesión en la plataforma, no funcionen videos o material para la sesión, etc.



### Flujo de Procesos



## Organización:



Universidad de  
los Andes

Ecosistema de Innovación,  
Transferencia y Emprendimiento  
Vicerrectoría de Investigación y Creación



## Valor agregado:

- El manual y Excel se adapta a todos los programas que se manejan actualmente, y si se crea uno nuevo también.
- Facilita el proceso de inducción y seguimiento de actividades de manera fácil y visual.
- Apoya los procesos internos de planeación y organización de actividades.

Contacto: <https://transferencia.uniandes.edu.co/es/>



Proyecto  
intermedio  
consultoría  
empresarial

## Reto a resolver

Necesidad de expandir el alcance de la empresa en el mercado (¿cómo llegar a nuevos clientes y establecer nuevos canales de distribución?) para impulsar el crecimiento de las ventas y mejorar la presencia en la industria.

## Solución/Propuesta Final

Una herramienta integral que permite a la empresa destacarse y crecer en el mercado de la comercialización y distribución de perfumes en Colombia, identificando el perfil del cliente potencial y mejorando la presencia de la marca al establecer canales de distribución digitales efectivos, con el fin de fortalecer su posición competitiva y aumentar ventas.

**Juan\***

**¿Dónde vive?** Barrio Patio Bonito, Kennedy. Vive con sus padres.

**Hábitos de compra:** Destina aproximadamente \$500.000 pesos mensuales a productos de cuidado personal, y va personalmente a comprarlos en tienda física, aunque en algunas ocasiones ha realizado la compra en línea.

**Elección de compra:** Utiliza el mismo perfume que siempre ha usado su padre. Le gusta el aroma y por esto vuelve a comprarlo cuando se le acaba. Así, no se preocupa por buscar nuevas fragancias ni tiene dificultades al elegir el producto.

**Disposición de pago:** El valor máximo que estaría dispuesta a pagar por un perfume es \$50.000 o \$70.000 pesos.

**Valoración de aspectos:** Precio: [Barra amarilla], Frecuencia: [Barra amarilla], Duración: [Barra amarilla], Variabilidad: [Barra amarilla]. La línea amarilla indica la importancia que da a este factor al comprar perfume.

**Frecuencia de compra:** Compra perfume cada 2 o 7 meses, aproximadamente.

**Edad:** 47 años

**Sexo:** Hombre

**Ocupación:** Guardia de Seguridad

**Estado Civil:** Soltero

**Nivel Educativo:** Bachillerato

**Nota:** \*Se utiliza un nombre genérico para conservar anonimidad de los entrevistados.

**María\***

**¿Dónde vive?** Barrio Juan José Rondón, Usme. Vive con su esposo y su hijo.

**Hábitos de compra:** Destina aproximadamente \$200.000 pesos mensuales a productos de cuidado personal, y va personalmente a comprarlos en tienda física.

**Elección de compra:** Ya ha establecido el perfume que le gusta y vuelve a comprar el mismo cuando se le acaba. Por esto, no tiene dificultades al momento de elegir que perfume comprar.

**Disposición de pago:** El valor máximo que estaría dispuesta a pagar por un perfume es \$100.000 o \$120.000 pesos.

**Valoración de aspectos:** Precio: [Barra amarilla], Frecuencia: [Barra amarilla], Duración: [Barra amarilla], Variabilidad: [Barra amarilla]. La línea amarilla indica la importancia que da a este factor al comprar perfume.

**Frecuencia de compra:** Compra perfume cada 3 o 4 meses, aproximadamente.

**Edad:** 34 años

**Sexo:** Mujer

**Ocupación:** Personal de limpieza

**Estado Civil:** Casada

**Nivel Educativo:** Bachillerato

**Nota:** \*Se utiliza un nombre genérico para conservar anonimidad de los entrevistados.

## Organización:



INTERNACIONAL DE  
COSMETICOS JM S.A.S

## Valor agregado:

- Esta herramienta busca ser la base de transición de la empresa hacia el *e-commerce*, ofreciendo el análisis del entorno de la empresa, el análisis de la competencia, la caracterización del cliente y cómo llegar a éste por medio de estrategias de *marketing digital*.

Contacto: <https://cosmeticosjm.com/>



Proyecto  
intermedio  
consultoría  
empresarial

# Reto a resolver

¿Cómo crecer en el mercado colombiano, ya que se ha ido percibiendo un gran cambio dentro de las dinámicas de mercado y necesidades en las estrategias de sostenibilidad, economía circular y de cambio climático de las empresas con presencia en el país?

# Solución/Propuesta Final

Se efectuó un trabajo investigativo desde distintas perspectivas de crecimiento empresarial tales como: conocimiento del sector y del mercado del cual *Valopes* hace parte, fundamentado por un estudio de mercado y competencia.

**MANUAL DE INSTRUCCIONES Para Valopes**

**Requisitos Previos**  
 Antes de comenzar la implementación, asegure de tener acceso a:  
 1. Documentación entregada (Formas 1 y 2, 3 preparaciones) y las bases de datos.  
 2. Personal clave y comprometido con la implementación.  
 3. Recursos necesarios para llevar a cabo las estrategias propuestas.

**Pasos para la Implementación**

**1. Informe 1. Estudio General del Mercado**  
 1.1. Revisar documentos e informes.  
 1.2. Identificar oportunidades y amenazas clave en el sector, competencia.  
 1.3. Clasificar datos según el comportamiento de las empresas.  
 1.4. Documentar oportunidades y competencias con los equipos pertinentes.

**2. Informe 2.3. Alternativas y Solución**  
 2.1. Revisar documentos e informes.  
 2.2. Decidir a favor la selección y definición de las estrategias.

**3. Revisión de Documentos en Excel**  
 3.1. Revisar detenidamente el contenido.  
 3.2. Seleccionar datos e incluirlos.  
 3.3. Comunicar en caso de realizar un cambio a las bases de datos al equipo de implementación.

**4. Decisión e Implementación de Posibles Oportunidades de Crecimiento en el Mercado**  
 4.1. Decidir a favor o en caso de dar paso para mantener la competitividad.  
 4.2. Involucrar a los equipos necesarios para la implementación.

**5. Identificación de nuevas Oportunidades de Mercado**  
 5.1. Dar un vistazo a los posibles cambios en el mercado de precios.  
 5.2. Involucrar activo y participativo en la toma de acción.

**6. Selección de los Principales Clientes o Aliados**  
 6.1. Utilizar el datos de la base de datos.  
 6.2. Definir las estrategias de acuerdo a las empresas seleccionadas.  
 6.3. Seleccionar las estrategias o estrategias de contacto según expectativas y necesidades.

**7. Selección de Propuestas**  
 7.1. Seleccionar propuestas de contenido para la creación de PPTP y hacer el seguimiento de las pruebas piloto que muestren el resultado.  
 7.2. Seleccionar las estrategias de PPTP.  
 7.3. Crear un mecanismo de comunicación con los aliados y mantener comunicación abierta.

**8. Revisión de Documentos de Excel**  
 8.1. Revisar detenidamente el contenido.  
 8.2. Seleccionar datos e incluirlos.  
 8.3. Comunicar en caso de realizar un cambio a las bases de datos al equipo de implementación.

**9. Análisis de Impacto y Planes de Desempeño**  
 9.1. Realizar un análisis de impacto de las estrategias implementadas.  
 9.2. Crear un mecanismo de acuerdo según los resultados y desempeño obtenidos.

# Organización:



# Valor agregado

- Conocer el mercado desde los posibles clientes, necesidades y las posibles opciones de comunicación hacia ellos, competencia y aliados.

Contacto: <https://www.valopes.com/>

Plan de Gestión de Riesgos					
Número	ACTIVIDADES	Riesgo	Probabilidad	Impacto	Mitigación
1	Lectura de Entrega 1. Estudio General del Mercado	Investigación insuficiente o poco precisa en la fase de investigación de mercado	Moderada - Baja	Alto	Realizar una revisión exhaustiva de las fuentes de datos y validar la información con diferentes fuentes
2	Lectura Entrega 2 y 3. Alternativas y Solución Final	Desalineación de expectativas entre Valopes y PICE	Moderada - Baja	Alto	Establecer comunicación clara desde el principio, realizar reuniones para alinear expectativas y ajustar el plan según sea necesario
3	Revisión de Documentos de Excel	Errores en los datos de las bases de datos de clientes y aliados	Moderada	Moderado	Realizar revisión regular de los datos y contar con una validación cruzada por parte de todos los miembros del equipo
4	Identificación de las nueva dinámicas de mercado	Cambios inesperados en las dinámicas del mercado que no fueron previstos	Baja	Alto	Mantenerse actualizado con la información del mercado, establecer canales de comunicación con expertos y tener flexibilidad en las estrategias
5	Revisión de precios fijados	Competencia que ajusta precios de manera agresiva	Moderada	Moderado	Monitorear continuamente los movimientos de la competencia, tener planes de contingencia para ajustar precios y enfocarse en propuestas de valor adicionales
6	Elección e implementación de posibles oportunidades de crecimiento en el mercado	Resistencia interna a la implementación de nuevas oportunidades	Baja	Moderado	Involucrar a los equipos relevantes, proporcionar formación adecuada y comunicar los beneficios oportunamente
7	Selección de los principales clientes o aliados de interés para Valopes	Desconocimiento de las expectativas y necesidades de los clientes/aliados seleccionados	Baja	Moderado	Realizar encuestas y entrevistas previas, establecer canales de comunicación abiertos y mayor flexibilidad para ajustar estrategias
8	Establecer contacto con empresas de clientes o aliados potenciales	Resistencia o falta de respuesta por parte de los clientes o aliados	Moderada - Baja	Alto	Personalizar enfoques, establecer conexiones personales y ajustar un plan de seguimiento efectivo



## Reto a resolver

1) ¿Cómo mejorar los procesos de retroalimentación en las sesiones de entrenamiento?, 2) ¿Cómo mejorar la dinámica de las clases?

## Solución/Propuesta Final

Se implementaron herramientas como *Quizizz* y crucigramas con el objetivo de hacer las clases más interactivas y divertidas. La herramienta *Quizizz* permite obtener retroalimentación inmediata de los estudiantes durante las sesiones de entrenamiento. Además, usando Excel, se creó un sistema organizado y automatizado para recopilar datos de las encuestas que efectúan los estudiantes del programa, lo que permite realizar un seguimiento más efectivo.

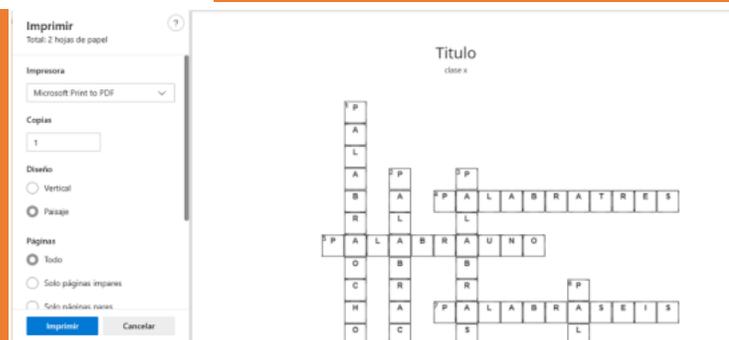
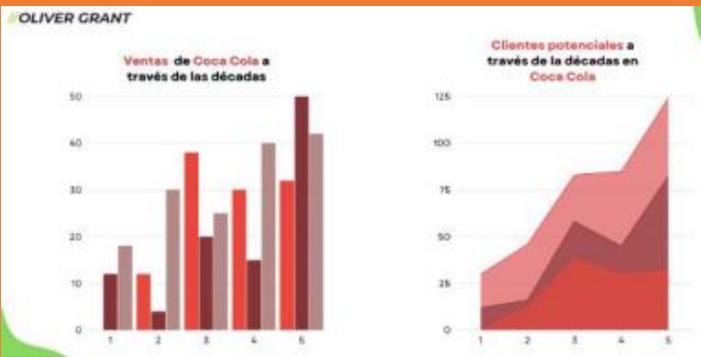
## Organización:

**OLIVER GRANT**

## Valor agregado:

- La herramienta desarrollada en Excel permite tener registros históricos sobre diferentes datos y tomar decisiones informadas sobre éstos, lo cual reduce los tiempos y los posibles costos de contratación de terceros.
- Implementación de nuevas ideas para mejorar la interacción de clases profesor-estudiante

Contacto: <https://www.oliver-grant.com/>

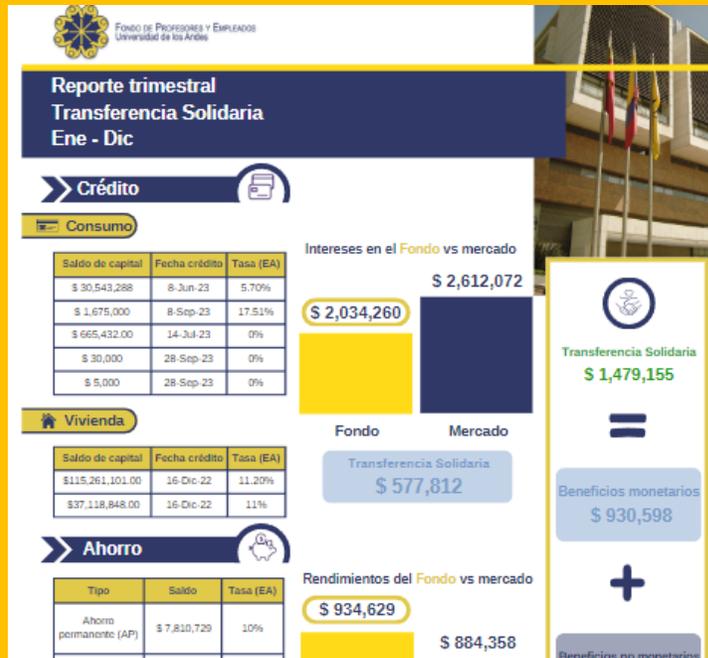


## Reto a resolver

¿Cómo informar a los asociados sobre las ventajas de la empresa para mejorar su experiencia financiera, captar la atención de los asociados al proporcionar información adicional reveladora de productos no aprovechadas y personalizar la percepción y valoración de las ventajas ofrecidas para cada asociado?

## Solución/Propuesta Final

Una herramienta para el correcto funcionamiento de las bases de datos para el Fondo, a partir de reportes trimestrales, una herramienta de programación y recopilación de información.



## Organización:



FONDO DE PROFESORES Y EMPLEADOS  
Universidad de los Andes

## Valor agregado:

- La herramienta muestra a los usuarios los beneficios monetarios del Fondo con respecto al mercado, posible recopilación para otros fondos de empleados.
- Aumento de fidelización y adquisición de nuevos productos del portafolio.

Contacto: <https://www.fondouniandes.com.co/es/>



Proyecto  
intermedio  
consultoría  
empresarial

**QUALA NOVA – UNIVERSIDAD DE LOS ANDES –  
SOCIEDAD TEQUENDAMA – JR TROPICAL FISH – CLUB DEL PLAN –  
CALUCÉ – BANCO DE ALIMENTOS DE BOGOTÁ – GIMNASIO FONTANA  
– JIMMY CONNECTION – GOODMAN – OLIVER GRANT –  
OFICINA DE TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA Y CONOCIMIENTO –  
INTERNACIONAL DE COSMÉTICOS JM S.A.S – VALOPES –  
FONDO DE PROFESORES Y EMPLEADOS UNIANDES**