

Lic. Yazmín Mayorga Ramírez  
Serendipia Digital

Antecedentes:



**Tecnolochicas:** Tecnolochicas, es un programa de Fundación Televisa nos dedicamos a inspirar y formar a mujeres jóvenes de entre 12 y 17 años en las bases de la programación y las ciencias computacionales. Nuestro objetivo es ampliar sus aspiraciones profesionales, fortalecer su confianza y dotarlas de habilidades clave que mejorarán su empleabilidad futura. Gracias a la colaboración con nuestros valiosos aliados, estamos construyendo un futuro más inclusivo y equitativo en el que cada joven mujer pueda soñar en grande y alcanzar sus metas. Actualmente a tenido 61,329 graduadas, y tiene aliados como Santander, IEA, UNICEF, entre otros.



**Chicas en tecnología:** Somos una organización de la sociedad civil sin fines de lucro argentina que desde 2015 busca reducir la brecha de género en tecnología en la región. Motivamos, formamos y acompañamos a la próxima generación de mujeres líderes en tecnología. Sus pilares son la diversidad y equidad, Educación, Innovación tecnológica, emprendedorismo, Impacto social y liderazgo. Cuentan con mas de 2300 jóvenes que han participado de sus iniciativas, con impacto en 20 regiones, con 146 profesionales acompañando en cada programa y en redes sociales tienen un impacto de mas de 2.5 millones.



**Patrones Hermosos:** Un grupo de 650 mujeres adolescentes de 14 países participaron en la cuarta edición del campamento “Patrones Hermosos”, impulsado por Laboratorio Geoespacial del MIT y la Escuela de Ingeniería y Ciencias (EIC) del Tec, con la intención de despertar vocaciones ingenieriles y científicas en las más jóvenes. Por 5 días las estudiantes de entre 13 y 17 años originarias de países como Ecuador, Alemania, Uzbekistán, México, entre otros, realizaron en línea dinámicas y actividades diseñadas para desarrollar el pensamiento algorítmico, así como para inspirarlas a explorar la posibilidad de cursar una carrera profesional STEM.

# PLANEACIÓN PROBABILISTICA

## ALIANZAS ESTRATEGICAS O CONVENIOS (FAVORABLE)

Probabilidad: 75%

Debido a que es una institución la cual esta en crecimiento y que se basa en el uso de tecnología, además de el impulso y bienestar de la juventud, y que todo se trabaja a base de realidad virtual y aumentada.

## NUEVAS NECESIDADES DEL MERCADO (FAVORABLE)

Probabilidad: 100%

La tecnología tiene un avance constante, en evolución y depuración de tecnología, por lo tanto al estar en constante crecimiento, se ven obligados a aprender a utilizar y a saber como funciona la tecnología.

## FICHAS LLENAS (FAVORABLE)

Probabilidad: 75%

Al tratarse de tecnología, y al no haber lugares cercanos que se enfoquen en el uso e implementación de esta, es mas probable que se ocupen las fichas máximas.

## CRECIMIENTO EN EL MERCADO (FAVORABLE)

Probabilidad: 80%

Esto debido al avance tecnológico, se necesita adquirir nuevas habilidades.

## NECESIDAD DE CONTRATAR MAS PERSONAL (FAVORABLE)

Probabilidad: 75%

Si se llega a tener un aumento en las matriculas, es necesario con contar mas persona, no solo en en área docente, si no también en las demás.

## POPULARIZACIÓN EN REDES SOCIALES (FAVORABLE)

Probabilidad: 80%

Esto se debe a que con ayuda de marketing se busca tener un mayor impacto en redes sociales, ya que es donde regularmente esta mas tiempo nuestro publico principal.

# PLANEACIÓN PROBABILISTICA

## AUMENTO DE PRODUCTOS EN TEMPORADAS ALTAS (FAVORABLE)

Probabilidad: 80%

Debido a las temporadas estacionales, regularmente se buscan productos innovadores pero que se relacionen a la temporada, al ser innovadores y tecnológicos, existe esa probabilidad de tener mas ventas.

## INTERES DE VARIOS INVERSIONISTAS (FAVORABLE)

Probabilidad: 80%

Al trabajar con tecnología, y ser algo no tan común en áreas cercanas a Ezequiel Montes, es mas probable que la empresa genere el interés de personas que quieran invertir en el proyecto, ya sea de manera voluntaria o no.

## ALTO NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE (FAVORABLE)

Probabilidad: 80%

La empresa se basa en UX, es por eso que es muy probable que los clientes / usuarios queden muy satisfechos con la empresa.

## PRESENCIA A NIVEL ESTATAL (FAVORABLE)

Probabilidad: 75%

Es probable que se tenga una presencia en mas municipios de Querétaro, ya que no existe esta posibilidad en lugares cercanos.

## FALTA DE PLANIFICACIÓN (DESFAVORABLE)

Probabilidad: 50%

A pesar de tener una alternativa para diversas situaciones que pueden pasar, aun así puede llegar a suceder una acción o situación que no se tenia contemplada, o un fallo en una "plataforma" nueva.

## POCA INVERSIÓN EN NUEVA TECNOLOGIA (DESFAVORABLE)

Probabilidad: 50%

La tecnología avanza muy rápido, entonces al momento de que nosotros estemos integrando una nueva tecnología, es posible que ya salga algo nuevo y mas innovador, entonces al estar apenas integrando lo anterior, necesitamos tener nuevos ingresos para integrar mas.

# PLANEACIÓN PROBABILISTICA

## COMPETENCIAS CON PRECIOS BAJOS (DESFAVORABLE)

Probabilidad: 35%

No existe una probabilidad tan grande, pero si se tiene contemplada, ya que como se trabaja con tecnología, no falta quien pueda ofrecer algún servicio similar, y tratar de atraer clientes con alguna promoción o demás.

## CAMBIO DE GUSTOS DEL CONSUMIDOS (DESFAVORABLE)

Probabilidad: 50%

Los gustos de las personas es algo que ni puede ser tan predecible, es por eso que tanto este puede cambiar como mantenerse.

## EVENTO GLOBAL COMO UNA PANDEMIA (DESFAVORABLE)

Probabilidad: 50%

Al igual que el gusto de los consumidores, esto es algo que no se puede predecir al 100% pero si es algo que pueda suceder.

## PRODUCTOS QUE SUSTITUYAN A LA INSTITUCIÓN (DESFAVORABLE)

Probabilidad: 75%

Si se puede dar, debido al avance tecnológico, y un ejemplo de ello es la inteligencia artificial, con la cual se puede crear un código o cualquier otra cosa sin necesidad de que seas experto o conocedor del tema.

## DESACTUALIZACIÓN TECNOLOGICA (DESFAVORABLE)

Probabilidad: 30%

La tecnología avanza constantemente, y al tener un avance rápido, es posible que no nos enteremos de lo mas actual por estar enfocados en ingresar alguna otra o en alguna situación interna.

## FALTA DE DIFERENCIAS ENTRE LA COMPETENCIA (DESFAVORABLE)

Probabilidad: 30%

Se trata de tecnología, no hay negocios cercanos con este enfoque, pero si hay algunas instituciones las cuales tienen enfoques similares y es complicado buscar algún otro enfoque.

**INCREMENTO DE PRECIO  
EN TECNOLOGIA  
(DESFAVORABLE)**

Probabilidad: 50%

Existen temporadas en donde puede encontrarse tecnología en “OFERTA” como alguna computadora, lentes de realidad virtual o demás, pero también hay ocasiones en donde esta es muy elevada y la adquisición no sea posible o genere muchos egresos económicos en la empresa.

**MALAS RESEÑAS  
VIRTUALES  
(DESFAVORABLE)**

Probabilidad: 20%

Siempre existen personas que están en contra de una institución, aun que igual puede ser la competencia los que quieren que la reputación de la empresa baje, pero es baja debido a que la institución se basa en el UX.

## Alianzas estrategicas o convenios

### PLAN ESTRATEGICO

Identificar a los socios potenciales, para que con ello se desarrolle una propuesta de valor clara, al ya tener eso en equipo de vinculación se encargara de estar mas presente en eventos tecnológicos, para a partir de ahí, generar algunos contactos, además de diseñar y/o ajustar el plan a algo mas flexible.

### EVALUACIÓN DEL IMPACTO

Se genera una innovación y actualización en tecnología y conocimiento, se genera un nuevo mercado y algunos clientes indirectos, y aunque las alianzas pueden tardar, el tener presencia en eventos tecnológicos hace que seamos conocidos y se note el interés que se tiene hacia la tecnología.

### ESTRATEGIA OPTIMA

Comenzar a hacer alianzas en instituciones en donde se puedan hacer pruebas piloto o algunas colaboraciones para así incrementar el numero de matricula y de presencia temporalmente en la comunidad y municipio y después escalar a mas.

## Nuevas necesidades del mercado

### PLAN ESTRATEGICO

Monitorear constantemente el mercado, además de realizar una actualización del portafolio de los servicios que ofrecemos, realizar una capacitación constante del personal y realizar lanzamientos pilotos de los nuevos productos relacionados a las necesidades.

### EVALUACIÓN DEL IMPACTO

Esto genera un posicionamiento de la empresa por ser flexible y adaptativa, además se estiman mas ventas, solo que como toso, existen algunas cosas o propuestas que pueden llegar a fallar. Pero se percibe que la empresa es moderna y siempre esta en una constante actualización.

### ESTRATEGIA OPTIMA

Se debe de observar de manera cercana el mercado publico objetivo, para que se puedan desarrollar soluciones que se les de soluciones a esos pequeños detalles o conflictos, pero siempre basarse en UX.

## Fichas llenas

### PLAN ESTRATEGICO

Se debe de habilitar una lista de espera automática, también aperturar nuevos grupos con horarios y fechas alternativas y cercanas, también ofrecer algunas versiones online o de clases grabadas, también se pueden desarrollar micro talleres con el contenido básico del curso o taller, y estar revisando constantemente la capacidad del aula

### EVALUACIÓN DEL IMPACTO

Las listas de espera alternativas hacen que se evite la perdida de clientes, además la imagen de la institución aumenta, solo que esto puede generar cierta frustración o desacuerdo con que no allá cupos, será necesario contratar mas docentes y un espacio mas amplio de ser necesario.

## **ESTRATEGIA OPTIMA**

Realizar propuestas alternativas temporales en lo que se liberan cupos o se abren nuevos horarios o espacios para tomar estos cursos.

### Crecimiento en el mercado

## **PLAN ESTRATEGICO**

Lanzar nuevos programas (productos) o versiones actualizadas, además analizar a los posibles socios estratégicos para tener mayor presencia, además de mejorar el posicionamiento online y ofrecer algunos modelos flexibles, ya sea con el pago, tiempos horarios y demás.

## **EVALUACIÓN DEL IMPACTO**

Se accede a nuevos clientes, se tiene mayor presencia no solo online, sino también de manera presencial, solo que en este caso el crecimiento puede variar ya que este no es controlado, además de mantenerse actualizado con nuevos productos tecnológicos.

## **ESTRATEGIA OPTIMA**

Realizar algunos lanzamientos de nuevos programas para que se genere una mayor expansión en el mercado.

### Necesidad de contratar mas personal

## **PLAN ESTRATEGICO**

Evaluar las áreas con mayor carga laboral, y comenzar a realizar las contrataciones por nivel de prioridades, además ser flexibles y tratar de automatizar ciertos procesos y buscar la manera de ofrecer beneficios atractivos.

## **EVALUACIÓN DEL IMPACTO**

Se reducen cierto atraso en algunas acciones, además puede haber un aumento de egresos en la empresa, y es posible que la contratación sea ineficiente, pero con un aumento de personal, se reduce la sobrecarga y se mejora el ambiente laboral.

## **ESTRATEGIA OPTIMA**

Se debe de priorizar realizar contrataciones en las áreas mas urgentes, con la finalidad de automatizar tareas, evitar retardos y ser mas flexibles.

## Popularización en redes sociales

## **PLAN ESTRATEGICO**

Definir la idea que se presentara de manera digital, además de crear y publicar contenido constante en redes sociales, buscar la colaboración con alguien para los videos y realizar campañas, giveaways o algún lanzamiento exclusivo par usuarios de redes sociales.

## **EVALUACIÓN DEL IMPACTO**

Con las redes sociales todo se puede viralizar mas rápido, tener mas vistas y tener una conexión directa con la audiencia, pero alguna situación que puede ocurrir es ser criticado por el contenido que se comparte.

## **ESTRATEGIA OPTIMA**

Publicar contenido útil, de entretenimiento y que sea autentico, pero todo debe de estar basado en la tecnología.



## Aumento de productos en temporadas altas

### PLAN ESTRATEGICO

Planificación y revisión constante del inventario, además de ser mas accesibles en los paquetes que hay de lo productos, también implementar promociones escalonadas y siempre buscar que el cliente este cómodo.

### EVALUACIÓN DEL IMPACTO

Se debe de aprovechar el alto flujo de los compradores, y tratar de tener una buena respuesta siempre, solo que esto puede generar algunos productos de urgencia en el área de diseño y programación.

### ESTRATEGIA OPTIMA

Prepararse de manera anticipada, para situaciones en donde se necesite tener mas ventas, atención y logística.

## Interés de varios inversionistas

### PLAN ESTRATEGICO

Evaluar detalladamente cada propuesta de inversión, definir y tener presente los objetivos, misión y visión de la empresa, buscar la asesoría legal y financiera especializada para acomodar los acuerdos, además de mantener una transparencia y una comunicación profesional con los interesados.

### EVALUACIÓN DEL IMPACTO

Se tienen mas recursos para la expansión de la empresa, se generan mayores alianzas con los inversionistas adecuados, se pierde un poco de control en la empresa, pero se gestionan bien las relaciones.

## **ESTRATEGIA OPTIMA**

Elegir solo a los inversionistas que aportan un mayor valor a la empresa, mas alla de lo económico, además de tener presente en todo momento la misión, la visión y el objetivo de la empresa a largo plazo.

Alto nivel de satisfacción del cliente

## **PLAN ESTRATEGICO**

Aquellos clientes con mas satisfacción, convertirlos en embajadores, además de solicitar un feedback continuo y crear campañas de publicidad con las experiencias de los usuarios.

## **EVALUACIÓN DEL IMPACTO**

Los clientes leales compran mas, y están por mas tiempo, se aumenta un alcance de publico con ayuda de esas personas, se fortalece la imagen de la institución, pero se necesita estar en una constante actualización y se debe de buscar que ese estándar de satisfacción se supere.

## **ESTRATEGIA OPTIMA**

Se construye una comunidad y se refuerza la fidelidad del cliente, además se atraen nuevos clientes mediante el prestigio y las experiencias de los usuarios.

Presencia a nivel estatal

## **PLAN ESTRATEGICO**

Abrir puntos de contacto estratégicos, además de seguir construyendo alianzas con instituciones estatales, universidades y cámaras empresariales, desarrollar campañas de marketing, participar en ferias, eventos y buscar la adaptabilidad de los productos y los servicios.

## **EVALUACIÓN DEL IMPACTO**

Aumenta la visibilidad en todo el estado, tener mas clientes potenciales, y para esto se necesita mas personal, infraestructura y en algunos casos los traslados, y no todas las zonas van a responder igual.

## **ESTRATEGIA OPTIMA**

Comenzar con las zonas en donde allá mayor oportunidad como las zonas urbanas o educativas, también buscar alianzas locales pero estratégicas para ir creciendo gradualmente.

### Falta de planificación

## **PLAN ESTRATEGICO**

Realizar un diagnostico interno rápido y establecer objetivos SMART (específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con tiempo definido), asignar a responsables de cada área, implementar herramientas básicas de gestión de proyectos y establecer reuniones semanales de seguimiento.

## **EVALUACIÓN DEL IMPACTO**

Mejora la eficacia y el control, reduce errores y desviaciones, al inicio generara algunos conflictos, pero esto promueve el orden, la visión y el trabajo en equipo.

## **ESTRATEGIA OPTIMA**

Planificar con enfoques en las áreas mas criticas y urgentes, con ayuda de metodologías agiles y herramientas visuales, se va integrando la planificación como parte de la cultura diaria.

## Poca inversión en nueva tecnología

### PLAN ESTRATEGICO

Realizar un diagnostico tecnológico actual y analizar cuales son las inversiones tecnológicas con mas impacto y con un bajo costo inicial, buscar alianzas con proveedores tecnológicos, aplicar a convocatorias de innovación o de fondos gubernamentales, también establecer un fondo rotativo interno para innovación.

### EVALUACIÓN DEL IMPACTO

Las herramientas modernas optimizan ciertos procesos, permite ofrecer soluciones mas actuales, se debe de hacer un ajuste de financiamiento, y esto puede ocasionar una resistencia al cambio, pero esto mejora la imagen de la empresa.

### ESTRATEGIA OPTIMA

Invertir de una manera gradual en la tecnología clave según las prioridades, además de buscar un apoyo externo, y modernizar sin necesidad de comprometer la estabilidad financiera.

## Competencias con precios bajos

### PLAN ESTRATEGICO

Reforzar la propuesta de valor, desarrollar paquetes con versiones básicas, mejorar la experiencia de usuario (UX), además de crear comparativos claros, buscar optimizar los procesos internos y buscar que los clientes actuales nos sean fieles.

### EVALUACIÓN DEL IMPACTO

Si la experiencia que tienen es buena, no van a querer cambiar esto solo por el precio, la imagen de la marca no cae en una guerra por los precios con otra empresa, algunos clientes pueden migrar, la empresa se enfoca en el valor y no el precio mas barato.

## **ESTRATEGIA OPTIMA**

Se posiciona a la empresa como resiliente, con calidad, confiable y con resultados medibles, y que pueden ofrecer versiones de los programas un poco más accesibles pero sin comprometer el prestigio de la institución.

### Cambio de gustos del consumidor

## **PLAN ESTRATEGICO**

Realizar encuestas, entrevistas y análisis de datos, observar tendencias en redes sociales, foros o algunas plataformas, actualizar los productos, hacer versiones piloto de algunos productos y crear campañas de comunicación que estén más relacionadas a los intereses.

## **EVALUACIÓN DEL IMPACTO**

La institución se ajusta a lo que el cliente busca, está en constante evolución y se basa en la empatía, se debe de invertir para que se puedan desarrollar nuevos productos, se tiene una mejor conexión entre cliente y marca o institución.

## **ESTRATEGIA OPTIMA**

Se debe siempre de tener un enfoque UX, para identificar rápido los cambios, buscar soluciones ajustadas y responder pronto a las necesidades que se tienen.

### Un evento global (pandemia)

## **PLAN ESTRATEGICO**

Cambiar todo a manera digital, asegurar que el negocio permanezca abierto el mayor tiempo posible, hacer un ajuste a los productos, fortalecer la ciberseguridad y la infraestructura digital, revisar y ajustar el presupuesto de la empresa y mantenerse en comunicación constante con los empleados y clientes.

## **EVALUACIÓN DEL IMPACTO**

La digitalización y adaptabilidad será sencillo, la demanda del mercado depende de cada producto y necesidades en ese momento, se impulsa la creatividad y la adaptabilidad por parte de los empleados y se puede fortalecer la empresa o decaer.

## **ESTRATEGIA OPTIMA**

Usar la tecnología para continuar y crecer, adaptar los productos, y basarse en la rapidez, la flexibilidad y el enfoque humano.

## Productos que sustituyan a la institución

## **PLAN ESTRATEGICO**

Analizar cada uno de los productos que nos sustituyen, redefinir el objetivo de la institución, mejorar los productos y la tecnología, formar alianzas con plataformas tecnológicas, ofrecer modelos de servicio como híbridos, flexibles y escalables y enfocar la publicidad en los productos que no se puedan sustituir.

## **EVALUACIÓN DEL IMPACTO**

Puede haber deserción de alumnos, nos permite reforzar la institución para tener más prestigio, se va a necesitar invertir en más tecnología y puede que se tenga un nuevo posicionamiento.

## **ESTRATEGIA OPTIMA**

Elevar la propuesta de la institución en vez de competir directamente con los productos que nos pueden sustituir, y hacerle un mayor enfoque en los productos que no se pueden replicar.

## Aumento de productos en temporadas altas

### PLAN ESTRATEGICO

Realizar una auditoría tecnológica, para poder evaluar las áreas más críticas y desarrollar un plan de actualización progresiva, además de realizar la constante capacitación del personal. Además de realizar un reporte en donde se presenten las oportunidades que se tienen con el financiamiento de la empresa.

### EVALUACIÓN DEL IMPACTO

se mejoran los tiempos de los resultados, se reduce una vulnerabilidad tecnológica, pero para esto es necesario una inversión económica y una capacitación del personal en caso de adquirir algo nuevo, pero esto hace que se mejore la imagen de la institución no solo ante el cliente, sino también de los aliados y empleados.

### ESTRATEGIA OPTIMA

Realizar actualizaciones de forma gradual y organizada y tomando como prioridad las áreas en donde el no tener una tecnología más actual afecta el avance o progreso.

## Falta de diferencia entre otras instituciones

### PLAN ESTRATEGICO

Realizar un análisis de competencia, revisar y redefinir nuestra propuesta de valor, desarrollar elementos claros que nos diferencien de los demás, involucrar a los clientes para la mejora y cambio del servicio, además de hacer saber todos estos cambios.

### EVALUACIÓN DEL IMPACTO

Esto ocasiona que se genere una diferencia clara entre las empresas, y se hace notar algo único, al hacer esto también se percibe una resiliencia y adaptabilidad al mercado. Debe de ser necesario hacer ajustes en los programas o servicios, y tomar en cuenta que habrá usuarios que quiera probar algo nuevo y diferente.

## **ESTRATEGIA OPTIMA**

En vez de competir por precios o calidad de infraestructura, hay que enfocarse en el contenido, que sea nuevo en innovador, también que la experiencia del usuario sea lo más agradable y siempre tratar de generar una buena conexión con este

### Incremento de precio en tecnología

## **PLAN ESTRATEGICO**

Revisar negociar algunos contratos con los proveedores, además de buscar alternativas tecnológicas mas accesibles, además de buscar la manera de optimizar los costos operativos internos y buscar las posibles alianzas con los distribuidores locales.

## **EVALUACIÓN DEL IMPACTO**

Se negociarían y se optimizarían ciertos procesos, también puede haber un rechazo hacia la nueva tecnología tanto de parte de los clientes como de los empleado, y si no se llega a tener un ajuste de precios, se reducen también los costos, y habrá tecnología que los precios sean muy altos y no se pueda realizar una negociación.

## **ESTRATEGIA OPTIMA**

En lugar de buscar el cambio de precios de programas a los clientes, buscar las negociaciones con los proveedores, para así mejorar la calidad de servicio a los clientes y mejorar el precio a estos poco a poco.

### Malas reseñas virtuales

## **PLAN ESTRATEGICO**

Analizar cada reseña negativa, además de responder de manera publica, pero de manera profesional y empática, además de contactar al usuario de manera privada y ofrecerles una solución, además de potenciar las reseñas positivas



## **EVALUACIÓN DEL IMPACTO**

La imagen de la marca puede afectarse rápido y temporalmente, también hay clientes que pueden dudar, esto ayuda a hacer una retroalimentación, pero puede llegar a desencadenarse si no es atendido a tiempo.

## **ESTRATEGIA OPTIMA**

Hacer el control de reseñas con ayuda de las respuestas rápidas, de manera transparente y ofreciendo respuestas concretas.