

Informe de Intervenciones

Desde 2026-01-01 00:00 hasta 2026-02-28 00:00

Total de intervenciones: 4

Categorías de Intervención

Categorías de Intervención	Cantidad
Programas y sus Convocatorias	4

Tipos de Intervención

Tipo	Cantidad
Whatsapp	1
Gestión convocatoria	1
Mentoria	2

Unidades Productivas

Unidad Productiva	Cantidad
testing CCSM PRUEBA	1
PALMASOFT LTDA	1

Unidad Productiva	Cantidad
TUCURACA S.A.S.	1
SERRANERO SAS ZOMAC	1

Listado Detallado de Intervenciones

Fecha	Unidad Productiva / Asesor	Categoría	Descripción
2026-02-01 10:59:00	Unidad Productiva TUCURACA S.A.S. Asesor Camara de comercio	Categoría Programas y sus Convocatorias Tipo Mentoria	rqweq wef w efwq efw fqw ef qw e q qw fw fewq fwqe fwqe fqef
2026-02-01 10:59:00	Unidad Productiva PALMASOFT LTDA Asesor Camara de comercio	Categoría Programas y sus Convocatorias Tipo Mentoria	rqweq wef w efwq efw fqw ef qw e q qw fw fewq fwqe fwqe fqef
2026-02-18 09:34:39	Unidad Productiva testing CCSM PRUEBA Asesor Camara de comercio	Categoría Programas y sus Convocatorias Tipo Whatsapp	Mensaje enviado vía WhatsApp: ifda psdifisafdsa fsa
2026-02-18 09:51:47	Unidad Productiva SERRANERO SAS ZOMAC	Categoría Programas y sus Convocatorias	Intervención generada automáticamente tras cambio de estado de inscripción.

Fecha	Unidad Productiva / Asesor	Categoría	Descripción
	Asesor Camara de comercio	Tipo Gestión convocatoria	

Conclusiones

Se atendieron 16 Unidades Productivas (UP) a través de sesiones de mentoría de dos horas, en el marco de la Fase 2 del programa RUTA C. El mes de octubre estuvo marcado por mentorías enfocadas en estructurar desde lo esencial, organizar ideas dispersas, activar el pensamiento estratégico y generar acciones realistas con base en el contexto de cada empresa. Se acompañó tanto a negocios en fase inicial como a otros con experiencia previa pero sin estructura comercial o digital, generando avances notables en claridad, enfoque y capacidad de decisión. De resaltar que en el presente mes, fue muy difícil lograr el agendamiento con empresas afectando significativamente el número de unidades atendidas, con un no show de 40% frente al agendamiento realizado.

Dentro de los hallazgos más relevantes identificados en esta fase, se encontró que la mayoría de las UP requieren una revisión profunda de su modelo de negocio, ya que no cuentan con una estructura clara de propuesta de valor, segmento de clientes o flujo de ingresos. Esto llevó a que en muchas de las sesiones, el tiempo se enfocara principalmente en clarificar estos aspectos estratégicos, lo cual fue indispensable, en la mayoría de los casos, para poder construir una segunda herramienta más específica y adaptada a la necesidad priorizada (comercial, estratégica o financiera).

Análisis complementario (IA)

1. VALIDACIÓN DE CONCLUSIONES

Existe una **inconsistencia crítica** entre los datos estadísticos suministrados y las conclusiones del asesor.

- **Volumen:** El asesor reporta 16 Unidades Productivas (UP) atendidas, mientras que la data registra únicamente 4 UP.
- **Temporalidad:** El asesor refiere actividades realizadas en el "mes de octubre", pero el rango de fechas de la data es del 01/01/2026 al 28/02/2026.
- **Tipología:** El asesor menciona sesiones de mentoría de dos horas como foco principal. La data muestra que solo el 50% (2) fueron mentorías, siendo el resto gestiones por Whatsapp o administrativas.
- **Resultado de Validación:** Las conclusiones del texto narrativo no corresponden al set de datos estadísticos presentado (enero-febrero 2026). El análisis siguiente se basará estrictamente en la evidencia numérica del JSON para garantizar la integridad del reporte.

2. ANÁLISIS CUANTITATIVO

- **Periodo Analizado:** 01 de enero de 2026 al 28 de febrero de 2026 (59 días).
- **Volumen Total:** 4 intervenciones registradas.
- **Cobertura:** 4 Unidades Productivas únicas (100% de tasa de unicidad en la atención).
- **Frecuencia de Atención:** Promedio de 1.0 intervenciones por Unidad Productiva. No se registra recurrencia o seguimiento en el periodo (ninguna empresa recibió más de un contacto).
- **Distribución por Tipo:**

* Mentoría: 2 (50%)

* Whatsapp: 1 (25%)

* Gestión convocatoria: 1 (25%)

3. ANÁLISIS CUALITATIVO

- **Enfoque Temático:** El 100% de las actividades (4) se clasifican bajo la categoría "Programas y sus Convocatorias", indicando una operación centrada exclusivamente en la vinculación o gestión de programas, sin diversificación hacia otras áreas de servicio en este periodo.
- **Canales de Interacción:** Se observa una fragmentación de canales. A pesar del bajo volumen, se utilizaron tres medios distintos (mensajería instantánea, gestión administrativa y mentoría directa), lo que sugiere un modelo de atención híbrido.
- **Calidad de Datos:** Se identifica una unidad productiva denominada "testing CCSM PRUEBA", lo que representa un 25% de la muestra como dato de prueba o no real, distorsionando las métricas de impacto real en el tejido empresarial.

4. ENRIQUECIMIENTO DE CONCLUSIONES

Basado exclusivamente en los datos del periodo Enero-Febrero 2026:

- La actividad operativa fue mínima durante el primer bimestre del año 2026, con un promedio de una intervención cada 14.7 días.
- Las empresas PALMASOFT LTDA, TUCURACA S.A.S. y SERRANERO SAS ZOMAC recibieron atención única. No hay evidencia estadística de procesos continuos o profundización en sus modelos de negocio dentro de este rango de fechas.
- El componente de "Mentoría" representa la mitad de la carga operativa registrada, mientras que la otra mitad se dedicó a gestión y comunicación rápida.
- La inclusión de registros de prueba ("testing CCSM") en el reporte final afecta la precisión de los indicadores de cobertura.

5. FORTALEZAS DEL PROGRAMA

- **Multicanalidad:** Capacidad demostrada para gestionar atenciones tanto por vías formales (Gestión convocatoria) como ágiles (Whatsapp) y profundas (Mentoría).
- **Foco en Programas:** Claridad absoluta en la categorización de las intervenciones, alineando el 100% de los esfuerzos a "Programas y sus Convocatorias".

6. ÁREAS DE MEJORA

- **Volumen de Operación:** 4 intervenciones en dos meses es un indicador extremadamente bajo de productividad o demanda.
- **Recurrencia (Retención):** La tasa de re-compra o seguimiento es 0%. Cada empresa fue contactada una sola vez, impidiendo procesos de acompañamiento evolutivo.
- **Higiene de Datos:** El 25% de la base de datos de beneficiarios corresponde a registros de prueba del sistema, lo cual infla artificialmente las métricas de cobertura.
- **Consistencia del Reporte:** La discrepancia total entre la narrativa del asesor (Octubre/16 UP) y la data (Enero-Feb/4 UP) sugiere fallos graves en el proceso de documentación o extracción de reportes.

7. RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS

- **Depuración de Base de Datos:** Eliminar registros tipo "testing CCSM PRUEBA" antes de generar informes gerenciales para obtener métricas reales de impacto.

- **Alineación de Periodos:** Asegurar que el corte de datos estadísticos coincida con el periodo narrativo del asesor. Si el análisis cualitativo es de octubre, se deben extraer los datos de octubre.
- **Estrategia de Seguimiento:** Implementar protocolos para asegurar al menos una segunda intervención por empresa (recurrencia > 1.0) para validar el impacto de la mentoría o gestión realizada.
- **Revisión de Agendamiento:** Dado el bajo volumen (4 intervenciones en 2 meses), se debe revisar si existen cuellos de botella en la convocatoria o si la demanda del programa ha decaído en el inicio del año 2026.

8. SÍNTESIS EJECUTIVA

Durante el periodo del 1 de enero al 28 de febrero de 2026, se registraron un total de **4 intervenciones** dirigidas a 4 unidades productivas distintas, todas bajo la categoría de "Programas y sus Convocatorias". La distribución operativa se dividió en **50% mentorías**, 25% gestión de convocatorias y 25% atención vía Whatsapp.

El análisis revela una **baja intensidad operativa** y una ausencia de recurrencia, con una media de 1.0 contactos por empresa. Se detectó una inconsistencia crítica en la calidad de los datos, dado que el 25% de la cobertura corresponde a un usuario de prueba ("testing CCSM"). Adicionalmente, se alerta sobre la **incompatibilidad total** entre las conclusiones narrativas suministradas (referentes a octubre y 16 empresas) y la evidencia estadística presentada, lo que invalida la correlación entre las observaciones cualitativas del asesor y las métricas del periodo. Se recomienda depurar la data y alinear los rangos temporales para futuros reportes.

NOTAS ANALÍTICAS INTERNAS

*La sección "CONCLUSIONES DEL ASESOR" proporcionada en el input describe un escenario de Octubre con 16 empresas y alta tasa de 'no show'. Esto **NO** coincide en absoluto con el JSON que muestra datos de Enero-Febrero 2026 con solo 4 registros. El reporte ha sido generado basándose en la veracidad de los datos numéricos (JSON) y señalando la discrepancia narrativa.*