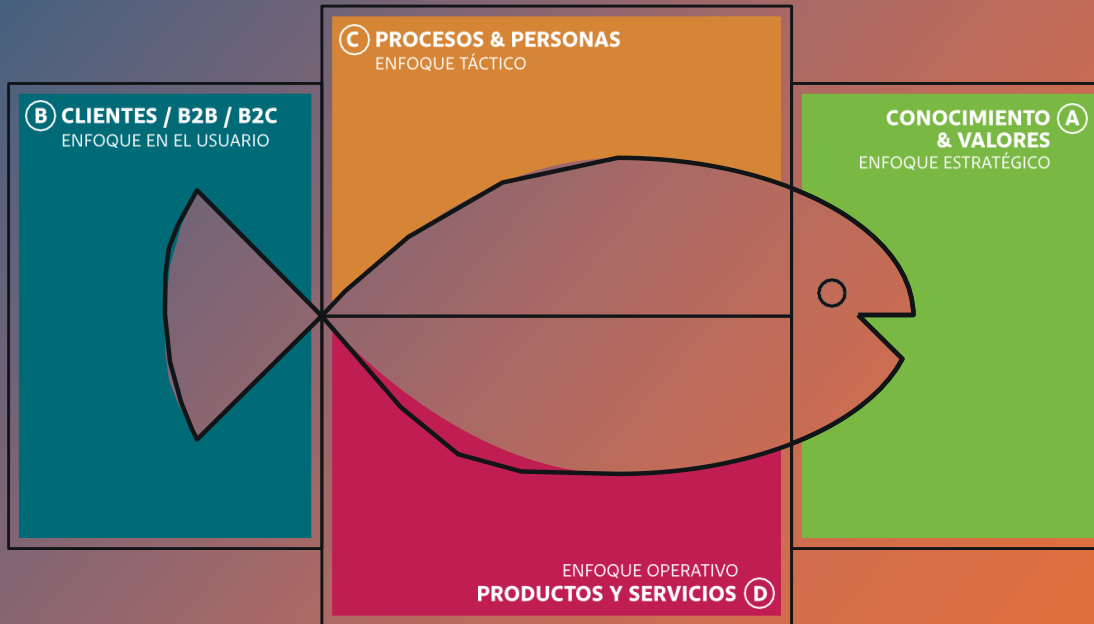


Modelo PES Estratégico - River Gold



Cindy Johanna Zapata Romero
Maestría en Ciencia de Datos
Trabajo de Grado



Conocimiento y Valores [A - CABEZA]

River Gold surge de la necesidad de cerrar la brecha entre los datos disponibles y la toma de decisiones financieras informadas en las PYMES, emprendedores y profesionales del sector.

Su identidad estratégica se fundamenta en el conocimiento aplicado de la ciencia de datos y la inteligencia financiera, con un fuerte compromiso por la inclusión educativa, la sostenibilidad digital y la equidad en el acceso al conocimiento.

Desde este núcleo, se promueve un enfoque centrado en el cliente, con un modelo híbrido, personalizado y práctico.

A nivel de valores, River Gold se posiciona como una marca confiable, ética, con impacto social y ambiental positivo, respaldada por evidencia de necesidades reales recogidas en una encuesta online y entrevistas a 103 actores estratégicos del mercado.

B CLIENTES / B2B / B2C
ENFOQUE EN EL USUARIO



Clientes / B2B / B2C [B - COLA]

El modelo está orientado a tres segmentos clave identificados mediante validación de mercado:

- **PYMES** que requieren herramientas de análisis financiero y formación estratégica.
- **Profesionales financieros** en búsqueda de actualización y recursos aplicados.
- **Emprendedores y freelancers** que demandan soluciones digitales ágiles.

El benchmarking evidenció que, a diferencia de la competencia (Platzi, Coursera, Finanzas con Propósito), River Gold prioriza el contexto local y la personalización de contenidos, lo que refuerza su valor diferencial.

La encuesta online permitió identificar preferencias de formato, disposición de pago y necesidades críticas, mientras que las entrevistas profundizaron en las barreras y motivaciones de adopción del servicio.

Procesos & Personas [C - DORSAL]



La propuesta se sostiene en un equipo multidisciplinario con experiencia en datos, finanzas y educación, capaz de diseñar simuladores, dashboards y contenidos modulares.

Los procesos clave incluyen:

- Diagnóstico de necesidades por segmento
- Generación de contenido educativo propio
- Consultoría individualizada
- Evaluación de impacto de los servicios

River Gold aplica metodologías ágiles para asegurar calidad, eficiencia operativa y adaptabilidad. La matriz FODA reconoce como fortalezas internas la adaptabilidad, la especialización del equipo y la innovación pedagógica; y como debilidades iniciales el bajo reconocimiento de marca y la dependencia tecnológica, aspectos considerados en la fase de lanzamiento.

Productos y Servicios [D - ABDOMINAL]

El portafolio inicial incluye:

- Cursos virtuales y webinars con certificación
- Simuladores financieros personalizados
- Consultoría a medida (formato B2B)
- Planes integrales para digitalización de PYMES

River Gold trabaja con una estructura de precios flexible (paquetes, membresías y servicios individuales), respaldada por el interés demostrado por el 96% de los encuestados en probar servicios de este tipo.

Además, el benchmarking confirma que las soluciones de River Gold son más completas en personalización y aplicabilidad frente a otras plataformas educativas estandarizadas.



ENFOQUE OPERATIVO
PRODUCTOS Y SERVICIOS 

Definición de Metas a Corto, Medio y Largo Plazo

River Gold estructura sus objetivos estratégicos en tres horizontes temporales, en correspondencia con los pilares del PES estratégico (A - Conocimiento y valores, B - Clientes, C - Procesos y personas, D - Productos y servicios) y sustentado en los hallazgos del benchmarking, la matriz FODA y el estudio de mercado.

Corto Plazo (0-12 meses): El objetivo principal es la implementación del modelo base. Esto incluye el desarrollo y despliegue de la plataforma tecnológica propia, el diseño final del portafolio de cursos y consultorías, y la consolidación de contenidos formativos alineados con las necesidades detectadas en la encuesta (formato virtual, temas de finanzas aplicadas, ciencia de datos y trading). Se proyecta alcanzar una primera comunidad de usuarios a través de alianzas piloto con instituciones educativas y gremios empresariales. Asimismo, se iniciará la validación de los dashboards interactivos y simuladores.

- **Medio Plazo (12-24 meses):** Durante este periodo, se buscará la expansión geográfica y sectorial del modelo. Esto implica ampliar el alcance a otras ciudades del país mediante marketing digital segmentado, así como fortalecer el componente B2B a través de paquetes especializados para PYMES y freelancers. Se espera consolidar alianzas estratégicas con universidades, centros de innovación y entidades que respalden certificaciones y escalabilidad. A partir del segundo año, se comenzará la medición del impacto mediante indicadores de adopción, progreso y retorno sobre la inversión (ROI) para los clientes.

- **Largo Plazo (24 meses en adelante):** El propósito es posicionar a River Gold como una referencia regional en soluciones integradas de ciencia de datos e inteligencia financiera, diferenciada por su enfoque práctico, personalizado y sostenible. Se proyecta crear una comunidad digital con usuarios recurrentes, un sistema de membresías y la apertura de una unidad de investigación aplicada. Además, se planea medir y compensar la huella digital de la plataforma, garantizando sostenibilidad económica, ambiental y social en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

