

MOGCHE

Eliminando barreras; transformando y empoderando a través de los datos

Autoras

Camila Ospina Clavijo
Paola Hernández González

Directora

Leticia Fernández Marín

Asesora Técnica

Manuela Ocampo

Maestría en Gestión Estratégica de la Información e Innovación Digital.
Escuela de Ingeniería, Ciencia y Tecnología, Departamento de Ciencias Humanas
y el Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación - CRAI
Universidad del Rosario
Bogotá, Enero 2025

Es la combinación entre el talento razonable y la capacidad de perseverar ante el fracaso, lo que conduce al éxito.

- Daniel Goleman

Hemos recorrido y disfrutado cada clase, escuchado con atención y leído con dedicación, reflexionando profundamente sobre la importancia de aquellas habilidades intangibles que forman parte esencial de nuestra humanidad. Estas mismas habilidades han sido integradas con éxito en el desarrollo de nuestro proyecto de consultoría MOGCHE. Este proceso no solo abarca el contenido de todas las materias vistas durante la maestría, sino también las noches de desvelo, las risas compartidas y los momentos que nos han enriquecido personal y profesionalmente.

Sin duda, la mejor manera de comenzar nuestro trabajo de grado es expresando nuestra más sincera gratitud. Agradecemos a Dios por nuestras vidas, el privilegio y oportunidad de vivir esta experiencia, a cada persona que hizo posible nuestro día a día en la maestría: los celadores, cocineros, conductores, nuestros excepcionales profesores, decanos, directores, compañeros de maestría y, por supuesto, a nuestras familias. Y, sin lugar a duda, agradecemos también a nosotras mismas, por permitirnos disfrutar y aprender de esta experiencia tan enriquecedora.

- Cami y Pao.

Resumen

El documento aborda el diseño e implementación de la consultoría MOGCHE, enfocada en la transformación digital y la gobernanza de datos para microempresas. Este proyecto, desarrollado en el marco de la Maestría en Gestión Estratégica de la Información e Innovación Digital, aplica metodologías ágiles para responder a las necesidades de empresas como GORDA Salón de Moda Plus Size, un caso emblemático de moda inclusiva en Colombia. MOGCHE integra herramientas digitales innovadoras, mejorando la gestión de datos, optimizando operaciones y empoderando a sus clientes. A través de tres hitos clave (Mapeo Inteligente de Datos, Visión Dinámica de Impacto y Arquitectura Digital Evolutiva), GORDA logró una transformación digital sostenible, destacándose en el mercado por su enfoque inclusivo y estratégico.

Abstract

This document discusses the design and implementation of MOGCHE consultancy, focused on digital transformation and data governance for micro-enterprises. Developed within the Master's in Strategic Information Management and Digital Innovation, the project uses agile methodologies to address the needs of companies like GORDA Salón de Moda Plus Size, a leading example of inclusive fashion in Colombia. MOGCHE integrates innovative digital tools to enhance data management, optimize operations, and empower its clients. Through three key milestones (Intelligent Data Mapping, Dynamic Impact Vision, and Evolving Digital Architecture), GORDA achieved sustainable digital transformation, standing out in the market for its inclusive and strategic approach.

Palabras claves:

Transformación Digital; Gobernanza de Datos; Habilidades Blandas; Moda Inclusiva; Consultoría Estratégica; Metodologías Ágiles; Empoderamiento; Gestión Estratégica de Información.

Key Words:

Digital Transformation; Data Governance; Soft Skills; Inclusive Fashion; Strategic Consulting; Agile Methodologies; Empowerment; Strategic Information Management.

Contenido

Resumen.....	3
Introducción.....	5
Capítulo 1: Análisis del Escenario y Fundamentación Teórica.....	6
Escenario y Contexto <i>¿Qué es GORDA?</i>	6
Aproximación del Proyecto.....	8
Metodologías y Herramientas Implementadas.....	9
Capítulo 2: Diseño de la Consultoría MOGCHE.....	13
Conceptualización de MOGCHE <i>¿Quiénes somos?</i>	13
Fases de la consultoría MOGCHE.....	14
Portafolio de servicios - <i>¿Qué diseñamos para GORDA?</i>	16
Capítulo 3: Caso de Éxito - Consultoría para GORDA.....	18
Aplicación de MOGCHE en GORDA.....	18
Análisis de Impacto - Transformación Digital Sostenible: Cómo GORDA revolucionó su mercado con herramientas accesibles.....	20
Evaluación de Resultados.....	23
<i>GORDA en la gobernanza de datos, tomando decisiones</i>	24
<i>Validación de Transformación Digital GORDA</i>	28
Capítulo 4: Conclusiones MOGCHE caso de éxito GORDA.....	33
Conclusiones - Transformación Digital con Propósito.....	33
Recomendaciones.....	34
Lecciones Aprendidas y Mejoras Futuras.....	36
Anexos.....	39
Referencias.....	61

Introducción

El presente documento aborda el diseño de una consultoría especializada en la transformación digital y gobernanza de datos para microempresas. Esta consultoría, denominada MOGCHE, surge como un proyecto de Maestría en Gestión Estratégica de la Información e Innovación Digital, en respuesta a las necesidades identificadas en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), que requieren modernizar sus procesos y mejorar la administración de sus datos; siendo esto un imperativo para las empresas que buscan mantenerse competitivas y relevantes en el mercado actual.

A lo largo de cuatro capítulos clave, se desarrollarán los elementos en el diseño y la conceptualización de MOGCHE, su oferta de servicios aplicable a empresas como GORDA Salón de Moda Plus Size, un evento especializado en moda inclusiva que ha demostrado un crecimiento significativo en el mercado colombiano, partiendo del diagnóstico actual basado en datos recopilados de expositores y visitantes, hasta la implementación de soluciones tecnológicas que permitan crear una plataforma omnicanal robusta, evaluando el impacto de la consultoría en términos de transformación digital y gestión estratégica de la información. Así, este documento está concebido no sólo como una guía para la transformación de GORDA, sino también como un recurso adaptable para cualquier microempresa que busque fortalecer su gestión de datos y optimizar sus operaciones a través de la transformación digital.

El estudio abordará aspectos fundamentales como la experiencia del usuario, arquitectura tecnológica, gestión de datos y métricas de desempeño; con el objetivo de potenciar el alcance del evento más allá de su presencia física y crear una comunidad digital activa que genere valor continuo para todos los stakeholders, donde esta implementación no solo se propone desde un marco teórico y práctico para la transformación digital de GORDA, sino que también servirá como referente para otros eventos especializados que buscan evolucionar hacia modelos híbridos que combinan exitosamente experiencias presenciales y digitales en cualquier sector artístico-creativo.

Capítulo 1: Análisis del Escenario y Fundamentación Teórica

Querido lector, en este capítulo exploraremos el contexto y la estructura metodológica que sustenta el enfoque de MOGCHE para brindar una consultoría en transformación digital y gestión de información orientada a microempresas. En primer lugar, se describe el escenario específico de la empresa GORDA y sus necesidades en torno a la implementación de herramientas digitales que optimicen sus procesos de gestión y toma de decisiones.

Se analizan y describen las metodologías y herramientas clave que MOGCHE ha integrado, como Scrum, Design Thinking y Lean Startup, las cuales permiten estructurar un proceso de trabajo flexible, iterativo y centrado en el cliente, adaptado a las necesidades únicas de cada proyecto. Esta combinación de métodos facilita el desarrollo de soluciones concretas y medibles, generando no solo resultados rápidos, sino también una experiencia de aprendizaje continuo tanto para el cliente como para la propia consultoría. Finalmente, se detalla la aproximación del proyecto, justificando la elección de empresas como GORDA para implementar una gobernanza de datos efectiva y conceptualizando a GORDA como el cliente ideal para los servicios de MOGCHE.

Escenario y Contexto ¿Qué es GORDA?

GORDA es una microempresa del sector moda, establecida en el mercado colombiano y dedicada a la promoción de la inclusión y la diversidad corporal a través de eventos como ferias de moda. Fundada en 2019 por Laura Agudelo, también conocida como "La Pesada de Moda", GORDA se ha consolidado como un espacio seguro y de aceptación donde personas de todas las tallas pueden explorar y celebrar la moda sin los estigmas asociados a la gordura. La feria se enfoca en ofrecer productos y servicios que empoderan a sus clientes, promoviendo una experiencia de compra que desafía los estereotipos tradicionales de la moda y contribuye a una cultura más inclusiva y respetuosa con la diversidad corporal.

Las ferias de moda son eventos clave en Colombia que no solo destacan la creatividad y diversidad del sector, sino que también impulsan la economía y fortalecen la industria de la moda. La feria GORDA, como iniciativa única centrada en la inclusión y la diversidad corporal, se posiciona como un espacio fundamental para promover una visión más amplia y representativa en el ámbito de la moda. Este enfoque inclusivo la diferencia de otras ferias en el país, pero comparte con ellas el objetivo de potenciar a diseñadores y marcas.

En Colombia, otras ferias relevantes como Colombiamoda, considerada la feria de moda más importante de América Latina, reúne cada año a miles de compradores nacionales e internacionales, ofreciendo una plataforma para la promoción de nuevas tendencias y alianzas comerciales. Igualmente, el Bogotá Fashion Week ha logrado posicionarse como una vitrina internacional que impulsa el talento local y conecta diseñadores emergentes con mercados globales. Por otro lado, la Feria EVA destaca como un shopping festival con un enfoque

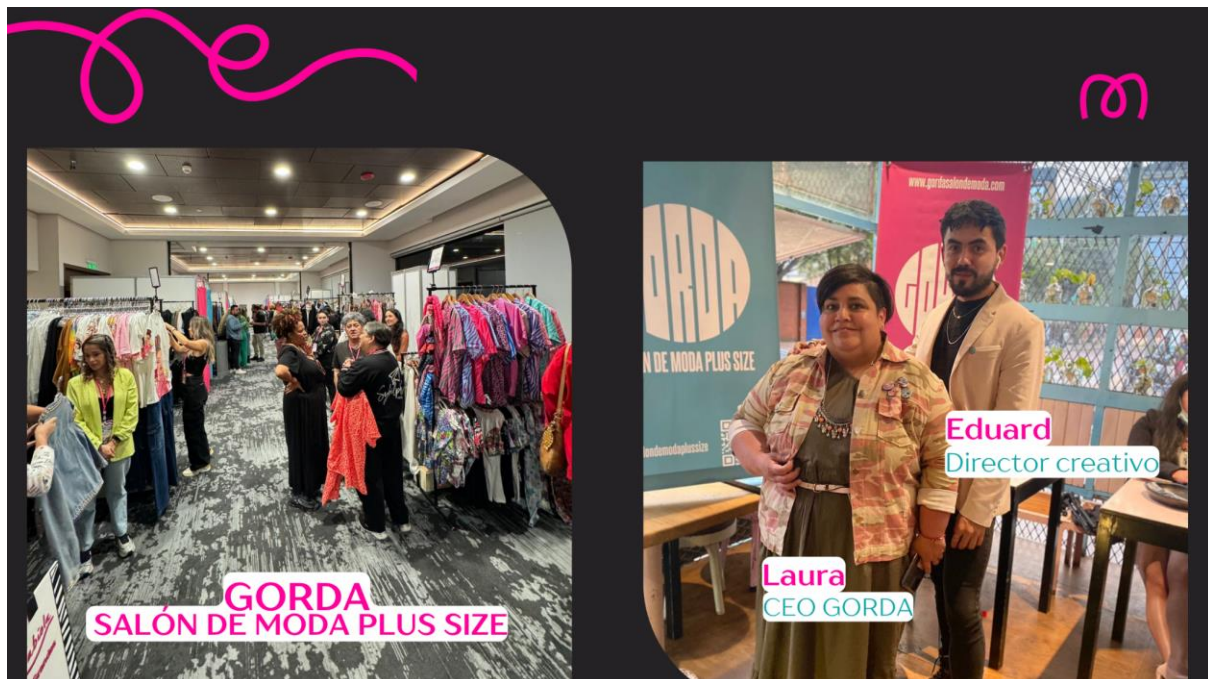
experiencial, donde convergen más de 400 marcas y actividades dirigidas a emprendedores y familias.

Todas estas ferias junto con eventos como Colombiatex y Ixel Moda, contribuyen al dinamismo de una industria que representa un segmento significativo del PIB colombiano. Según ProColombia, Colombiatex ha llegado a atraer a más de 26.000 visitantes y más de 1.800 compradores internacionales, consolidándose como la muestra textil más grande de América Latina (Colombia.com, 2024).

GORDA se distingue en este ecosistema por su misión de romper estigmas y transformar las experiencias de consumo en la moda, alineándose con el propósito de las grandes ferias de consolidar un sector más inclusivo y diverso, que responda a las necesidades y valores de la sociedad actual.

Figura 1:

Feria GORDA Salón de Moda Plus Size y sus creadores Laura Agudelo y Eduard Peña.



Fuente: MOGCHE (2024).

No obstante, como muchas otras microempresas, GORDA enfrenta desafíos significativos en cuanto a la organización y administración de la información que genera, especialmente durante su evento insignia, la feria GORDA. Este evento reúne a marcas 100% colombianas, de las cuales el 95% son lideradas por mujeres emprendedoras. Estas marcas están especializadas en moda exclusiva para tallas grandes, ofreciendo prendas desde la talla 14 hasta la 6XL, y provienen de diversas ciudades del país como Medellín, Bogotá, Manizales y Barranquilla. En la última edición, participaron 19 marcas, consolidándose como un espacio único para la representación y promoción de la diversidad corporal en la industria de la moda.

GORDA es más que un evento comercial; actúa como un puente que conecta a las marcas con las mujeres, generando experiencias transformadoras a través de la moda. Este showroom busca liberar a las asistentes de prejuicios y de las falsas ideas de estandarización de tallas y belleza que históricamente han creado barreras para el amor propio. Según Más Colombia (2024), GORDA logra "transformar a las mujeres para que disfruten vestirse, ser empoderadas y amadas, sin importar la talla". Este enfoque inclusivo refuerza la importancia de contar con una estrategia de transformación digital que permita a la feria adaptarse a las demandas del mercado y optimizar la gestión de datos generados durante sus eventos, asegurando así su sostenibilidad y crecimiento.

En este contexto, surge la necesidad de implementar herramientas de transformación digital y gobernanza de datos que faciliten la recopilación, almacenamiento, análisis y uso efectivo de la información generada en la feria GORDA. Los datos recolectados abarcan información personal como nombres, números de documento, correos electrónicos y ciudades de residencia de los asistentes. Además, se recopilan datos relacionados con la experiencia en el evento, como niveles de satisfacción, preferencias de compra y participación en actividades, información que resulta clave para la evaluación y mejora continua del evento.

Esta información se clasifica en diferentes categorías según su naturaleza: datos sensibles, como aquellos que pueden revelar aspectos sobre la identidad o salud de las personas; datos privados, como los datos de contacto personal (nombres, correos electrónicos, números de documento y ciudades de residencia); y datos semiprivados, relacionados con preferencias de compra y niveles de satisfacción en el evento. Adicionalmente, GORDA recolecta información de las marcas participantes, como el origen de estas, sus ventas, y su impacto en los asistentes. Este tipo de datos resulta esencial para evaluar qué marcas podrían participar en futuras ediciones, asegurando que cumplan con los valores de la feria y sus objetivos de inclusión y calidad.

La correcta gestión de esta información, bajo un marco sólido de gobernanza de datos, es fundamental no sólo para garantizar la privacidad y la seguridad de los asistentes y marcas, sino también para emplear los datos de manera estratégica. Esto permitirá a GORDA mejorar su eficiencia operativa, comprender a profundidad a su audiencia y potenciar su impacto en el mercado. Sin una estructura adecuada de gobernanza de datos, la capacidad de la empresa para identificar tendencias, responder a las expectativas de sus clientes y planificar estratégicamente sus actividades futuras se ve limitada. Esta necesidad se torna especialmente crítica en un sector como el de la moda, donde los rápidos cambios en las preferencias de los consumidores hacen que la capacidad de adaptación sea crucial para mantener la relevancia y competitividad.

Aproximación del Proyecto

La elección de microempresas como GORDA para la implementación de estrategias de gobernanza de datos y transformación digital, responde a una necesidad sentida en el sector de la moda, donde muchas empresas pequeñas carecen de las herramientas y conocimientos necesarios para gestionar eficazmente sus datos. GORDA representa un cliente ideal para MOGCHE, ya que sus necesidades en términos de organización de información y adaptación a

la digitalización son comunes en el mercado de microempresas. Esta elección permite a MOGCHE aplicar su metodología en un contexto donde su impacto es tangible y significativo, contribuyendo a la mejora de la eficiencia y la competitividad de empresas que, de otro modo, podrían quedar rezagadas en un entorno cada vez más digitalizado.

La consultoría ofrecida por MOGCHE no solo busca resolver los problemas puntuales de GORDA, sino también sentar las bases para una cultura de datos que mejore su capacidad de respuesta, adaptación y crecimiento sostenible. La aproximación del proyecto, estructurada en fases y adaptada a las particularidades de cada cliente, permite a MOGCHE ofrecer un servicio ajustado y flexible que se adapta a los cambios y desafíos del negocio, acompañándolo en su camino hacia la transformación digital.

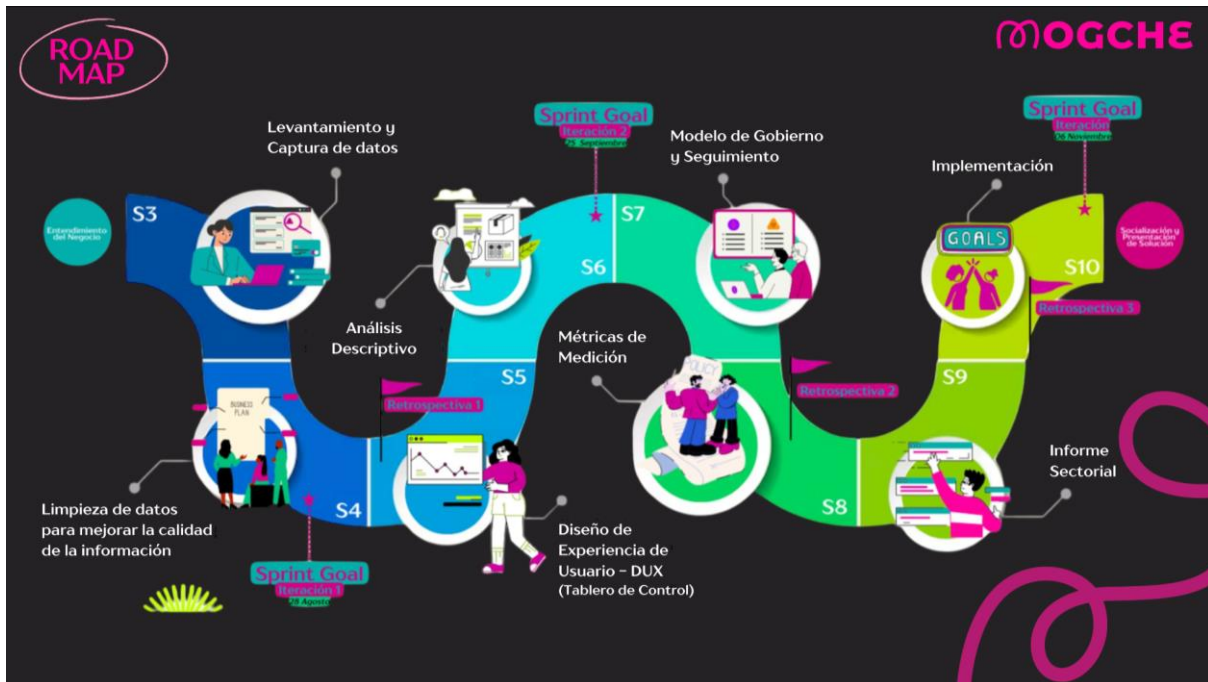
Metodologías y Herramientas Implementadas.

Para garantizar la efectividad de los procesos de transformación digital y la gestión de información en microempresas, MOGCHE estructura sus prácticas en torno a metodologías ágiles y de innovación. Estas metodologías, cuidadosamente adaptadas a las particularidades de cada cliente, incluyen **Scrum**, **Design Thinking** y **Lean Startup**, permitiendo un enfoque iterativo, flexible y centrado en el cliente. La integración de estas herramientas asegura que los proyectos se desarrollen en fases manejables, generando resultados concretos y medibles en plazos cortos. Además, cada metodología permite no solo abordar los retos de manera efectiva, sino también construir una cultura de aprendizaje continuo dentro de la consultoría.

Scrum es una metodología ágil que permite gestionar proyectos de manera iterativa, dividiendo el proceso en fases llamadas sprints, que facilitan el avance progresivo y el ajuste continuo en función de los resultados obtenidos. En el desarrollo de proyectos como el de la feria GORDA, Scrum resultó fundamental para dividir el proceso en ciclos manejables, lo cual permitió al equipo de MOGCHE supervisar y ajustar cada fase en tiempo real, manteniendo siempre la alineación con las prioridades y necesidades específicas del cliente.

En la implementación de **Scrum** en GORDA, la división del proyecto en sprints fue clave para desarrollar incrementos de valor de manera constante. Esta estructura permitió que cada sprint estuviera enfocado en aspectos estratégicos del proyecto, de acuerdo con los comentarios y la retroalimentación del cliente, lo cual ayudó a refinar y ajustar las soluciones en cada iteración. Durante cada sprint, se realizaron sesiones de planificación para establecer objetivos claros y definir el alcance de trabajo, lo que aseguró una dirección enfocada en cada etapa. Además, al finalizar cada sprint, se llevaron a cabo revisiones para evaluar el progreso alcanzado, seguidas de retrospectivas que brindaban la oportunidad de identificar áreas de mejora y fomentar una colaboración más efectiva entre los equipos de MOGCHE y GORDA.

Figura 2:
ROAD MAP Plan de Trabajo de MOGCHE con GORDA.

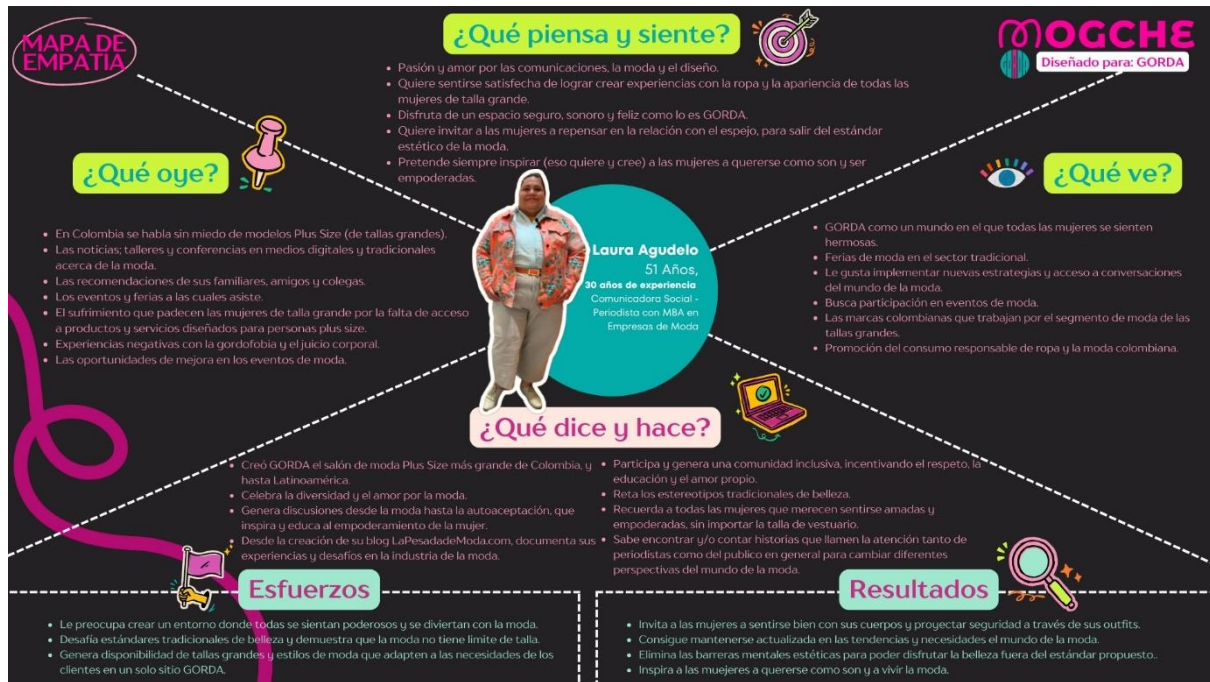


Fuente: MOGCHE (2024).

Este enfoque de supervisión constante y ajuste promovió una cultura de adaptación y mejora continua, beneficiando tanto al equipo de trabajo como al cliente. La flexibilidad de Scrum permitió que MOGCHE respondiera de manera ágil a las necesidades cambiantes de GORDA, ajustando los objetivos y acciones del proyecto según los resultados observados en cada fase. Así, Scrum no solo facilitó la organización y avance del proyecto, sino que también garantizó que cada paso en el proceso estuviera alineado con las metas establecidas, fortaleciendo el compromiso de la consultoría con los requerimientos del cliente y asegurando la entrega de resultados efectivos y oportunos.

Design Thinking fue aplicado en el proyecto con GORDA para profundizar en la comprensión de sus usuarios y el entorno particular de su negocio. Este enfoque centrado en las personas permitió a MOGCHE identificar problemas clave y diseñar soluciones personalizadas que respondieron eficazmente a las necesidades de la empresa. En el caso específico de GORDA, el proceso de Design Thinking se estructuró en cinco fases: empatía, definición, ideación, prototipado y prueba. Durante la fase de empatía, se utilizaron herramientas como el Mapa de Empatía, que ayudaron a captar los sentimientos, preocupaciones y expectativas de los usuarios de GORDA, así como los desafíos que enfrentaban en su experiencia con la empresa.

Figura 3:
Mapa de Empatía. Fuente: MOGCHE

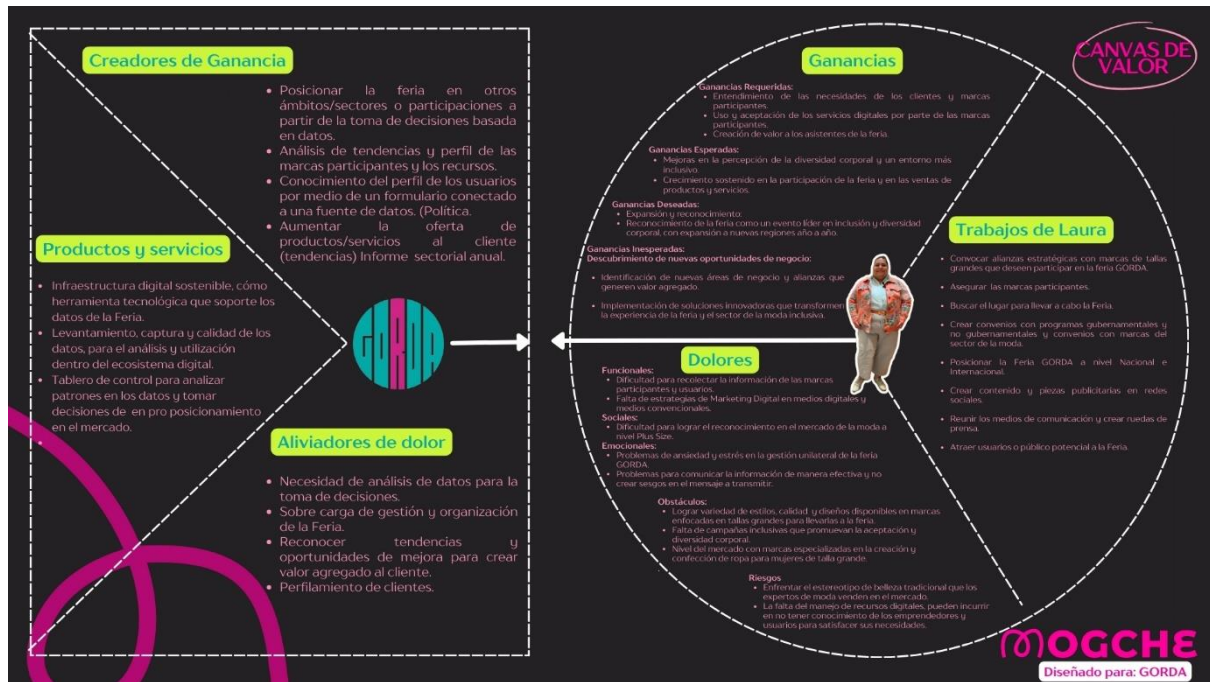


Nota: Mapa de empatía creado para analizar las perspectivas de Laura Agudelo como CEO de GORDA, en el contexto de la Consultoría de MOGCHE. Fuente: MOGCHE (2024).

En la fase de ideación, se llevaron a cabo sesiones de Brainstorming y se utilizó la técnica SCAMPER, lo que facilitó la generación de ideas innovadoras y creativas para resolver los problemas identificados. Estas herramientas ayudaron al equipo a visualizar soluciones innovadoras que abordan tanto los desafíos operativos como la experiencia y satisfacción de los usuarios de GORDA. Posteriormente, se desarrollaron prototipos de baja fidelidad, los cuales fueron sometidos a pruebas de usabilidad para identificar ajustes necesarios antes de proceder a su implementación completa.

Este enfoque de Design Thinking no solo permitió estructurar soluciones centradas en el cliente, sino que también enriqueció el proceso de aprendizaje de MOGCHE como consultoría. La metodología promovió un enfoque empático y colaborativo, que prioriza las necesidades reales del cliente y asegura que las soluciones diseñadas sean relevantes y efectivas. A través de este proceso, MOGCHE fortaleció su capacidad para ofrecer una consultoría adaptable y efectiva, confirmando su compromiso con la creación de valor en contextos diversos y en constante cambio (Ver Anexo A).

Figura 4:
Canvas de Valor.



Nota: Canvas de Valor desarrollado para comprender mejor las expectativas de Laura Agudelo como nuestra cliente principal al ser la CEO de GORDA, con el objetivo que MOGCHE pudiese diseñar una propuesta que resuelva sus principales problemas y maximice sus beneficios. Fuente: MOGCHE (2024).

La metodología **Lean Startup** fue igualmente crucial en el desarrollo de MOGCHE, enfocándose en la creación de productos mínimos viables (MVP, por sus siglas en inglés) que permitieron probar hipótesis de manera rápida y eficiente. En el contexto de microempresas, esta metodología fue esencial para reducir riesgos, ajustando el modelo de negocio de manera ágil y con un uso prudente de recursos. En el proyecto con GORDA, Lean Startup facilitó un ciclo de aprendizaje continuo en el que MOGCHE podía lanzar MVP's, recibir retroalimentación inmediata de los usuarios, y realizar los ajustes necesarios antes de una implementación completa, así mismo validar las ideas de negocio y soluciones expuestas por la consultoría, basándonos en las *Test cards* que permiten sistematizar los experimentos y las *Learning cards* ayudan a sistematizar los aprendizajes (Ver Anexo B). Este enfoque permitió a MOGCHE validar sus hipótesis con agilidad, mejorando así el desarrollo y garantizando que el modelo final respondiera a las verdaderas necesidades del cliente.

Cada una de estas metodologías aporta a la flexibilidad y adaptabilidad del servicio de consultoría que MOGCHE ofrece, permitiendo que la empresa responda eficazmente a los cambios y desafíos que enfrentan las microempresas en su proceso de transformación digital. Las herramientas y técnicas de Scrum, Design Thinking y Lean Startup refuerzan el enfoque

centrado en el cliente y facilitan una toma de decisiones informada y ajustada a la realidad del negocio. Este enfoque no solo asegura que el proyecto evolucione conforme a las expectativas del cliente, sino que también fortalece el aprendizaje de MOGCHE como consultoría, desarrollando un modelo de trabajo que puede adaptarse a diversas industrias y contextos empresariales. Con esta estructura, MOGCHE es capaz de ofrecer un servicio ajustado y flexible que apoya la evolución de cada negocio a medida que sus necesidades cambian, y posiciona a las microempresas en un camino de crecimiento sostenible y transformación digital.

Capítulo 2: Diseño de la Consultoría MOGCHE

Para este capítulo querido lector, conoceremos el diseño y la conceptualización de MOGCHE como consultoría especializada en la transformación digital y gestión de información para microempresas. A lo largo de las siguientes secciones, se detalla el origen de MOGCHE, los valores que sustentan su enfoque de trabajo, y la estructura de su portafolio de servicios. Este capítulo presenta el proceso de creación de una consultoría adaptable y enfocada en las necesidades de empresas como GORDA, donde se establecieron tres grandes hitos en el portafolio de servicios que optimizan la gestión de información. Durante esta fase de diseño, herramientas de Design Thinking fueron claves, permitiendo una comprensión profunda de las necesidades del cliente mediante entrevistas, trabajo de campo y observación directa. Así, se identificaron áreas críticas como la arquitectura de información y la captura de datos, ofreciendo soluciones que transforman tareas manuales en procesos digitalizados y eficientes.

A continuación, se describe la conceptualización de MOGCHE, su estructura, el portafolio de servicios y la organización estratégica de los momentos clave de la consultoría.

Conceptualización de MOGCHE ¿Quiénes somos?

MOGCHE es una consultoría que nace desde una pasión compartida: el amor por la moda, los detalles cuidadosamente hechos y un compromiso genuino con el crecimiento y la sostenibilidad de las pequeñas empresas. El nombre MOGCHE surge de la combinación de los apellidos de sus fundadoras, uniendo las experiencias y conocimientos de quienes lo conforman e inspirándose en sus raíces. Este nombre no solo busca resonar en el mercado, sino que simboliza el compromiso personal y profesional de las fundadoras en acompañar a líderes y lideresas en la toma de decisiones basadas en datos.

Como maestrantes en Gestión Estratégica de la Información e Innovación Digital, MOGCHE combina las Ciencias de la Información y la Ingeniería con empatía y dedicación, ofreciendo un amplio portafolio de servicios orientado a fortalecer las competencias digitales de sus clientes. La consultoría se guía por los valores de transparencia, compromiso y adaptabilidad, brindando un servicio ético y eficaz, siempre alineado con las necesidades particulares de cada cliente y adaptado a los cambios constantes del entorno digital. La misión de MOGCHE es apoyar a las microempresas en su transición hacia la transformación digital y el desarrollo de una gestión estratégica de datos que les permita aprovechar el poder de la

información para tomar decisiones informadas, optimizar sus operaciones y prosperar en un mercado en constante evolución.

MOGCHE se estructura como una consultoría ágil y flexible que combina metodologías de innovación y herramientas tecnológicas para ofrecer soluciones adaptadas a cada cliente. Su propósito es implementar procesos de transformación digital que no solo optimicen la gestión de información, sino que también potencien la competitividad de las microempresas en un entorno en constante evolución. Las competencias clave de MOGCHE incluyen la capacidad de análisis de datos, el dominio de metodologías ágiles, y una profunda comprensión de las necesidades específicas del sector de cada cliente.

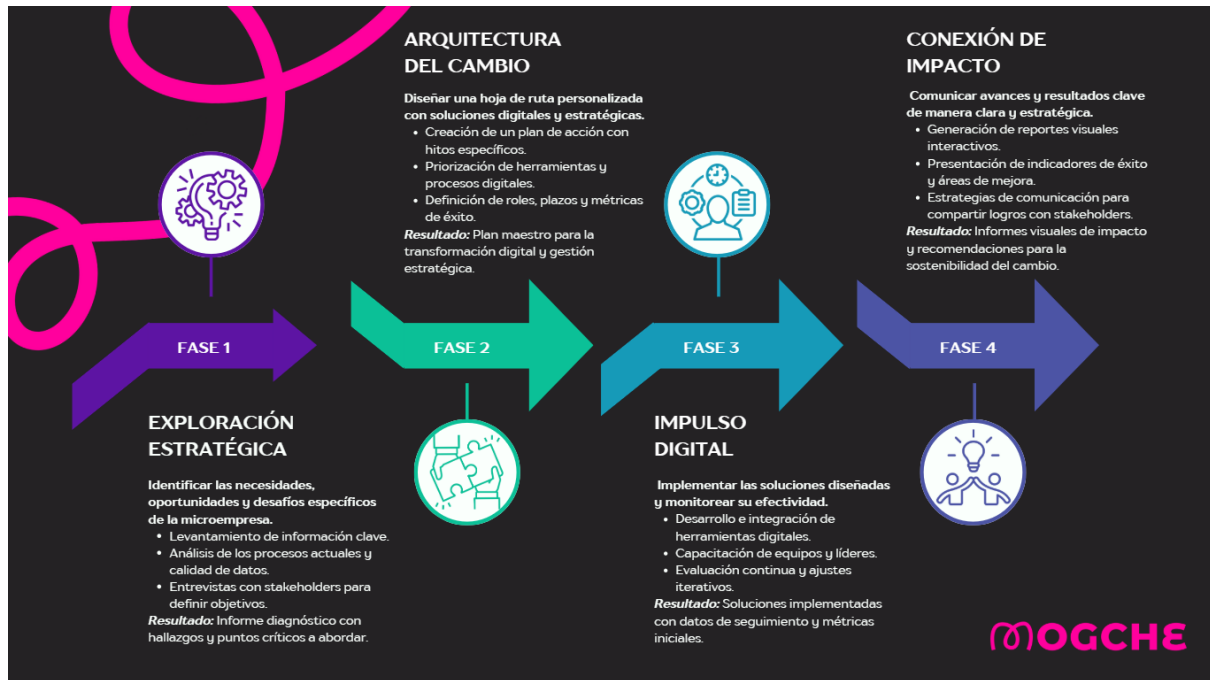
La estructura de trabajo de MOGCHE se basa en una metodología iterativa y centrada en el cliente, lo cual permite evaluar y ajustar cada fase del proyecto en función de los resultados obtenidos y de la retroalimentación proporcionada por el cliente. Este enfoque garantiza que cada solución sea relevante y efectiva, y que la empresa cliente desarrolle capacidades que le permitan continuar creciendo de forma autónoma una vez finalizado el proyecto.

Fases de la consultoría MOGCHE

En MOGCHE, nuestro proceso de consultoría es mucho más que una metodología: es un viaje transformador diseñado para eliminar barreras, empoderar líderes y lideresas, y abrir nuevas posibilidades a través del poder de los datos. Bajo el eslogan “**¡Eliminando barreras, transformando y empoderando a través de los datos!**”, cada una de nuestras cuatro fases combina innovación estratégica con valores esenciales como amor, empatía y compromiso.

Nuestra misión es clara, convertir la información en el motor que impulsa decisiones informadas y cambios significativos. Líderes como Laura Agudelo, de la microempresa GORDA, encuentran en nuestro enfoque las herramientas necesarias para revolucionar sus procesos, maximizar su impacto y conquistar nuevos horizontes. Inspirados por el ADN de la Maestría en Gestión Estratégica de la Información e Innovación Digital, llevamos la transformación más allá de las soluciones técnicas, creando un cambio que conecta con el corazón y transforma el futuro. *¡Juntos, convertimos los desafíos en oportunidades!* A continuación, presentamos el flujo de proceso estructurado que MOGCHE maneja en la consultoría de forma iterativa e incremental en cualquier microempresa:

Figura 5:
Macroproceso de valor - Fases de Consultoría MOGCHE.



Fuente: MOGCHE (2024)

1. Exploración Estratégica (*Diagnóstico*):

En esta fase inicial, MOGCHE realiza un análisis detallado de la situación actual del cliente, identificando los problemas y necesidades específicas de la empresa. Este diagnóstico sirve de base para definir los objetivos y establecer una estrategia de transformación digital que responda a los valores de la consultoría, con un enfoque empático que prioriza la comprensión de las particularidades de cada cliente.

2. Arquitectura del Cambio (*Planificación*):

Basado en los hallazgos del diagnóstico, MOGCHE elabora un plan de acción que incluye las estrategias y recursos necesarios para la implementación del proyecto. La planificación permite estructurar el trabajo en función de las prioridades del cliente, asegurando una ejecución eficiente y guiada por el amor y el compromiso de MOGCHE para brindar un servicio que marque una diferencia significativa.

3. Impulso Digital (*Ejecución y Evaluación*):

Durante la fase de ejecución, se implementan las soluciones diseñadas en las fases anteriores. Además, se realiza un seguimiento continuo para evaluar el avance y el impacto de cada intervención. Esta fase permite hacer ajustes en tiempo real, asegurando que los resultados

sean los esperados y que el cliente esté plenamente satisfecho con el progreso del proyecto. MOGCHE garantiza que el proceso refleje su misión de empoderar a través de los datos y se ajuste a los estándares de la maestría en innovación digital.

4. Conexión de Impacto (*Visualización y Comunicación del Progreso*):

Para mantener informados a los clientes, MOGCHE implementa estrategias de visualización de datos que facilitan la comprensión y el análisis de los avances. Esto permite que el cliente pueda visualizar el impacto de la consultoría en tiempo real y tomar decisiones informadas sobre los próximos pasos del proyecto. Este proceso de comunicación y transparencia, basado en la empatía y el compromiso, refuerza la confianza del cliente en el proceso y asegura que la información generada sea una herramienta poderosa para la toma de decisiones. Cada una de estas fases integra los valores y principios de MOGCHE, haciendo posible una transformación digital que no solo optimiza los procesos, sino que también promueve un ambiente de colaboración y crecimiento, permitiendo a líderes y lideresas superar barreras y fortalecer su capacidad para adaptarse y prosperar en un entorno digital.

MOGCHE estructura cada proyecto en momentos clave, que representan puntos de inflexión donde se evalúan los avances y se realizan ajustes en función de los resultados obtenidos. Este enfoque permite una implementación ágil y adaptativa, maximizando el impacto de cada fase y asegurando que el proyecto avance de acuerdo con los objetivos del cliente. La flexibilidad de MOGCHE para ajustar el ritmo y las prioridades del proyecto en función de las necesidades del cliente es fundamental para ofrecer una consultoría personalizada y centrada en el éxito a largo plazo.

Cada uno de estos momentos está diseñado para lograr un equilibrio entre la velocidad de ejecución y la precisión en la implementación, permitiendo que el cliente obtenga resultados efectivos sin comprometer la calidad del proyecto. Este enfoque en los momentos clave de la consultoría asegura que las microempresas, como GORDA, puedan experimentar una transformación digital sostenible, desarrollando competencias internas que les permitirán mantener y expandir los beneficios obtenidos con la intervención de MOGCHE.

Portafolio de servicios - *¿Qué diseñamos para GORDA?*

En Colombia, las mujeres lideran el 62,5% de las empresas registradas como personas naturales, lo que evidencia su creciente protagonismo en el emprendimiento, incluyendo sectores como las industrias creativas (Confecámaras, 2022). Sin embargo, persisten retos significativos, por ejemplo, en áreas como la publicidad, las mujeres representan el 51% de la fuerza laboral, pero solo el 22% ocupan posiciones directivas, reflejando una marcada brecha de género (Festival El Dorado, s.f.). Aunque las empresas lideradas por mujeres han mostrado un aumento promedio del 34,4% en su productividad, muchas carecen de herramientas digitales y estrategias basadas en datos para maximizar su impacto (Colombia Productiva, s.f.). Este segmento representa un público objetivo estratégico para una consultoría de transformación digital que no solo les facilite soluciones tecnológicas, sino que también empodere a las mujeres

líderes mediante el uso de datos para la toma de decisiones, promoviendo su crecimiento, competitividad y acceso a mercados.

El portafolio de servicios de MOGCHE se distingue por su capacidad de personalización y su enfoque en la vanguardia tecnológica del sector. Al integrar innovación, gestión estratégica de la información y transformación digital, ofrece un conjunto de herramientas digitales adaptables en el tiempo para empoderar a las líderes. Cada solución la diseñamos con flexibilidad, atendiendo las necesidades específicas de microempresas como GORDA y enfocándonos en transformar digitalmente sus procesos de gestión de información. Es importante destacar que la propuesta de MOGCHE se desarrolla en un contexto concreto: la feria GORDA. Este evento se convierte en el punto de partida de la consultoría, facilitando la identificación y resolución de problemáticas específicas relacionadas con la recopilación, almacenamiento y análisis de datos generados antes, durante y después de su realización.

El marco de acción de la consultoría se centra en optimizar las operaciones de la feria, como la gestión de información de los asistentes y las marcas participantes, con miras a escalar posteriormente las soluciones desarrolladas hacia otras áreas de la empresa. Este enfoque permite a MOGCHE maximizar el impacto de sus intervenciones, garantizando que las herramientas y estrategias implementadas no sólo respondan a las necesidades inmediatas del evento, sino que también contribuyan al crecimiento y sostenibilidad de GORDA en su conjunto. Así, la consultoría comienza con la feria como un caso de aplicación específico, pero establece las bases para abordar desafíos más amplios dentro de la empresa u otras PYMES, consolidando su capacidad de adaptación y competitividad en un sector en constante evolución. Este portafolio cuenta con un conjunto de herramientas digitales, las cuales son iterativas y adaptables en el tiempo, así mismo, se dividen en tres grandes hitos de trabajo:

- 1. Mapeo Inteligente de Datos (MID):** En esta fase, MOGCHE identifica y optimiza los métodos de captura de datos de la empresa, reemplazando tareas manuales por soluciones digitalizadas. Para GORDA, esto significó una transición de procesos manuales a un sistema eficiente de captura de datos, asegurando la calidad y precisión de la información recolectada y permitiendo una mejor toma de decisiones.
- 2. Visión Dinámica de Impacto (VDI):** MOGCHE implementó un tablero de control adaptado a las necesidades de la microempresa, proporcionando herramientas de visualización que permiten a los clientes analizar los datos en tiempo real. Este servicio permite a GORDA interpretar la información de sus usuarios y optimizar tanto las operaciones como la experiencia de los asistentes, haciendo un uso estratégico de los datos obtenidos.
- 3. Arquitectura Digital Evolutiva (ADE):** MOGCHE diseña una arquitectura digital escalable que garantiza la sostenibilidad e iteración continua de los sistemas implementados. Este ecosistema digital fue desarrollado pensando en las futuras necesidades de GORDA, asegurando que la empresa pueda adaptarse y evolucionar en un entorno cambiante.

Durante el proceso de diseño de estos servicios, MOGCHE obtuvo valiosos aprendizajes sobre las necesidades del sector y las particularidades de las microempresas. A través de entrevistas y un exhaustivo trabajo de campo, el equipo pudo observar a detalle las necesidades de GORDA en términos de arquitectura de información y captura de datos. Esto permitió ajustar el portafolio de servicios para resolver problemáticas específicas, logrando que GORDA dejará de depender de tareas manuales y optimizará sus procesos de gestión de información. Estos aprendizajes también enriquecen la capacidad de MOGCHE para ofrecer servicios a futuras empresas del sector, perfeccionando su oferta y adaptándola a nuevas exigencias.

Capítulo 3: Caso de Éxito - Consultoría para GORDA

La elección de GORDA como primer cliente de MOGCHE responde a su carácter pionero y a su creciente necesidad de contar con una infraestructura digital que soporte su expansión y gestione de manera eficiente la información generada en sus eventos. GORDA representa una revolución en el sector de la moda colombiana, siendo pionera como salón de moda Plus Size. Fundada por Laura Agudelo (conocida como "La Pesada de Moda") en 2019, GORDA nace como respuesta a una necesidad crítica del mercado: crear espacios inclusivos donde personas plus size puedan acceder a moda de calidad. La marca se ha consolidado como punto de encuentro entre consumidores plus size y marcas especializadas, organizando ferias que no solo funcionan como espacios comerciales sino también como plataformas de visibilización y empoderamiento. Este modelo de negocio único combina comercio, inclusión social y transformación cultural.

Como muchas microempresas del sector moda, GORDA enfrenta el reto de adaptarse a un mercado altamente competitivo que exige capacidad de respuesta y toma de decisiones estratégicas basadas en datos. La falta de una estructura de gobernanza de datos y de herramientas tecnológicas adecuadas limitaba su capacidad para identificar tendencias, comprender las necesidades de su audiencia y optimizar sus operaciones. Este contexto convirtió a GORDA en un caso ideal para aplicar el modelo de consultoría de MOGCHE, donde la transformación digital y la gestión estratégica de la información son ejes centrales.

Aplicación de MOGCHE en GORDA

El proceso de implementación de la consultoría MOGCHE en GORDA se desarrolló en fases organizadas para abordar las necesidades específicas de la empresa y optimizar la gestión de su información. En la **Exploración Estratégica**, MOGCHE realizó un análisis exhaustivo de la situación actual de GORDA, identificando las áreas críticas donde la transformación digital podría tener un mayor impacto (Ver Anexo C). Durante este diagnóstico, se detectó que GORDA dependía de procesos manuales para la captura de datos en sus ferias y que carecía de herramientas para organizar y analizar esta información de forma eficaz. Esta fase permitió definir los objetivos de la consultoría y sentó las bases para la planificación de las intervenciones.



- Evaluación de procesos manuales vs. oportunidades de digitalización
- Identificación de puntos críticos en la experiencia del usuario
- Mapeo de necesidades de información para toma de decisiones
- Evaluación de cumplimiento normativo en protección de datos personales
- Análisis de capacidades tecnológicas actuales
- Identificación de oportunidades de mejora en experiencia de cliente

Al verificar la hoja de ruta personalizada como **Arquitectura del Cambio**, MOGCHE estructuró un plan de acción orientado a implementar un sistema de captura y análisis de datos que facilitara la toma de decisiones informadas. A través de la planificación, se definieron las herramientas y recursos necesarios, y se priorizaron las actividades en función de su impacto potencial en la empresa. Se decidió, además, incorporar metodologías ágiles como Scrum y herramientas de Design Thinking para desarrollar soluciones centradas en el cliente y adaptar las intervenciones a las necesidades particulares de GORDA, estructurando los KPI's y OKR's (Ver Anexo D) como movimientos ganadores en la priorización de la arquitectura:

- Diseño de arquitectura de datos adaptada a necesidades específicas
- Definición de KPI's y métricas de éxito medibles
- Establecimiento de protocolos de seguridad y privacidad robustos
- Desarrollo de plan de implementación por fases
- Creación de cronograma de actividades
- Asignación de recursos y responsabilidades
- Establecimiento de hitos y entregables

Durante la fase del **Impulso Digital**, se implementaron soluciones que transformaron los procesos manuales de GORDA en sistemas digitalizados. Una de las principales intervenciones fue el desarrollo de un sistema de captura de datos en tiempo real, que reemplazó los formularios físicos por encuestas digitales y códigos QR, lo cual facilitó la recopilación y análisis de la información de manera ágil y precisa. Esta transformación no solo mejoró la eficiencia operativa de GORDA, sino que también permitió a la empresa disponer de datos en tiempo real para evaluar el éxito de sus eventos y adaptar su estrategia en función de los resultados obtenidos. Además, MOGCHE implementó un tablero de control personalizado para que GORDA pudiera visualizar y analizar los datos de sus ferias, lo que facilitó la identificación de tendencias y el análisis de la satisfacción de sus usuarios.

- Implementación de soluciones tecnológicas adaptadas
- Desarrollo de formularios digitales y sistemas de captura
- Creación de Dashboards y herramientas de visualización
- Monitoreo continuo de resultados
- Implementación de ajustes y optimizaciones
- Documentación de procesos y mejores prácticas
- Capacitación y transferencia de conocimiento

Finalmente, la fase **Conexión de Impacto** fue clave para mantener informados a los líderes de GORDA sobre el avance del proyecto. A través de herramientas de visualización de



datos, MOGCHE proporcionó informes detallados que permitieron a GORDA monitorear el impacto de las soluciones implementadas y tomar decisiones informadas sobre los siguientes pasos del proyecto. Esta fase también reforzó la transparencia y la confianza en la consultoría, al proporcionar al cliente una visión clara de los beneficios obtenidos a través de la transformación digital.

El proceso de **comunicación estratégica** de MOGCHE se organizó en torno a tres hitos clave, los cuales se conectaron de manera eficiente para asegurar la implementación exitosa de soluciones digitales para GORDA. En la primera fase, ***Mapeo Inteligente de Datos***, se realizaron sesiones de seguimiento regulares que permitieron evaluar el progreso y detectar áreas de mejora, basadas en los hallazgos obtenidos durante la feria 8. Esto facilitó el desarrollo del material de comunicación para los clientes (internos y externos) en la feria 9, asegurando que la información fuera clara y relevante. En la segunda fase, ***Visión Dinámica de Impacto***, se trabajó de manera colaborativa en el **diseño visual y la identidad de marca**, creando elementos gráficos para los formularios digitales en Forms y manteniendo la coherencia con el manual de marca. Además, se desarrolló el Tablero de Control, alineado a las necesidades y expectativas a satisfacer para la transformación digital, lo que permitió una implementación funcional y estética de todas las soluciones digitales. Finalmente, en la fase de ***Arquitectura Digital Evolutiva***, las actividades de comunicación reforzaron la percepción de valor para Laura Agudelo, implementando la metodología Lean para promover la mejora continua a través de **retroalimentación** constante, lo que aseguró la alineación visual y de marca en todas las soluciones digitales implementadas.

El éxito del proyecto fue posible gracias a la comunicación bidireccional y al trabajo colaborativo entre MOGCHE y GORDA, lo que permitió adaptar las soluciones a las necesidades específicas de GORDA y garantizar una identidad de marca coherente en todas las implementaciones digitales.

Análisis de Impacto - Transformación Digital Sostenible: Cómo GORDA revolucionó su mercado con herramientas accesibles

En el apasionante e intenso mundo de la moda colombiana, donde las grandes pasarelas y marcas tradicionales dominan el sector, surgió una iniciativa revolucionaria llamada GORDA. Como antes lo hemos venido mencionando, esta historia no es solo sobre tecnología o datos; es sobre cómo una pequeña empresa, con grandes sueños y recursos limitados, encontró su camino hacia la transformación digital de una manera única y accesible.

Laura Agudelo, al crear espacios inclusivos donde las personas plus size pueden acceder a moda de calidad, innova con GORDA como microempresa, como muchas microempresas colombianas, operaba con un equipo pequeño pero apasionado, donde cada miembro realiza múltiples tareas con recursos económicos limitados. Esta realidad, lejos de ser un obstáculo, se convirtió en el catalizador de una transformación sorprendentemente ingeniosa. La transformación digital de GORDA se fundamentó en un análisis exhaustivo y sistemático de la información, siguiendo las mejores prácticas en gestión de datos y analítica empresarial (Davenport, T. H., 2013). El proceso se desarrolló a través de tres componentes principales del

portafolio de servicios expuesto por MOGCHE, los cuales se pueden manejar dentro de un macroproceso para cada edición de la feria, el cual podrá iterar dentro de una arquitectura digital, creando valor de Digitalización, Competitividad y Mejora Continua, garantizando desde MOGCHE los elementos que permiten el manejo de la operación en cada feria:

1. Mapeo Inteligente de Datos

En esta etapa fundamental, transformamos la manera en que GORDA recopila y gestiona su información más valiosa, capturando la magia de cada momento. Como un sastre que toma medidas precisas para crear la prenda perfecta, nuestro sistema digital captura cada detalle importante del evento con exactitud y elegancia.

- ★ Preparación antes de la edición de la feria, generando actualizaciones en caso de ser requerido y preparación de la infraestructura en la logística del evento de forma estratégica, optimizando la selección y distribución de los expositores para mejorar la experiencia de los asistentes.
- **Capacidades Clave:**
 - Formularios digitales amigables para expositores y visitantes. (Ver Anexo E)
 - Registro instantáneo mediante códigos QR.
 - Protección de datos personales integrada.
- **Impacto y Beneficios:**
 - Reducción del 95% en errores de captura de datos.
 - Eliminación de formularios físicos y doble digitación.
 - Cumplimiento total de normativas de protección de datos, con la creación de las Políticas y Autorización para el tratamiento de datos personales. (Ver Capítulo 3 - Validación de la Transformación Digital, GORDA)
 - Mayor satisfacción de expositores por registro simplificado.
 - Experiencia más profesional para visitantes y marcas.

2. Visión Dinámica de Impacto

Imaginemos tener un espejo mágico que muestra exactamente qué está sucediendo en cada rincón de GORDA en tiempo real, viendo el éxito de cada uno de los días de la feria; esta etapa convierte los datos recopilados en insights accionables, permitiendo tomar decisiones informadas en el momento preciso, actualizando automáticamente el Tablero de Control creado para GORDA (Ver anexo F) con la información capturada por medio de los formularios digitales.

Durante la realización de la edición de la feria se podrá realizar el seguimiento del flujo de visitantes, manejo de formulario de inscripción, autorizaciones de tratamiento de datos y manejo en el sorteo de Loca por las Compras, lo cual puede generar ajustes operativos inmediatos en la logística según necesidades.

- **Capacidades Clave:**
 - Monitor de asistencia y ventas en vivo.
 - Alertas instantáneas sobre el desempeño.
 - Reportes diarios automáticos en Looker Studio.
 - Información clara y fácil de entender.

- **Impacto y Beneficios:**
 - Visibilidad inmediata del desempeño del evento.
 - Capacidad de respuesta proactiva ante situaciones.
 - Optimización de recursos basada en datos reales.
 - Medición precisa del ROI para expositores.
 - Decisiones informadas durante el evento.

3. Arquitectura Digital Evolutiva

Esta etapa final es como construir un guardarropa atemporal, donde creamos una infraestructura tecnológica que no solo sirve para hoy, sino que está diseñada para crecer y evolucionar con GORDA, siendo un cimiento de un legado digital de ahora en adelante.

- ★ Después de la feria en el análisis y aprendizaje de la evaluación detallada del desempeño al poder comparar los resultados con ediciones anteriores. identificando áreas de mejora y permitiendo la retroalimentación estructurada tanto de los asistentes como de las marcas participantes como expositores.

- **Capacidades Clave:**
 - Datos seguros y respaldados.
 - Sistemas que se comunican entre sí.
 - Información histórica para comparar ediciones.
 - Capacidad de expandirse según las necesidades

- **Impacto y Beneficios:**
 - Base de conocimiento histórico para futuras ediciones.
 - Escalabilidad tecnológica para crecimiento.
 - Protección de información valiosa del negocio.
 - Mejor planificación de futuras ediciones.
 - Posicionamiento como feria innovadora en su segmento.

Estas herramientas digitales integradas permiten que GORDA no solo crezca, sino que florezca en la era digital, estableciendo nuevos estándares en la industria de la moda plus size y creando experiencias memorables para todos los participantes, pues la elección de herramientas como Forms, Looker Studio y Sheets de la suite de Google, podría parecer modesta para algunos, pero representó una revolución silenciosa en la operación de GORDA. Como señalan los datos del DANE (2022), el 92.7% de las empresas en Colombia son microempresas, muchas enfrentando desafíos similares a los de GORDA. La belleza de esta

transformación radica en su simplicidad: herramientas familiares y accesibles que, combinadas estratégicamente, crearon un ecosistema digital eficiente y sostenible.

El impacto fue inmediato y significativo, medido desde la consultoría MOGCHE, para GORDA mediante indicadores de éxito que permitieron evaluar el cumplimiento de los objetivos de transformación digital y gobernanza de datos. Entre los logros más destacados, se encuentra la reducción de tareas manuales en un 90%, gracias a la implementación de un sistema de captura de datos digitalizado que facilitó la recopilación y organización de información durante los eventos de GORDA. Esto no solo ahorró tiempo y recursos, sino que también mejoró la precisión y calidad de los datos recolectados, permitiendo que el equipo ahora se enfoque en lo que realmente importa: crear experiencias memorables para sus clientes. Los formularios digitales no solo capturan datos; ahora capturan historias, preferencias y sueños de una comunidad que finalmente se siente vista y valorada. Otro indicador de éxito fue el incremento en la satisfacción de los asistentes, quienes valoraron positivamente la eficiencia y organización de las ferias tras la implementación de las mejoras sugeridas por MOGCHE.

En un sector donde, según Inexmoda (2023), el mercado plus size representa apenas el 8% del mercado de moda colombiano, **GORDA demostró que la innovación no necesita ser compleja para ser poderosa.** La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (2023) reporta que solo el 26% de las microempresas tienen presupuesto para inversiones tecnológicas significativas, lo que hace aún más relevante este caso de éxito. Esta transformación digital no solo cambió la forma en que GORDA operaba, sino que cambió la percepción de lo que es posible lograr con recursos limitados, pero con una visión clara y herramientas adecuadas.

Por último, el Tablero de Control permitió a GORDA analizar el comportamiento de sus usuarios y el rendimiento de sus ferias, facilitando la toma de decisiones estratégicas en tiempo real. Este acceso a información actualizada y relevante incrementó la capacidad de GORDA para adaptarse a las demandas del mercado y optimizar la experiencia de sus usuarios. Los indicadores de éxito reflejan un avance significativo en la capacidad de la feria para gestionar su información y aprovechar el poder de los datos en la toma de decisiones, fortaleciendo su competitividad y su posicionamiento en el sector, haciendo que GORDA sea un testimonio de que la verdadera innovación no siempre requiere tecnologías complejas, sino soluciones adaptadas al contexto y las necesidades reales de cada organización.

Evaluación de Resultados

La evaluación final de la consultoría MOGCHE en GORDA demuestra que se cumplieron los objetivos de transformación digital planteados en la fase de diagnóstico. Las intervenciones realizadas no solo optimizan la gestión de datos y la organización de los eventos, sino que también contribuyeron a la sostenibilidad y crecimiento de GORDA en el mercado. La digitalización de los procesos y el acceso a datos precisos y en tiempo real mejoraron la toma de decisiones estratégicas y permitieron a GORDA anticiparse a las necesidades de su audiencia. Este éxito confirma la eficacia del modelo de MOGCHE y su capacidad para adaptarse a las particularidades de cada cliente, generando soluciones que no solo responden a

problemas inmediatos, sino que también fortalecen las competencias de la empresa para enfrentar desafíos futuros.

GORDA en la gobernanza de datos, tomando decisiones

Los resultados del análisis se pueden clasificar en cuatro dimensiones principales, siguiendo el marco propuesto por McAfee & Brynjolfsson (2012) para la transformación digital basada en datos. Desde MOGCHE, hemos desarrollado e implementado una estrategia de digitalización y análisis de datos para la Feria GORDA 9na Edición, que nos permitió obtener información en tiempo real y generar insights valiosos para la toma de decisiones. A continuación, presentamos los resultados de nuestra intervención:

1. Implementación Digital y Hallazgos Clave:

★ Sistema de Recolección de Datos:

- Forms digitales para asistentes:
 - 708 *inscritos* en el Formulario de Inscripción, donde fueron 558 *asistentes* a la feria, es decir, asistieron el **78,8%** de personas que diligenciaron el formulario de inscripción de forma digital.
 - Únicamente 87 *asistentes* respondieron la Encuesta de Satisfacción, lo que equivale al **15,5%** de la población objetivo, siendo un indicador bajo para lo esperado.
 - 165 *inscritos* en el Formulario Local por las Compras, únicamente el **92,7%** de la población, es decir 153 *inscritos* cumplían con los requisitos y condiciones de los Términos y Condiciones para participar en el concurso,
- Forms específicos para marcas (19 *respuestas validadas*)
- Dashboard interactivo en tiempo real en Looker Studio (Ver Anexo F)

★ Métricas de Rendimiento:

- 738 *Inscritos*, de los cuales 558 asistentes están registrados en la Edición Feria 9.
- 19 marcas participantes activas en la Edición 9 de GORDA.
- **Tasa de fidelización:** 30.9% en Feria 9 de los 87 asistentes que contestaron la Encuesta de satisfacción. En total los 162 asistentes que contestaron la encuesta tanto Feria 8 y Feria 9, la tasa de fidelización está un poco más alta, donde está en un 51,6%.
- **Tasa de retención de marcas:** 75%

★ Indicadores de Consentimiento:

- De los 738 *Inscritos* a la Feria 9, se obtuvo:
 - 703 autorizaciones de Tratamiento de Datos Personales.
 - 664 autorizaciones para fines comerciales.

2. Análisis de Satisfacción Asistentes:

★ Net Promoter Score (NPS):

- 161 Promotores
- 35 Pasivos
- 11 Detractores

NPS calculado: **72%** (77% - 5%)

3. Análisis Financiero:

Los datos reportados representan un snapshot preliminar del desempeño comercial de la Feria 9, basado en la información suministrada por todas las 19 marcas participantes al cierre del evento, se destaca:

★ Ventas Destacadas:

En la Feria 9, el **Top 3 de marcas** concentró aproximadamente el **36%** del total de ventas reportadas, siendo la venta promedio por marca fue de \$12.842.105 COP, las tres marcas líderes superaron significativamente este promedio, teniendo unos resultados de:

- Top 1: \$33.200.000 COP
- Top 2: \$29.000.000 COP
- Top 3: \$25.000.000 COP

■ **Total, Ventas Reportadas: \$244.000.000 COP**

★ Consideraciones importantes:

- Los valores reportados son estimaciones preliminares al cierre de la Feria 9, es decir que el reporte se basa en declaraciones de las marcas sin verificación de flujo de caja.
- No incluye ventas post-feria o pedidos pendientes.
- Las cifras podrían variar una vez se realice el cierre contable definitivo.

4. Recomendaciones Estratégicas MOGCHE:

La evolución digital de GORDA representa una oportunidad única para potenciar su impacto en el mercado de moda plus size, estableciendo una hoja de ruta que integra tecnología, experiencia del usuario y expansión comercial. Es por esto por lo que la transformación digital y el crecimiento estratégico de la feria, debe estar marcado por estrategias, oportunidades y mejora y próximos pasos clave para la gobernanza y uso adecuado de la información recolectada, donde en cada etapa y de acuerdo con la evolución que puede tener GORDA se puede contemplar:

★ **Corto Plazo (Próxima Edición): Digitalización de la experiencia inmediata**

La prioridad inmediata es fortalecer la infraestructura digital básica para optimizar la experiencia del cliente y la gestión del evento.

Etapa: *Antes del evento:*

- Implementación de un sistema integrado de inscripción y pagos digitales.
- Reactivación y actualización de la página web como centro de operaciones central de información.
- Despliegue de señalización digital con códigos QR para encuestas y participación en sorteos.
- Establecimiento de puntos múltiples de recolección de feedback en tiempo real.

Estos cambios permitirán mejorar significativamente la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente, respondiendo a las necesidades expresadas en las encuestas donde el **45%** de asistentes mencionó la necesidad de mejoras en el espacio físico.

★ **Mediano Plazo (6 - 12 meses): Consolidación digital y fidelización**

El enfoque de estas estrategias debe centrarse en la adecuación de la experiencia y evaluación de los niveles de satisfacción tanto de los asistentes como de las marcas participantes,

Etapa: *Durante el evento:*

- Desarrollo de un Marketplace digital permanente que complemente la experiencia física.
- Implementación de un programa de fidelización basado en datos y comportamiento digital.
- Optimización de flujos de visitantes mediante análisis de datos.
- Fortalecimiento de la presencia en redes sociales con contenido personalizado.

Esta fase aprovechará los datos recolectados para crear experiencias más personalizadas y mantener el Engagement entre ediciones de la feria en cada feria realizada.

★ **Largo Plazo (12 - 24 meses): Expansión y omnicanalidad**

Al contemplar la consolidación en un tiempo para adopción de las herramientas digitales dispuestas por MOGCHE, se puede trascender cada uno de los pilares fundamentales para la implementación, donde se puede llegar a implementar un modelo híbrido de comercialización basándose en experiencias personalizadas así decisiones estratégicas variadas en la información precisa del comportamiento del mercado.

Etapa: *Posterior al evento - Ediciones futuras:*

- Expansión regional controlada basada en análisis de datos.
- Implementación de un modelo híbrido de comercialización.
- Establecimiento de un centro de experiencia permanente.
- Desarrollo de analítica avanzada predictiva.

MOGCHE visualiza el potencial de la analítica avanzada para GORDA, donde la acumulación de datos a través de múltiples ediciones, GORDA podrá implementar modelos de clustering para:

- Identificar patrones de compra y preferencias de clientes.
- Optimizar la mezcla de marcas participantes.
- Predecir tendencias de ventas.
- Personalizar la experiencia de compra.
- Crear recomendaciones automáticas basadas en comportamiento.

La integración de estos datos con otras empresas del sector permitirá crear un ecosistema digital robusto que beneficie tanto a compradores como a vendedores. Así mismo, se recomiendan algunos indicadores KPI's según los resultados de las encuestas realizadas y el potencial de crecimiento realista del mercado, se pueden dividir en:

- **KPI's Asistentes:**
 - Incremento en NPS a 80% al comprender el mercado.
 - Tasa de satisfacción general, mantener por encima del 95%.
 - Reducir el tiempo en la fila de 25 a 15 minutos promedio.
 - Mantener la calificación de variedad de productos superior a 4.65/5.0
 - Aumento de conversión a 85%, entre asistentes vs inscritos.
- **KPI's Marcas:**
 - Incrementar de 67% a 80% de marcas en el cumplimiento de objetivos de venta.
 - Tasa de ocupación de stands, manteniéndolas al 100%.
 - Incremento del 20% vs edición anterior en el ticket promedio por marca.
 - Aumentar la tasa de retención de marcas de 75% a 90%
 - Mantener calificación superior a 4.8/5.0 en los niveles de satisfacción de marcas participantes.
 - Nuevas marcas por edición, siendo el 20% del total de expositores.
- **KPI's generales de GORDA:**
 - Aumentar el uso de medios de pago digitales 45% a 65%.
 - Incrementar de 15% a 50% la tasa de respuesta a encuestas digitales.
 - Aumentar la interacción 25% mensual, generando mayor engagement en redes sociales al menos 2 meses antes de realizar la feria.
 - Lograr que el 50% de asistentes utilicen los códigos QR.
 - Incremento del 20% de asistentes vs edición anterior.

- Crear alternativas en la expansión de espacio, al menos en un 30% más metros cuadrados.

La transformación digital de GORDA no solo mejorará la experiencia inmediata de la feria, sino que sentará las bases para un crecimiento sostenible y data-driven. Al implementar estas estrategias en fases, GORDA podrá evolucionar de ser un evento periódico para convertirse en un ecosistema completo de moda plus size, impulsado por tecnología y centrado en el cliente.

Este enfoque integral asegurará que GORDA mantenga su posición de liderazgo en el mercado, mientras construye una plataforma escalable y tecnológicamente avanzada para el futuro del comercio de moda plus size.

Validación de Transformación Digital GORDA

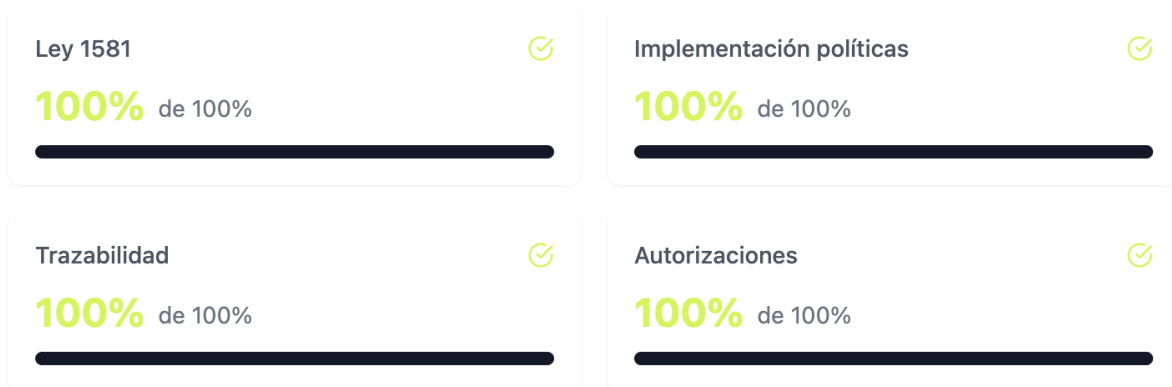
En resumen, la evaluación de resultados representa la primera fase de digitalización y análisis. Recomendamos continuar con la siguiente fase de implementación para maximizar el potencial identificado, por lo cual al evaluar el valor agregado de la transformación digital en la Feria 9 de GORDA, se evaluó siguiendo el marco COBIT para gobierno de TI (ISACA, 2019), considerando tres dimensiones y/o hitos principales según cada uno de los OKR's y/o métricas de éxito (Ver Anexo D) planteados en la fase 2 de la consultoría "Arquitectura del cambio":

1. Mapeo Inteligente de Datos (MID):

En primer lugar, en cuanto a la **actualización y validación de la documentación legal**, se ha logrado cumplir con los estándares establecidos para asegurar el cumplimiento de la normativa sobre el tratamiento de datos personales. Este proceso ha implicado la revisión exhaustiva de la documentación existente, así como la integración de los requisitos legales más recientes, los cuales se pueden visualizar a nivel de resultados cualitativos y cuantitativos en el DASHBOARD creado para GORDA (Ver Anexo G), así mismo contando con el instructivo de la información y mapeo de datos (Ver Anexo H), garantizando que la organización se encuentra alineada con las regulaciones vigentes en materia de protección de datos.

Figura 6:

Resultados de indicadores de Cumplimiento y Gobernanza - Marco Regulatorio



Fuente: MOGCHE (2024).

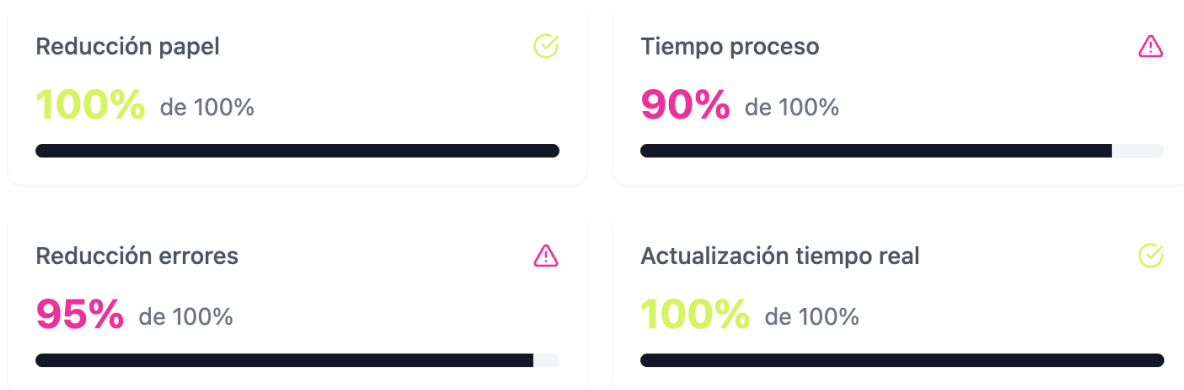
Se han logrado importantes avances en el cumplimiento normativo y la protección de datos, destacando un 100% de cumplimiento con la Ley 1581 de 2012 y la implementación completa de políticas de tratamiento de datos, junto con un sistema de trazabilidad totalmente funcional. Entre las fortalezas clave, la gestión integral de autorizaciones refleja un compromiso robusto con la protección de datos, mientras que los sistemas de backup y seguridad implementados aseguran una base sólida para la continuidad del negocio. Estos logros refuerzan la infraestructura de gestión de datos y la protección de la información en la organización.

Por otro lado, respecto a la implementación de la **metodología de recolección de datos**, hemos ejecutado de manera exitosa la estrategia diseñada para obtener información precisa y eficiente de los asistentes y marcas participantes en la feria. El proceso de recolección se ha optimizado, permitiendo un flujo de datos claro y organizado que facilita la toma de decisiones informadas para futuras ediciones del evento. A través de estas acciones, hemos cumplido con los objetivos planteados, contribuyendo al fortalecimiento de los procesos internos y la mejora continua de las operaciones de GORDA.

2. Visión Dinámica del Impacto (VDI):

Se ha completado con éxito el **desarrollo del tablero visual**, una herramienta estratégica clave que facilita la toma de decisiones informadas al proporcionar una visión clara y comprensible de los datos recopilados durante la feria. Este tablero no solo organiza la información de manera efectiva, sino que también permite monitorear indicadores clave en tiempo real, lo que optimiza la capacidad de respuesta ante cualquier eventualidad.

Figura 7:
Resultados de indicadores de Eficiencia Operacional - Automatización de procesos

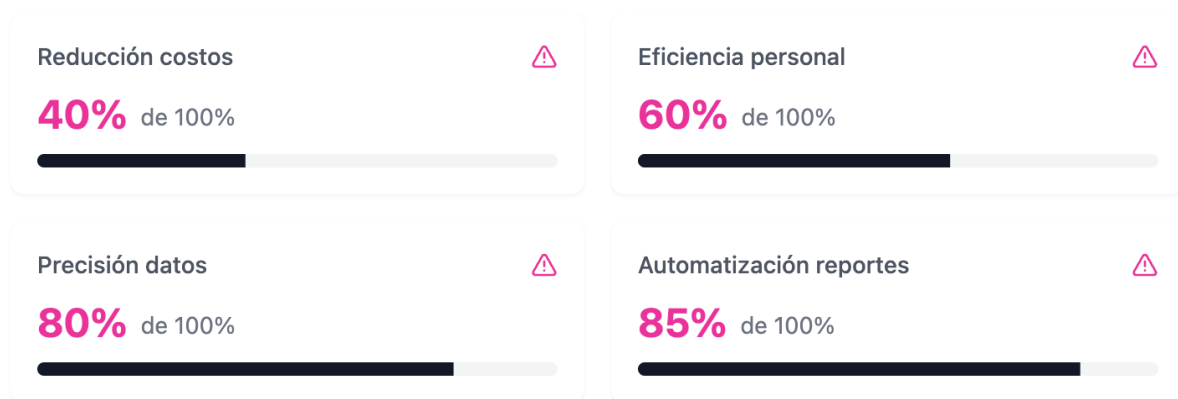


Fuente: MOGCHE (2024).

Se puede observar que se han tenido avances muy significativos en la transformación digital de GORDA. Se alcanzó una eliminación total de formularios físicos (100%), lo que marcó una transición completa a la era digital. Esto, a su vez, resultó en una reducción del 90% en el tiempo de procesamiento, lo que refleja una mejora sustancial en la velocidad operativa. Además, la disminución del 95% en errores de captura valida la efectividad de los sistemas digitales implementados, asegurando una mayor precisión en los datos. Sin embargo, identificamos algunas oportunidades de mejora, como la posibilidad de optimizar el 10% restante en tiempo de procesamiento mediante automatizaciones adicionales, así como implementar validaciones automáticas para reducir aún más los errores y acercarnos al 100% de eficiencia.

Adicionalmente, se ha logrado cumplir con el objetivo de **capacitar al equipo en el uso efectivo del tablero y herramientas digitales**, implementando un programa de formación integral para el equipo de GORDA y otros stakeholders relevantes, asegurando que todos los usuarios estén equipados con los conocimientos necesarios para aprovechar al máximo las funcionalidades del tablero en su día a día. Sin embargo, debemos reforzar las capacitaciones del manejo e incentivo del uso de las nuevas herramientas tecnológicas para captura de la información que es el insumo de dicho tablero, ya que la capacitación ha sido esencial para maximizar el valor de la herramienta y garantizar que el equipo pueda tomar decisiones estratégicas basadas en datos precisos y actualizados. En conjunto, estos resultados refuerzan el compromiso con la mejora continua y el fortalecimiento de los procesos internos de la organización.

Figura 8:
Resultados de indicadores de Eficiencia Operacional - Optimización de Recursos



Fuente: MOGCHE (2024).

En este mismo frente de trabajo, se alcanzó una reducción del 40% en costos operativos y un incremento del 80% en la precisión de los datos, con un 85% de los reportes automatizados. Sin embargo, hay áreas de mejora para reducir aún más los errores con validaciones automáticas, y aumentar la eficiencia del personal y la automatización de un 15% de los reportes.

3. Arquitectura Digital Evolutiva (ADE):

Ante todo, hemos implementado un sistema escalable y seguro de validación y limpieza de datos, asegurando la **calidad y consistencia de la información** a lo largo del tiempo, el cual se puede verificar en su completitud en el Diagrama de Arquitectura creado de GORDA (Ver Anexo I). Esto se complementa con una capacitación al personal en prácticas de recolección y manejo de datos, alineada con los estándares evolutivos de la organización.

En segundo lugar, hemos establecido un **marco robusto de gobernanza de datos**, desarrollando y documentando políticas claras sobre gestión de datos y consentimiento, que aseguran el cumplimiento normativo y la sostenibilidad a largo plazo. Estos avances refuerzan la arquitectura digital de GORDA, permitiendo una gestión de datos eficiente y adaptable a medida que la organización sigue evolucionando.

Es por ello, que a GORDA se crean los siguientes documentos:



- Aviso de Privacidad para el Tratamiento de Datos Personales.
- Políticas y Procedimientos para el Tratamiento y Protección de Datos Personales.
- Autorización para el Tratamiento de Datos Personales.
- Términos y Condiciones Locas por las Compras - GORDA#9.

Nota: Consulta la documentación en el código QR

Figura 9:

Resultados de indicadores Impacto en el negocio en general.



Fuente: MOGCHE (2024).

Desde el enfoque de Arquitectura Digital Evolutiva, los resultados muestran un impacto positivo en el negocio, con un incremento del 45% en ventas y un crecimiento del 40% en la base de datos, lo que refleja una expansión sólida. Sin embargo, la tasa de satisfacción del 16% y la retención del 50% indican áreas críticas de mejora, especialmente en la fidelización y la experiencia del cliente. Entre las fortalezas, destacan el cumplimiento regulatorio, la alta efectividad en la automatización de procesos y una significativa reducción de error. Sin embargo, en las áreas de oportunidad se identifica la necesidad de mejorar la satisfacción del cliente tanto interno como externo, optimizar la eficiencia del personal y reducir aún más los costos operativos.

La transformación digital de GORDA ha establecido un nuevo estándar en la industria de eventos de moda, demostrando cómo la gestión estratégica de datos puede impulsar no solo la eficiencia operativa sino también la innovación y el crecimiento sostenible (Porter & Heppelmann, 2014). Este análisis detallado demuestra el impacto significativo de la consultoría MOGCHE en la transformación digital de GORDA, estableciendo bases sólidas para su crecimiento sostenible y mejora continua. Los resultados evidencian no solo el éxito técnico de la implementación, sino también el impacto positivo en la experiencia de todos los stakeholders

involucrados, posicionando a GORDA como referente en la industria de la moda inclusiva en Colombia, donde al implementar un programa para mejorar la experiencia del cliente, desarrollar un plan de capacitación robusto para el personal, explorar más oportunidades de automatización y establecer un programa de fidelización para mejorar la retención, se pueden lograr las metas deseables en el tiempo.

La sostenibilidad del modelo se garantiza mediante una documentación exhaustiva, capacitación continua, ciclos de mejora constante y una sólida gestión del conocimiento, asegurando que GORDA pueda mantener y expandir los beneficios obtenidos a largo plazo.

Capítulo 4: Conclusiones MOGCHE caso de éxito GORDA

Te agradecemos profundamente querido lector por acompañarnos en este recorrido hacia la transformación digital y la gestión estratégica de la información. Este último capítulo sintetiza no solo los logros alcanzados con GORDA, sino también el potencial de las consultorías como MOGCHE para generar cambios significativos y sostenibles en cualquier organización. Te invitamos a empoderarte a través de los datos, permitiendo que decisiones sólidas, basadas en información confiable, impulsen tu camino hacia la innovación. Nuestra experiencia demuestra que el diseño estratégico de procesos digitales no solo mejora la eficiencia operativa, sino que transforma la experiencia del usuario, haciéndola más positiva y significativa.

Las innovaciones que hoy implementamos son el cimiento del conocimiento que construye el futuro. Conservar y evolucionar con estas herramientas en el tiempo es clave para mantener el impacto positivo en las operaciones, los clientes y la sostenibilidad de las empresas. Estamos aquí para acompañarte en cada paso de esta emocionante travesía hacia el cambio.

Conclusiones - Transformación Digital con Propósito

La historia de GORDA va más allá de una simple implementación tecnológica o transformación digital de una microempresa, es un testimonio de cómo la gestión estratégica de la información puede transformar vidas mientras revolucionamos el mercado y una industria. Los números son impresionantes: 558 historias de inclusión, 19 marcas comprometidas con la diversidad, y \$244 millones COP que validan que la moda plus size no es una tendencia, sino una realidad necesaria y próspera. La transformación digital liderada por MOGCHE estableció un ecosistema donde cada dato cuenta una historia de empoderamiento. El DASHBOARD desarrollado no solo capturó métricas, sino capturó momentos de cambio, reflejados en un NPS del 72% y una satisfacción de 4.6/5. Los 703 registros de consentimiento de datos y 664 autorizaciones comerciales no son solo números, son votos de confianza en un futuro más inclusivo de alrededor de 738 inscritos de forma digital.

La Gestión Estratégica de la Información, nos permitió descubrir el corazón de nuestra comunidad: Mujeres valientes (93.8% de asistentes) que encuentran en GORDA no sólo ropa, sino validación y celebración de su identidad. La preferencia por los canales digitales (44.7%

a través de redes sociales) demuestra que la tecnología, cuando se implementa con propósito, acerca en lugar de distanciar. El éxito comercial de marcas como Top 1 (\$33.2M), Top 2 (\$29M) y Top 3 (\$25M) no solo representa ventas, representan sueños materializados de emprendedoras que apostaron por la inclusión. La tasa de retención del 75% de las marcas no es solo un indicador de satisfacción, es un compromiso con un movimiento de cambio que lidera GORDA.

La arquitectura digital implementada va más allá de la eficiencia operativa, pues construye puentes entre la tecnología y la humanidad. Cada interacción digital, cada dato recolectado, cada análisis realizado tiene un propósito: Hacer de la moda un espacio verdaderamente inclusivo. La tasa de fidelización del 51.6% entre la Feria 8 y Feria 9, no solo habla de clientes satisfechos, habla de una comunidad que encontró en una feria de dos días, su hogar; haciendo relevancia a la sostenibilidad del modelo implementado, por lo que nos recuerda que la verdadera innovación digital no se trata solo de tecnología, se trata de personas. Cada mejora propuesta, desde sistemas de inscripción digital hasta el Marketplace permanente, está diseñada no sólo para optimizar procesos, sino para hacer la inclusión más accesible, más humana e impactante.

Este proyecto ágil de maestría demuestra que la gestión estratégica de la información e innovación digital, cuando se combina con un propósito social claro, puede transformar industrias enteras. GORDA no es solo un caso de éxito en transformación digital, es un movimiento potenciado por la tecnología, pero impulsado por el corazón y el empoderamiento.

Mirando hacia el futuro, GORDA no es solo un proyecto exitoso de gestión de información, es el comienzo de una revolución en la moda plus size en Colombia, y porque no del mundo entero, donde la tecnología sirve como herramienta para crear espacios más diversos, accesibles y amorosos. No estamos solo transformando datos, estamos transformando vidas, una talla a la vez.

Este no es el final de un proyecto académico o una consultoría, es el comienzo de un nuevo capítulo donde **“¡Eliminando barreras, transformando y empoderando a través de los datos!”** con la ayuda de la Gestión Estratégica de la Información e Innovación Digital se convierte en catalizador del cambio social, siendo **MOGCHE** la muestra que **cuando la tecnología se implementa con propósito y corazón, el impacto trasciende las métricas y toca vidas reales.**

Recomendaciones

"El Futuro Digital de GORDA: Un Camino hacia la Innovación y el Impacto Social"

El éxito de GORDA como pionera en el mercado de moda plus size ha demostrado el poder transformador de combinar propósito social con innovación digital. Mirando hacia el futuro, la consultoría MOGCHE ha trazado un camino estratégico que permitirá a GORDA no solo mantener su liderazgo, sino también ampliar significativamente su impacto.

El informe sectorial desarrollado por MOGCHE a partir de los datos recopilados en la novena edición de GORDA Salón de Moda Plus Size representa un hito fundamental para comprender las dinámicas actuales del mercado de moda inclusiva en Colombia. El análisis exhaustivo de las encuestas realizadas a visitantes y marcas participantes (Ver Anexo G) ha revelado insights valiosos sobre el comportamiento del consumidor, preferencias de compra y oportunidades de mercado. Los resultados demuestran una base de clientes comprometida y una excelente tasa de conversión en ventas durante el evento, validando el modelo de negocio y el potencial de crecimiento, el análisis cualitativo evidencia un alto nivel de satisfacción tanto de expositores como visitantes, con un Net Promoter Score (NPS) sobresaliente que confirma la lealtad de la comunidad hacia el evento. Sin embargo, también se identificaron oportunidades de mejora críticas, principalmente en la necesidad de un espacio más amplio, mayor diversidad de marcas participantes y la implementación de una estrategia omnicanal que permita mantener el engagement con la comunidad entre ediciones, pues este diagnóstico comprensivo proporciona una base sólida para la toma de decisiones estratégicas que impulsarán el crecimiento y la evolución del evento.

La expansión geográfica será uno de los mayores retos, aprovechando la robusta infraestructura digital ya implementada. Nos podríamos imaginar ferias GORDA en diferentes ciudades, conectadas a través de un Marketplace digital que permita a las marcas y consumidores interactuar más allá de los eventos físicos. Este crecimiento irá acompañado de un innovador programa de fidelización basado en datos, que permitirá entender mejor las necesidades y preferencias de cada cliente.

La **innovación tecnológica** jugará un papel fundamental en esta evolución. Al mantener ciclos regulares de actualización y explorar tecnologías emergentes como la inteligencia artificial y la realidad aumentada, GORDA podrá ofrecer experiencias cada vez más personalizadas y envolventes. Imagina probadores virtuales que permitan a los clientes visualizar prendas antes de comprarlas, o sistemas predictivos que anticipen tendencias de moda plus size en el mercado colombiano.

El corazón de GORDA, su comunidad, se fortalecerá a través de una plataforma digital dedicada, donde los miembros podrán conectarse, compartir experiencias y acceder a contenido educativo sobre inclusión y diversidad. Los embajadores de marca se convertirán en voces auténticas que amplifican el mensaje de empoderamiento y aceptación corporal que GORDA representa.

Para asegurar la **sostenibilidad** de este crecimiento, se implementará un robusto **sistema de gestión del conocimiento**. A través de programas formales de capacitación y una biblioteca digital de recursos, cada nuevo aprendizaje y mejor práctica se convertirá en un activo valioso para la organización. Este conocimiento se complementará con un sistema integral de medición y optimización, donde KPI's específicos permitirán evaluar tanto el impacto comercial como el social de cada iniciativa.

La **protección y seguridad de los datos** seguirá siendo una prioridad absoluta. Mediante auditorías regulares y protocolos actualizados, GORDA mantendrá la confianza de

su comunidad, asegurando que cada interacción digital sea segura y cumpla con los más altos estándares normativos.

La **experiencia del usuario** será el eje central de todas estas innovaciones. Las interfaces digitales se optimizarán continuamente, adaptándose a diferentes segmentos de usuarios y creando una experiencia omnicanal fluida que integre perfectamente los mundos físico y digital.

Este camino hacia el futuro no es solo sobre tecnología y datos; es sobre crear un espacio donde la moda plus size sea celebrada, donde la diversidad sea la norma y no la excepción, y donde cada persona pueda sentirse representada y valorada. GORDA está escribiendo un nuevo capítulo en la historia de la moda inclusiva en Colombia, y con estas recomendaciones estratégicas, está preparada para amplificar su impacto y transformar más vidas a través de la innovación digital y el compromiso social.

La **visión** es clara: un futuro donde GORDA no sea solo una feria de moda, sino un movimiento digital que empodere, eduque y conecte a la comunidad plus size, respaldado por tecnología de vanguardia y un compromiso inquebrantable con la inclusión y la diversidad. Este es el próximo capítulo en la historia de GORDA, y promete ser tan revolucionario como inspirador.

Estas recomendaciones buscan asegurar que GORDA: Mantenga su liderazgo en el mercado y continúe su crecimiento sostenible, Maximice su impacto social, Fortalezca su infraestructura digital y Mejore continuamente su propuesta de valor.

Lecciones Aprendidas y Mejoras Futuras

La experiencia de MOGCHE con GORDA dejó lecciones valiosas que enriquecen el modelo de consultoría y orientan futuros proyectos. Uno de los principales aprendizajes fue la importancia de la personalización de las herramientas y estrategias para adaptarse a las necesidades únicas de cada cliente. La aplicación de Design Thinking y la realización de entrevistas y trabajo de campo permitieron a MOGCHE comprender en profundidad el contexto de GORDA, lo que fue clave para desarrollar soluciones relevantes y efectivas. Este enfoque empático y centrado en el cliente se consolidó como un pilar fundamental para garantizar el éxito de la consultoría.

Asimismo, la experiencia reveló oportunidades de mejora en el proceso de comunicación y retroalimentación con el cliente. MOGCHE identificó la importancia de mantener una comunicación constante y de proporcionar informes visuales que faciliten la comprensión y análisis de los avances del proyecto. Este enfoque no solo aumenta la transparencia y la confianza, sino que también empodera a los líderes del cliente para que tomen decisiones informadas.

1. Sostenibilidad

- Mantener el enfoque en triple impacto: social, ambiental y económico.

- Desarrollar métricas de sostenibilidad.
- Implementar prácticas eco-amigables en eventos.

2. Colaboración

- Fortalecer alianzas con marcas y diseñadores.
- Desarrollar programas de mentoría para emprendedores.
- Crear red de apoyo para comunidad plus size.

3. Innovación Social

- Ampliar impacto más allá del comercio.
- Desarrollar programas educativos y formativos de moda inclusiva.
- Fomentar investigación en moda inclusiva.

4. Competitividad

- Mantener ventaja competitiva mediante innovación continua.
- Desarrollar una propuesta de valor única.
- Fortalecer posicionamiento de marca.

La implementación exitosa de estas recomendaciones requiere compromiso continuo con la innovación, inversión en desarrollo tecnológico, enfoque en la experiencia del usuario, mantenimiento de la misión social y adaptabilidad al cambio. El caso GORDA- MOGCHE demuestra que la transformación digital, cuando se implementa estratégicamente, puede potenciar tanto el éxito comercial como el impacto social, creando un modelo de negocio sostenible y escalable que beneficia a todos los stakeholders involucrados.

La arquitectura de datos avanzada que proponemos para GORDA no es simplemente una actualización tecnológica; es la construcción de un hogar digital donde cada dato encuentra su lugar y propósito. En el corazón de esta transformación digital, la analítica avanzada como un conjunto de herramientas que no sólo predicen comportamientos, sino que interpretan deseos y necesidades. La implementación de modelos predictivos se pueden convertir en lectores empáticos de las tendencias de los asistentes a la feria, mientras el análisis de sentimiento actúa como un termómetro emocional de la comunidad, el Tablero de Control se puede volver cada vez más dinámico, creando una ventana personalizada al alma de GORDA, permitiendo que cada usuario sea un cliente, marca participante o un aliado de la feria encuentre exactamente lo que necesita en el momento preciso.

La integración con aliados podría representar la construcción de puentes digitales que conectan diferentes islas de innovación. La página web creada para GORDA y que actualmente está abajo, podría ser ese punto de encuentro donde marcas y proveedores convergen para crear experiencias extraordinarias. En este universo de datos, la seguridad no es una característica adicional; es el fundamento sobre el cual se construye la confianza. Los sistemas de gestión de consentimientos y autorizaciones de tratamiento de datos personales, derechos patrimoniales y fines comerciales deben permanecer actualizados en el tiempo, donde se mantenga salvaguardar la información de los usuarios, y expuestas las políticas al público, estas que

también se evidencia en el levantamiento de la información en los formularios digitales de inscripción. Las auditorías automatizadas mantienen una vigilancia constante, asegurando que cada dato esté protegido y cada proceso cumpla con los más altos estándares normativos.

La innovación tecnológica en GORDA no es solo sobre implementar las últimas tendencias; es sobre crear experiencias que toquen el corazón, por eso, todas las mejoras digitales que se lograron implementar en la Feria Edición 9, no son solo actualizaciones técnicas; son catalizadores de transformación. Optimizan decisiones, pero más importante aún, mejoran vidas. Fortalecen relaciones con aliados, pero también construyen comunidad. Garantizan cumplimiento normativo. Pero, protegen la confianza depositada en GORDA. Y mantienen una ventaja competitiva, no solo en el mercado, sino en la misión de hacer la moda verdaderamente inclusiva.

Para futuros proyectos, MOGCHE planea incorporar estos aprendizajes para perfeccionar su modelo de consultoría y ofrecer un servicio aún más adaptable y efectivo. La experiencia con GORDA demuestra que, mediante una estrategia de transformación digital bien estructurada y una gobernanza de datos sólida, las microempresas pueden optimizar su gestión de información y mejorar significativamente su competitividad en el mercado, sin dejar de lado su calidez humana y perseverancia constante para un mundo mejor.

Anexos

Anexo A: *CANVAS DE VALOR - Análisis del cliente*

DOLORES	TRABAJOS	GANANCIAS
<ul style="list-style-type: none"> ● Dificultad para recolectar la información de las marcas participantes y usuarios. ● Problemas de ansiedad y estrés en la gestión unilateral de la feria GORDA. ● Lograr variedad de estilos, calidad y diseños disponibles en marcas enfocadas en tallas grandes para llevarlas a la feria. ● Nivel del mercado con marcas especializadas en la creación y confección de ropa para mujeres de talla grande. ● Enfrentar el estereotipo de belleza tradicional que los expertos de moda venden en el mercado. 	<p>Convocar alianzas estratégicas con marcas de tallas grandes que deseen participar en la feria GORDA.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Mejoras en la percepción de la diversidad corporal y un entorno más inclusivo. ● Identificación de nuevas áreas de negocio y alianzas que generen valor agregado.
<ul style="list-style-type: none"> ● Problemas de ansiedad y estrés en la gestión unilateral de la feria GORDA. 	<p>Asegurar las marcas participantes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Entendimiento de las necesidades de los clientes y marcas participantes. ● Uso y aceptación de los servicios digitales por parte de las marcas participantes. ● Crecimiento sostenido en la participación de la feria y en las ventas de productos y servicios.

<ul style="list-style-type: none"> ● Problemas de ansiedad y estrés en la gestión unilateral de la feria GORDA. 	<p>Buscar el lugar para llevar a cabo la Feria.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Reconocimiento de la feria como un evento líder en inclusión y diversidad corporal, con expansión a nuevas regiones año a año.
<ul style="list-style-type: none"> ● Problemas de ansiedad y estrés en la gestión unilateral de la feria GORDA. ● Falta de campañas inclusivas que promuevan la aceptación y diversidad corporal. 	<p>Crear convenios con programas gubernamentales y no gubernamentales y convenios con marcas del sector de la moda.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Implementación de soluciones innovadoras que transformen la experiencia de la feria y el sector de la moda inclusiva.
<ul style="list-style-type: none"> ● Dificultad para lograr el reconocimiento en el mercado de la moda a nivel Plus Size. ● Problemas de ansiedad y estrés en la gestión unilateral de la feria GORDA. 	<p>Posicionar la Feria GORDA a nivel Nacional e Internacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Reconocimiento de la feria como un evento líder en inclusión y diversidad corporal, con expansión a nuevas regiones año a año. ● Identificación de nuevas áreas de negocio y alianzas que generen valor agregado. ● Expansión y reconocimiento.
<ul style="list-style-type: none"> ● Dificultad para recolectar la información de las marcas participantes y usuarios. ● Falta de estrategias de Marketing Digital en medios digitales y medios convencionales. ● Problemas de ansiedad y estrés en la gestión unilateral de la feria GORDA. ● Problemas para comunicar la información de manera efectiva y no crear sesgos en el mensaje a transmitir. 	<p>Crear contenido y piezas publicitarias en redes sociales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Uso y aceptación de los servicios digitales por parte de las marcas participantes.

<ul style="list-style-type: none"> ● La falta del manejo de recursos digitales, pueden incurrir en no tener conocimiento de los emprendedores y usuarios para satisfacer sus necesidades. 		
<ul style="list-style-type: none"> ● Falta de estrategias de Marketing Digital en medios digitales y medios convencionales. ● Problemas de ansiedad y estrés en la gestión unilateral de la feria GORDA. ● Problemas para comunicar la información de manera efectiva y no crear sesgos en el mensaje a transmitir. ● Falta de campañas inclusivas que promuevan la aceptación y diversidad corporal. 	<p>Reunir a los medios de comunicación y crear ruedas de prensa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Uso y aceptación de los servicios digitales por parte de las marcas participantes. ● Reconocimiento de la feria como un evento líder en inclusión y diversidad corporal, con expansión a nuevas regiones año a año.
<ul style="list-style-type: none"> ● Dificultad para lograr el reconocimiento en el mercado de la moda a nivel Plus Size. ● Problemas de ansiedad y estrés en la gestión unilateral de la feria GORDA. ● La falta del manejo de recursos digitales, pueden incurrir en no tener conocimiento de los emprendedores y usuarios para satisfacer sus necesidades. 	<p>Atraer usuarios o público potencial a la Feria.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Creación de valor a los asistentes de la feria. ● Reconocimiento de la feria como un evento líder en inclusión y diversidad corporal, con expansión a nuevas regiones año a año.

Anexo B: Test Card y Learn Card

- **Test Card:** Evaluar las hipótesis relacionadas con los entregables y su impacto en el proyecto.
- **Learn Card:** Analizar los resultados obtenidos para ajustar las prioridades y mejorar las futuras implementaciones.

Learning Card



Test Name: Transformación Digital Feria GORDA - Levantamiento, Captura y Calidad de los Datos

Deadline: 4 oct 2024

Assigned to: MOGCHE - Camila

STEP 1: HYPOTESIS

We believed that | Creíamos que Critical: Alto

Creíamos que la actualización y validación de la documentación legal, así como la implementación de una metodología eficiente para la captura de datos de asistentes y marcas, asegurarían el cumplimiento normativo y la precisión en la recolección de datos personales y derechos patrimoniales.

Critical:

- Que el 100% de la documentación legal (autorizaciones, políticas de privacidad) estuviera validada antes de la feria.
- Que al menos el 60% de los asistentes y el 50% de las marcas participaran en la recolección de datos personales y comerciales.

STEP 2: REMARK

We observed | Observamos Test Cost: Medio Data Reliability: Medio

Observamos que la validación legal fue completada a tiempo y publicada en las redes sociales y sitio web de GORDA, pero la tasa de participación en la recolección de datos fue menor de lo esperado debido a la falta de claridad en los formularios digitales y el bajo número de puntos de recolección física.

STEP 3: LEARNING AND CONCLUSIONS

And measure | Y mediremos Time Required: Bajo

Mediremos el éxito de la captura de datos a través de:

- Tasa de participación en la autorización de tratamiento de datos personales.
- Porcentaje de registros de alta calidad (sin errores).
- Tasa de conversión de autorizaciones de derechos comerciales y patrimoniales.

STEP 4: CRITERIA

We are right if | Estaremos en lo correcto si

- * El 100% de la documentación legal relacionada con el tratamiento de datos personales es validada y publicada.
- * Al menos el 60% de los asistentes y el 50% de las marcas participantes otorgan su autorización para el tratamiento de datos y derechos patrimoniales.
- * Los formularios digitales logran una tasa de error menor al 5% en la captura de datos.

Sponsor: Heidi Balanta - Manuela

Test Card



Test Name: Revisión Final Documentación y Encuestas - Transformación Digital Feria GORDA

Deadline: 25 oct 2024

Assigned to: MOGCHE - Camila

Duration: 2 semanas para la revisión y ajustes finales

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that | Creemos que

Critical: Medio

Creemos que la revisión final y visto bueno de los 4 documentos legales por parte de la asesora Heidy y el equipo de GORDA, junto con el testeado exitoso de las encuestas, garantizarán la validez legal y operativa del proceso de captura de datos en la feria.

Critical:

Que los documentos cumplan al 100% con los requisitos legales de protección de datos y derechos patrimoniales.
Que las encuestas digitales, ya testeadas, funcionen sin errores técnicos durante el evento.

STEP 2: TEST

To verify that, we will | Para verificarlo, haremos

Test Cost: Bajo

Data Reliability: Alto

Revisar detalladamente los 4 documentos legales con la asesora Heidy y el equipo de GORDA.
Realizar una segunda prueba interna con las encuestas digitales para asegurar su funcionamiento sin errores.
Implementar una prueba piloto con un pequeño grupo de asistentes y marcas antes de la feria.

Se espera un 80% de confiabilidad en los datos, ya que las encuestas fueron previamente testeadas y solo requieren ajustes mínimos.

STEP 3: METRIC

And measure | Y mediremos

Time Required: Alto

Porcentaje de documentos legales aprobados sin cambios adicionales.
Tasa de éxito del testeado de encuestas (medido en términos de errores técnicos encontrados).
Nivel de aceptación y participación en la prueba piloto.

STEP 4: CRITERIA

We are right if | Estaremos en lo correcto si

Los 4 documentos legales son aprobados sin modificaciones adicionales.
Las encuestas digitales son validadas sin errores técnicos después de la prueba interna y piloto.
Al menos el 80% de los participantes del piloto completan las encuestas sin problemas.

Sponsor: MOGCHE



Learning Card



Test Name: Transformación Digital Feria GORDA -
Tablero de Control para Análisis y Toma de
Decisiones

Deadline: 5 oct 2024

Assigned to: MOGCHE - Paola

STEP 1: HYPOTESIS

We believed that | Creíamos que

Critical: Alto

Si MOGCHE crea el tablero de control para GORDA con el objetivo que la CEO y su equipo visualicen las métricas clave (ventas, preferencias de los clientes, tendencias de moda, entre otros), así los organizadores de la feria podrán tomar decisiones en tiempo real, lo que mejorará la oferta y la experiencia del cliente en la feria y ediciones futuras.

STEP 2: REMARK

We observed | Observamos

Test Cost: Alto

Data Reliability: Alto

Observamos diversos puntos de partida y necesidades a atacar con el tablero:

1. El tablero de control debe mostrar información clave en tiempo real.
2. La integración de las fuentes de datos (ventas en tiempo real, encuestas de clientes, marcas oarticioantes, suscripciones de los visitantes, entre otros) es fundamental para tomar decisiones certeras y mantener la digitalización del negocio.
3. Es necesario identificar y priorizar las métricas más relevantes para la toma de decisiones estratégicas, algunas de estas como:
 - Total de asistentes por día.
 - Tasa de retención de los asistentes de la feria.
 - Satisfacción general (medida por encuesta).
 - Marcas con mayor ventas.+ marcas más populares.
 - Volumen de ventas en la feria.
 - Tasa de participación en el concurso Locas por las compras.

STEP 3: LEARNING AND CONCLUSIONS

And measure | Y mediremos

Time Required: Alto

El tablero de control permite obtener datos útiles, donde se van a tener en cuenta los siguientes KPI's a nivel de utilización de la herramienta:

- Tasa de adopción del tablero para el personal clave de GORDA.
- Tiempo de actualización menor a 30 min.
- Porcentaje de usuarios que completan el programa de capacitación.
- Nivel de satisfacción de los usuarios con el uso y percepción del tablero (encuesta).

NOTA: La visualización clara y rápida de las métricas permite reaccionar ante cambios en la demanda, pero puede que se requiera mejorar la velocidad de procesamiento y visualización en tiempo real.

STEP 4: CRITERIA

We are right if | Estaremos en lo correcto si

- * Tenemos un tablero funcional en looker studio que integre los datos de los asistentes y marcas.
 1. Integramos varias fuentes de datos y priorizamos métricas clave en las visualizaciones del tablero.
 2. La interfaz debe ser intuitiva y fácil de interpretar por los usuarios.
- *Capacitamos al 100% al equipo gerencial de GORDA en el uso del tablero de control.

Sponsor: Manuela, Laura y Eduar



Test Card



Test Name: Validación del Tablero de Control - Transformación Digital Feria GORDA

Deadline: 21 oct 2024

Assigned to: MOGCHE - Paola

Duration: 2 semanas para la revisión y ajustes finales (10 Noviembre)

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that | Creemos que

Critical: Alto

Los organizadores de la feria GORDA podrán mejorar las decisiones estratégicas y tácticas durante la feria y posterior a esta para futuras ediciones, si cuentan con un tablero de control que les brinde una vista en tiempo real de las ventas, preferencias y comportamientos de los asistentes y sus marcas participantes.

STEP 2: TEST

To verify that, we will | Para verificarlo, haremos

Test Cost: Medio

Data Reliability: Medio

Con la implementación de la prueba piloto con un pequeño grupo de asistentes y marcas antes de la feria, se podrán actualizar las visualizaciones en el Tablero de Control, donde se evaluará que:

1. Las decisiones serán más rápidas y certeras si los datos son actualizados en tiempo real.
2. Los datos clave para la toma de decisiones son ventas, demografía, tallas más populares y feedback de clientes.
3. El diseño de la interfaz sea intuitiva y accesible, ya que influye en la efectividad del análisis.

STEP 3: METRIC

And measure | Y mediremos

Time Required: Alto

Al implementar una versión inicial del tablero de control con los datos recolectados en la Feria 8 de GORDA, se da inicio a la creación de las visualizaciones requeridas, donde se va a obtener retroalimentación de los organizadores sobre su experiencia de uso, para así medir los siguientes KPI's:

- Tasa de adopción del tablero para el personal clave de GORDA.
- Tiempo de actualización menor a 30 min.
- Porcentaje de usuarios que completan el programa de capacitación.
- Nivel de satisfacción de los usuarios con el uso y percepción del tablero (encuesta).

STEP 4: CRITERIA

We are right if | Estaremos en lo correcto si

1. Tenemos una reducción en el tiempo de toma de decisiones en las sesiones de seguimiento del equipo.
2. La validación de la utilidad de las métricas seleccionadas por los organizadores cumple con el 100% de sus expectativas.
3. Logrando el 80% de satisfacción en la facilidad de uso del tablero.

Sponsor: MOGCHE



Learning Card



Test Name: Transformación Digital Feria GORDA - Arquitectura de Datos Sostenible **Deadline:** 5 oct 2024

Assigned to: MOGCHE - Paola

STEP 1: HYPOTESIS

We believed that | Creíamos que Critical: Medio

Si se implementa una arquitectura de datos sostenible que asegure la calidad, consistencia y seguridad de los datos, entonces podremos escalar el sistema y mantener la integridad de los datos a largo plazo, proporcionando documentación clara y actualizada.

STEP 2: REMARK

We observed | Observamos Test Cost: Bajo Data Reliability: Medio

1. La calidad y consistencia de los datos son esenciales para tomar decisiones basadas en información precisa, ya que no se digitalizaba la información recolectada en su totalidad.
2. La escalabilidad de la arquitectura debe estar garantizada para manejar el aumento de datos durante la feria y en futuras ediciones.
3. Se requiere un marco de gobernanza que regule el acceso, modificación y auditoría de los datos.
4. La documentación debe ser clara, completa y entregada a tiempo para garantizar el uso adecuado de los sistemas.

STEP 3: LEARNING AND CONCLUSIONS

And measure | Y mediremos Time Required: Bajo

- La implementación de procesos de validación mejoró la calidad de los datos.
- El marco de gobernanza debe incluir reglas claras sobre quién puede acceder y modificar los datos en tiempo real.

STEP 4: CRITERIA

We are right if | Estaremos en lo correcto si

1. El sistema debe garantizar la calidad y consistencia de los datos a medida que se incrementa el volumen.
2. Debe haber reglas claras de acceso y modificación en el marco de gobernanza de datos.
3. La documentación debe ser precisa, clara y entregada en tiempo y forma.

Sponsor: Heidi Balanta - Manuela



Test Card



Test Name: Capacitación y Entrega de la Documentación - Transformación Digital Feria GORDA

Deadline: 12 nov 2024

Assigned to: MOGCHE - Paola

Duration: Segunda semana de noviembre del 12 Nov - 17 Nov

STEP 1: HYPOTESIS

We believe that | Creemos que

Critical: **Bajo**

La calidad y consistencia de los datos se mantendrán a medida que la arquitectura de datos escale, permitiendo decisiones basadas en información precisa y asegurando la seguridad de los datos.

STEP 2: TEST

To verify that, we will | Para verificarlo, haremos

Test Cost: **Medio**

Data Reliability: **Alto**

1. La arquitectura de datos soportará el aumento de datos sin comprometer la calidad ni la consistencia.
2. El marco de gobernanza garantizará el acceso seguro y controlado a los datos.
3. La documentación permitirá una implementación y operación fluida de la arquitectura.

STEP 3: METRIC

And measure | Y mediremos

Time Required: **Medio**

Al evaluar el cumplimiento del marco de gobernanza en términos de seguridad y acceso, se podrán medir los KPI's:

- Tasa de error en la recopilación de datos (objetivo: <1%)
- Tiempo promedio de detección y corrección de errores de datos.

Adicional, al revisar la documentación con los equipos técnicos para asegurar su comprensión, se mantendrá para GORDA:

- Porcentaje de cumplimiento con regulaciones de protección de datos.
- Tiempo promedio para responder a solicitudes de acceso a datos personales.

STEP 4: CRITERIA

We are right if | Estaremos en lo correcto si

1. Mantenemos la calidad y consistencia de los datos en un 99% de los casos.
2. Cumplir con las normativas de seguridad de datos y acceso.
3. Documentación completa y aprobada por el equipo técnico con un 90% de satisfacción.

Sponsor: MOGCHE - GORDA

Anexo C: CANVAS DE VALOR - Mapa de Valor

ALIVIADORES DE DOLOR	PRODUCTOS/SERVICIOS	CREADORES DE GANANCIA
<ul style="list-style-type: none"> ● Oportunidad para realizar análisis de datos para la toma de decisiones. ● Modelo de Perfilamiento de clientes. 	<p>Infraestructura digital sostenible, cómo herramienta tecnológica que soporte los datos de la Feria.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Posicionar la feria en otros ámbitos/sectores o participaciones a partir de la toma de decisiones basada en datos.
<ul style="list-style-type: none"> ● Antes del evento recopilar datos demográficos de las marcas participantes y posibles usuarios. ● Durante y posterior al evento recolectar mediante encuestas datos de las marcas y usuarios para evaluar la experiencia en la feria y niveles de preferencias y satisfacción. 	<p>Levantamiento, captura y calidad de los datos, para el análisis y utilización dentro del ecosistema digital.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Análisis de tendencias y perfil de las marcas participantes y los recursos. ● Conocimiento del perfil de los usuarios por medio de un formulario conectado a una fuente de datos. ● Creación de fuentes de conocimiento y manejo de datos mediante la definición de Políticas de Gestión.
<ul style="list-style-type: none"> ● Gestión de la feria basada en datos, que permita nivelar la carga de gestión y organización de la feria. ● Reconocer tendencias y oportunidades de mejora para crear valor agregado al cliente. 	<p>Tablero de control para analizar patrones en los datos y tomar decisiones en pro-posicionamiento en el mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Aumentar la oferta de productos/servicios al cliente (tendencias) Informe sectorial anual.

Anexo D: Matriz de OKR's y KPI's

PRIORIDADES (Movimientos Ganadores)						
Hito de Valor (Obj. Específico)		KPI - Logro	Transformación (Impacto)	Entregable - Evidencia	Responsable	Prioridad
1	Levantamiento, Captura y Calidad de los Datos					
1.1	OKR - Meta Actualizar y Validar Documentación Legal GORDA <i>Asegurar el cumplimiento de la normativa legal relacionada con el tratamiento de datos personales para GORDA.</i>	<i>Meta:</i> Validar al 100% la documentación relacionada al manejo y tratamiento de datos personales. KPI: Verificación de Autorizaciones de Tratamiento de Datos obtenidas por medio de la asesoría con la Abogada Heidi Balanta.	- Documentación actualizada y aprobada por la asesora Legal para ser publicada en las redes de GORDA.	1. Marca y texto del check de Autorización de Datos Personales. 2. Publicación en línea de las políticas de tratamiento de datos personales para asociar el documento a la marca y autorización explícita que otorgará el cliente.	MOGCHE	Alta

1.2		<p>Implementar metodología de recolección de datos <i>Ejecutar de manera efectiva la metodología para la recolección de datos de los asistentes y marcas participantes en la feria, asegurando precisión y eficiencia en el proceso.</i></p>	<p>- Meta: Capturar los datos de al menos el 60% de los asistentes y el 50% de las marcas participantes en la 9 versión de GORDA.</p> <p>KPI's:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tasa de <i>Autorización de Tratamiento de Datos Personales.</i> - Tasa de <i>Autorización Fines Comerciales.</i> - Tasa de <i>Autorización de Derechos Patrimoniales.</i> - Porcentaje de registros que cumplen los criterios de validación de calidad. - Número de puntos de recolección de datos implementados. 	<p>Tener diseñadas y aprobadas las herramientas de captura de datos, como encuestas o formularios digitales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Encuestas o formularios digitales diseñados y probados en Forms disponibles en códigos QR. - Reporte con los datos capturados y segmentados por tipo (asistentes, marcas) en Sheets 	<p>1. Formulario Inscripción: Datos iniciales + Check de Autorización Tratamiento de Datos Personales + Formulario Check Derechos Patrimoniales (Fotos). 2. Encuesta Asistentes. 3. Encuesta Marcas Participantes.</p>	MOGCHE	Alta
2	Tablero de Control para Análisis y Toma de Decisiones						

2.1	OKR - Meta	<p>Desarrollar el Tablero de Control para la Feria GORDA <i>Crear un tablero visual que permita la toma de decisiones estratégicas basadas en los datos recopilados.</i></p>	<p>Meta: Tener un tablero funcional en looker studio que integre los datos de los asistentes y marcas.</p> <p>KPI's:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tasa de adopción del tablero para el personal clave de GORDA. - Tiempo de actualización menor a 30 min. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tablero de control activo y accesible para el equipo de gestión. - Manual de uso inicial para directivos de la feria. 	<p>Implementar en el Tablero de Control las visualizaciones y al menos 5 métricas clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Total de asistentes por día. - Tasa de retención de los asistentes de la feria. - Satisfacción general (medida por encuesta). - Marcas con mayores ventas. + marcas más populares. - Volumen de ventas en la feria. - Tasa de participación en el concurso Locas por las compras. 	MOGCHE	Alta
2.2		<p>Capacitar al Equipo en el uso efectivo del Tablero <i>Capacitar al equipo de GORDA y otros stakeholders para que puedan utilizar el tablero de control - Decisiones.</i></p>	<p>Meta: Capacitar al 100% al equipo gerencial de GORDA en el uso del tablero de control.</p> <p>KPI's:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Porcentaje de usuarios que completan el programa de capacitación. - Nivel de satisfacción de los usuarios con el uso y percepción del tablero 	<ul style="list-style-type: none"> -Sesiones virtuales de formación documentadas. -Feedback positivo del equipo sobre la utilidad del tablero (medido por encuesta post-capacitación). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Instructivo del manejo y actualización del Tablero de Control. 2. Presentación y video del proceso. 	MOGCHE	Baja

			(encuesta).				
3	Arquitectura de Datos Sostenible						
3.1	OKR - Meta	<p>Asegurar la calidad y consistencia de los datos de manera escalable y segura</p> <p><i>Implementar un sistema de validación y limpieza de datos, capacitando al personal en prácticas de recolección y manejo de datos.</i></p>	<p>Meta: Tener el 100% de los datos verificados para uso post-feria, asegurando su calidad.</p> <p>KPI's:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tasa de error en la recopilación de datos (objetivo: <1%) - Tiempo promedio de detección y corrección de errores de datos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Sesiones virtuales de capacitación de limpieza de datos y estructura de los datos recolectados. - Entrega de documentación y estructura de las tablas de datos. 	1.Infografía del flujo de datos de GORDA.	MOGCHE	Media

<p>3.2</p>		<p>Establecer un marco de gobernanza de datos robusto <i>Desarrollar y documentar políticas de gestión de datos y consentimiento de los datos.</i></p>	<p><i>Meta:</i> Cumplimiento del 100% de las regulaciones de captura, almacenamiento y tratamiento de datos</p> <p><i>KPI's:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Porcentaje de cumplimiento con regulaciones de protección de datos. - Tiempo promedio para responder a solicitudes de acceso a datos personales. - Nivel de madurez en gobernanza de datos (evaluación anual). 	<ul style="list-style-type: none"> - Generar confianza a los asistentes y las marcas al documentar y comunicar claramente las políticas de uso, almacenamiento y gestión de datos. - Mejorar la consistencia y eficiencia en el manejo de datos, reduciendo duplicidades y errores en los sistemas de información. - Garantizar el cumplimiento de normativas colombianas, entregando documentación actualizada para lectura del cliente del consentimiento y tratamiento de datos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Autorización para el tratamiento de datos personales. 2. Política de protección de datos personales. 3. Aviso de privacidad para el tratamiento de datos personales 4. Términos y condiciones de locas por las compras. 	<p>MOGCHE</p>	<p>Alta</p>
------------	--	---	---	--	---	----------------------	--------------------



Anexo E: *Formularios Digitales*

MARCAS participantes en GORDA
¡Gracias por ser parte de GORDA!

Queremos mejorar y ofrecerte la mejor experiencia.
Por eso, hemos preparado una breve encuesta que te tomará solo unos minutos. Tus respuestas nos ayudan a crecer como organización, fortalecer nuestro evento y mostrar con datos precisos el impacto comercial de GORDA en Colombia y Latinoamérica.

¡Tu opinión cuenta!

MARCAS participantes en GORDA

Agradecemos mucho tu colaboración y quedamos atentos a tus respuestas.
¡Tu opinión cuenta!

-[Equipo GORDA](#) ♥

Eduard, Doris, Toño y [Laura](#).

hernandezgpao@gmail.com [Cambiar de cuenta](#)

No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

Nombre de la Marca: *

Elige ▼

¿Es tu primera vez en la Feria GORDA? *

Sí

No

[Siguiente](#) [Borrar formulario](#)



GORDA 9

Inscripción - GORDA 9 y Autorización para el Tratamiento de Datos Personales



Inscripción - Feria GORDA

hernandezgpao@gmail.com [Cambiar de cuenta](#)



 No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

Nombre completo *

Tu respuesta

Tipo de Documento *

- Cédula de Ciudadanía
- Cédula de Extranjería
- Tarjeta de Identidad
- PT - Permiso temporal

Número de Documento *

Tu respuesta



Sección 1 de 4

Locas por las Compras - GORDA 9

B *I* U [↪](#) [✕](#)

GORDA Salón de Moda Plus Size te invita a participar en su emocionante concurso **"Loca por las Compras"**, que se llevará a cabo los días **viernes 29, sábado 30 de noviembre y domingo 1 de diciembre de 2024**.

¡Participa en 4 sencillos pasos!

1. **Registra tus datos personales.**
2. **Selecciona la marca en la que realizaste tu compra.**
3. **Indícanos el valor total de tu compra.**
4. **Cuéntanos qué productos adquiriste.**

¡Importante! No olvides registrar **todas tus compras** y **guardar tus facturas o comprobantes de pago**.

Para más detalles, consulta las bases y términos del concurso [aquí](#).

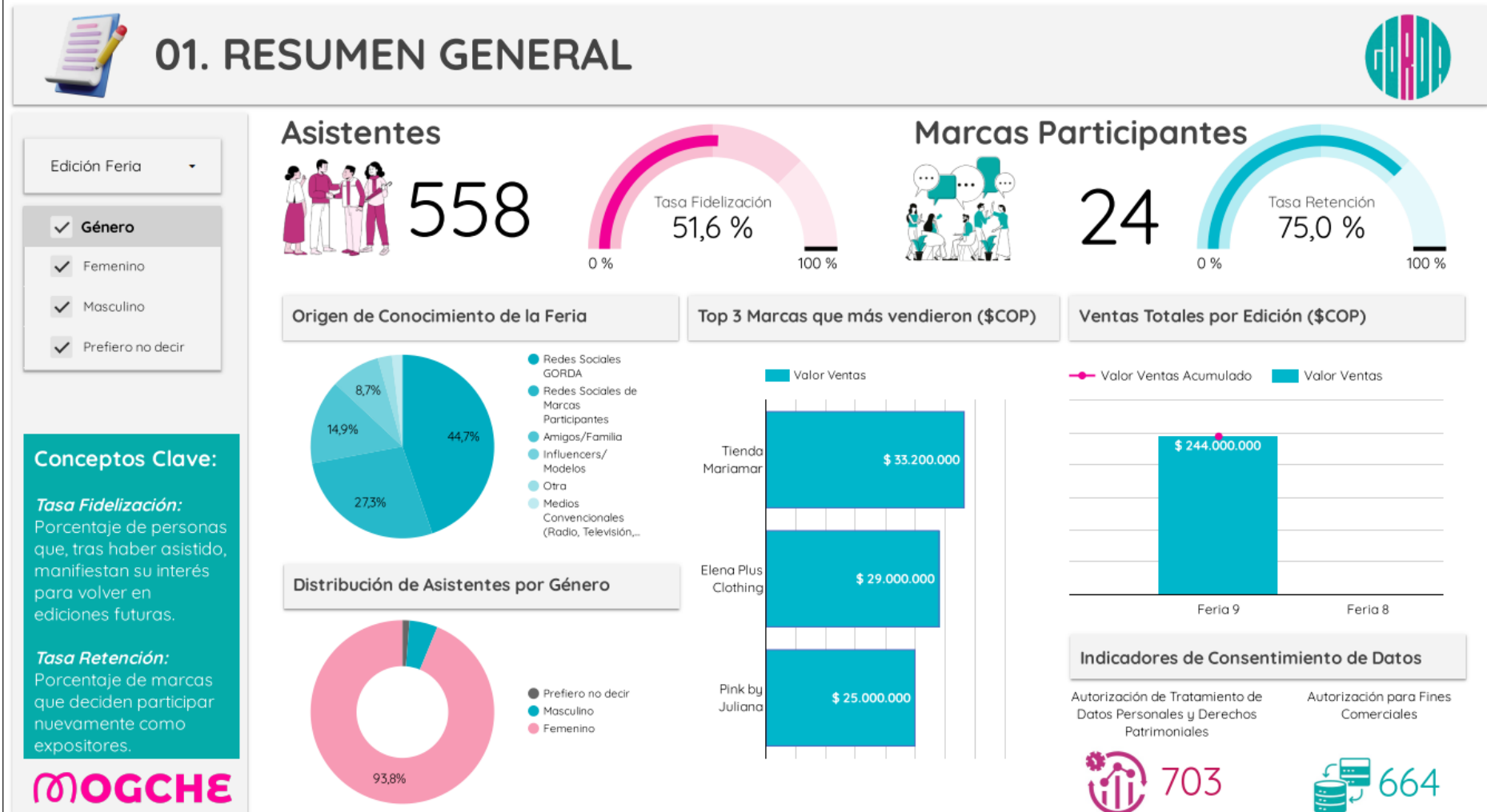
-[Equipo GORDA](#) 

Después de la sección 1 Ir a la siguiente sección ▼

Sección 2 de 4

Anexo F: Tablero de Control

https://lookerstudio.google.com/reporting/ec94ab8a-6479-45d8-9809-80967c3a0122/page/p_qal3h1uznd





02. DATOS DEMOGRÁFICOS



Edición Feria ▾

Género

Femenino

Masculino

Prefiero no decir

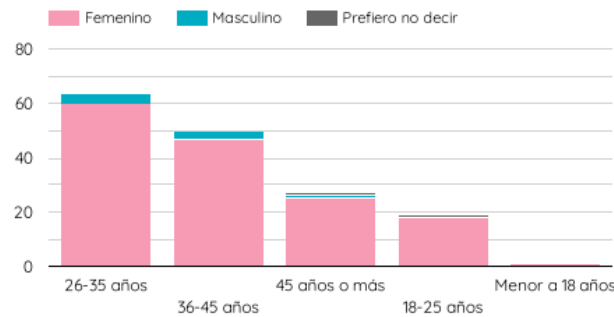
Conceptos Clave:

Inscritos: Total de personas que realizaron el diligenciamiento del Formulario Loca por las Compras.

Participantes: Total de personas que cumplen con los requisitos de Términos y Condiciones para el sorteo Loca por las Compras.

MOGCHE

Distribución de Asistentes por Edad y Género

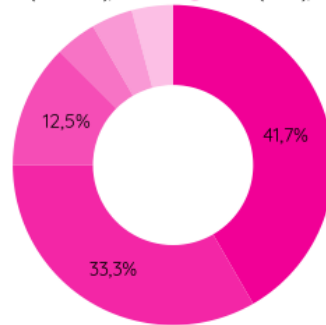


Mapa de Asistencia por Región

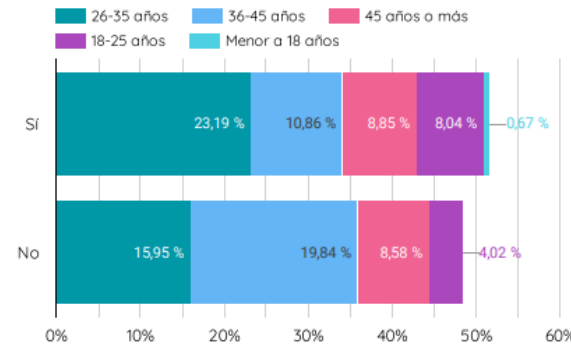


Manejo Tallas en la Feria

● Todas L... ● Tallas (... ● Tallas (... ● Tallas (...
● Tallas (XXL - 3XL), Talla... ● Tallas (S - M), Tallas (L...



Participación Histórica en GORDA por Edad



Participación "Loca por las Compras"

Inscritos

 **165**

Participantes

 **143**





03. PREFERENCIAS, PATRONES Y FEEDBACK



Edición Feria ▾

✓ **Género**

✓ Femenino

✓ Masculino

✓ Prefiero no decir

Satisfacción General de los Asistentes



Satisfacción de las Marcas Participantes

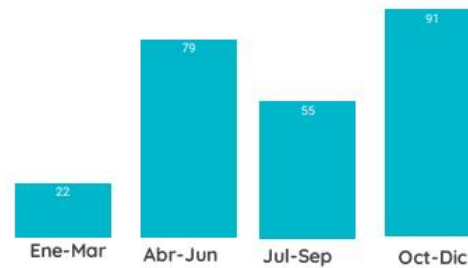


Probabilidad de Recomendación (NPS)

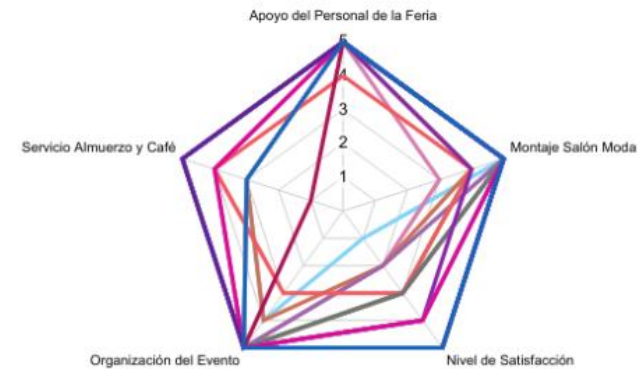


Preferencia Estacional de la Feria

Octubre-Diciembre



Evaluación de Marcas - Características Clave



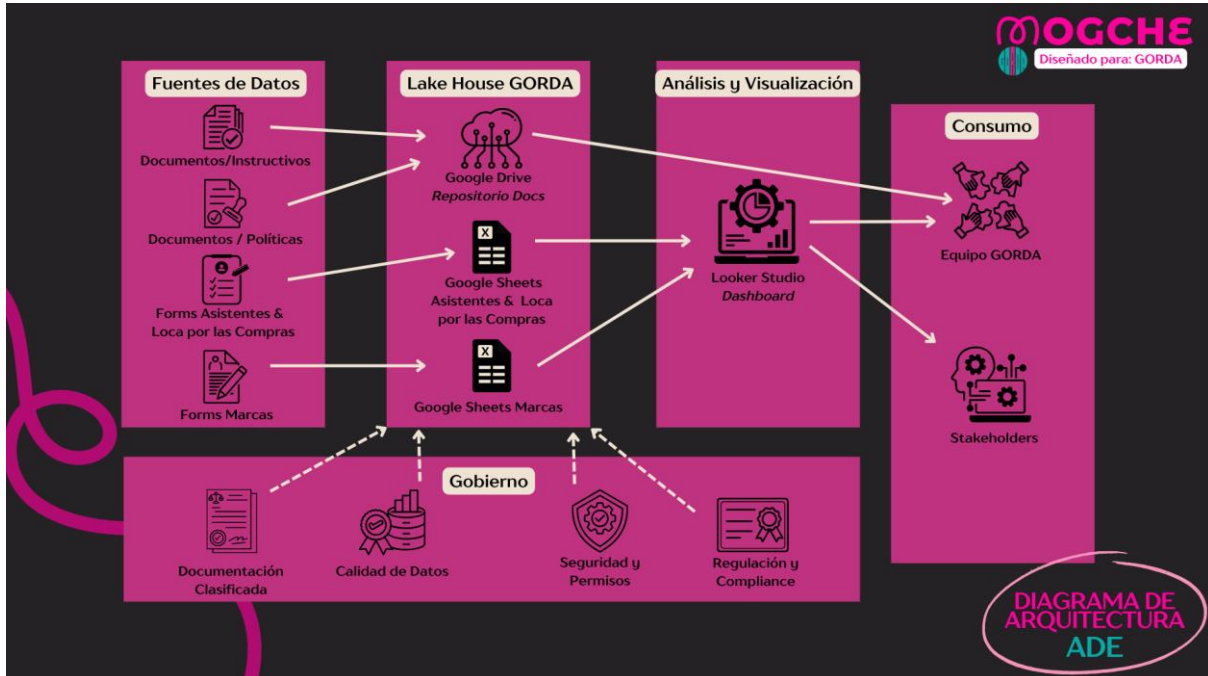
Anexo G: Informe de Análisis Sectorial - GORDA 9na Edición

<https://drive.google.com/file/d/1e1wOkVS3XHg3GUTRYxYYDVJKSE0iW2IC/view>

Anexo H: Instructivo DASHBOARD GORDA. Fuente: MOGCHE

https://docs.google.com/document/d/1okVvehIWSPHm_KGR22_T3SkFaxdrhHuReQTcc6MG3Q8/edit?tab=t.0

Anexo I: Diagrama de Arquitectura. Fuente: MOGCHE inspiradas en el estilo lakeFS.



Nota: Las flechas sólidas indican flujo de datos directo, mientras que las punteadas representan aspectos de gobierno que aplican sobre el almacenamiento. Fuente: MOGCHE (2024)

Referencias

- Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2023). *Reporte de la Industria Digital en Colombia*.
- Colombia.com. (2024). *Ferias de moda en Colombia: Top de los mejores eventos para las fashionistas en el país*. Recuperado de <https://www.colombia.com>
- Colombia Productiva. (s.f.). *Mujeres en la productividad empresarial*. <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-comunica/noticias/mujer>
- Confecámaras. (2022). *Más de 310 mil empresas se crearon en Colombia en 2022*. <https://confecamaras.org.co/mas-de-310-mil-en-empresas-se-crearon-en-colombia-en-2022>
- Colombiamoda. (2024). *Colombiamoda 2024 – La semana de la moda de Colombia*. Recuperado de <https://www.colombiamoda.com>
- Davenport, T. H. (2013). *Big data at work: Dispelling the myths, uncovering the opportunities*. Harvard Business Review Press.
- DANE. (2022). *Encuesta de Micronegocio*. Departamento Administrativo Nacional de Estadística.
- Inexmoda. (2023). *Informe del Sector Textil y Moda en Colombia*. Observatorio Sistema Moda.
- Instituto Distrital de Turismo. (2024). *Bogotá se viste a la moda con Bogotá Fashion Week 2024 del 22 al 24 de mayo*. Recuperado de <https://www.idt.gov.co>
- ISACA. (2019). *COBIT 2019 Framework: Introduction and Methodology*. ISACA.
- Festival El Dorado. (s.f.). *Disminuyendo la brecha de género en la industria creativa: El objetivo de See It Be It Latam*. <https://www.festivaleldorado.com/en/w/disminuyendo-la-brecha-de-genero-en-la-industria-creativa-el-objetivo-de-see-it-be-it-latam>
- Más Colombia. (2024). *GORDA, un espacio único para la moda inclusiva*. Recuperado de <https://mascolombia.com>.
- McAfee, A., & Brynjolfsson, E. (2012). *Big data: The management revolution*. *Harvard Business Review*, 90(10), 60-68. Recuperado de <https://hbr.org/2012/10/big-data-the-management-revolution>
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2014). *How smart, connected products are transforming competition*. *Harvard Business Review*, 92(11), 64-88. Recuperado de <https://hbr.org/2014/11/how-smart-connected-products-are-transforming-competition>