



Plan de negocios para la creación de Praxis Sst, servicio de mentoría práctica en Seguridad y Salud en el Trabajo dirigido a estudiantes y recién egresados de Cúcuta.

Yurly Milena Jaimes Torres

Corporación Universitaria Minuto De Dios
Sede Virtual Y A Distancia
Facultad De Ciencias Empresariales
Programa Administración En Seguridad Y Salud En El Trabajo
Cúcuta
2026

Plan de negocios para la creación de Praxis Sst, servicio de mentoría práctica en Seguridad y Salud en el Trabajo dirigido a estudiantes y recién egresados de Cúcuta.

Yurly Milena Jaimes Torres

Director: William Fabian Espinel Gomez
Profesión: Administrador de empresas

Trabajo de grado para optar por el título de Administrador en Seguridad y Salud en el Trabajo

Corporación Universitaria Minuto De Dios
Sede Virtual Y A Distancia
Facultad De Ciencias Empresariales
Programa Administración En Seguridad Y Salud En El Trabajo
Cúcuta
2026

Dedicatoria

Dedico este proyecto, en primer lugar, a Dios, por brindarme la fortaleza, sabiduría y perseverancia necesarias para alcanzar esta meta y acompañarme durante todo este proceso de formación. A mi familia, por ser mi principal fuente de apoyo, motivación y amor incondicional; gracias por creer en mí, acompañarme en cada desafío y ser ese impulso para continuar creciendo personal y profesionalmente. Finalmente, dedico este logro a todas las personas que, de una u otra manera, aportaron con sus palabras, apoyo y confianza para que este proyecto pudiera hacerse realidad.

Agradecimientos

A mi tutor y a cada uno de los docentes que hicieron parte de este proceso, les expreso mi más sincero agradecimiento por compartir sus conocimientos, orientarme con compromiso y aportar a mi formación. Sus enseñanzas fueron fundamentales para desarrollar este proyecto y fortalecer mis competencias en el camino hacia mi crecimiento profesional.

Tabla de contenido

Dedicatoria.....	3
Agradecimientos	3
Tabla de contenido.....	4
Resumen	11
Abstract.....	12
1. Presentación del problema.....	14
1.1 Situación actual y magnitud del problema	15
1.2 Causas.....	16
1.3 Efectos	17
Figura 1	18
1.4 Justificación.....	19
1.5 Objetivos.....	20
1.5.1 Objetivo general.....	20
1.5.2 Objetivos específicos.....	20
2. Estudio de mercado	21
2.1 Contexto del mercado y antecedentes	21
2.1.1 Análisis político.....	21
2.1.2 Análisis económico.....	22

2.1.3 Análisis social	22
2.1.4 Análisis tecnológico	23
2.1.5 Análisis legal.....	23
2.1.6. Análisis ecológico.....	24
2.2 Análisis y caracterización del consumidor	25
Figura 2.....	25
2.2.1 Selección de la población objeto	26
Tabla 1.	27
Tabla 2.	28
2.2.2 Estimación de la demanda potencial	28
Tabla 3.	29
Figura 3.....	29
Figura 4.....	30
Figura 5.....	31
Figura 6.....	31
Figura 7.....	32
Figura 8.....	32
Figura 9.....	33
Figura 10.....	33
Figura 11.....	34
Figura 12.....	35
Figura 13.....	35

Figura 14.....	36
Figura 15.....	36
Figura 16.....	37
Figura 17.....	38
Figura 18.....	38
Figura 19.....	39
Figura 20.....	39
2.3 Identificación y análisis de la competencia	40
Tabla 4.	40
Tabla 5.	41
2.4 Estrategias de mercado	42
2.4.1 Canales de comercialización y distribución	43
Tabla 6.	43
2.4.2 Estrategias de aprovisionamiento	44
Tabla 7.	44
2.4.3 Estrategias de precios	44
Tabla 8.	45
2.4.4 Estrategias de promoción y publicidad.....	46
Tabla 9.	47
Figura 21.....	47
3. Propuesta de negocio	47
3.1 Características del servicio	48

Tabla 10.	48
3.1.1 Metodologías	49
Tabla 11.	51
3.1.2 Metodología de desarrollo del producto	52
3.1.3 Metodología pedagógica.....	52
3.2 Ventajas competitivas y propuesta de valor	53
Tabla 12.	53
3.2.1 Ventajas competitivas sostenibles	54
Tabla 13.	55
4. Estudio técnico	56
4.1 Balance de requerimientos.....	56
Tabla 14.	56
Tabla 15.	57
Tabla 16.	57
4.2 Descripción del proceso.....	58
Figura 22.....	59
4.3 Capacidad	61
Tabla 17.	61
4.4 Localización	62
4.4.1 Macro.....	62
4.4.2 Micro	63
4.5 Evaluación de alternativas	63

Tabla 18.	63
4.6 Plano o diseño de las instalaciones.....	64
Tabla 19.	65
5. Estudio organizacional	66
5.1 Tipo y naturaleza de la empresa	66
5.2 Constitución de la empresa y aspectos legales	66
5.3 Estructura organizacional	69
Tabla 20.	69
Figura 23.....	70
5.4 Estrategias corporativas.....	70
5.4.1 Misión.....	70
5.4.2 Visión	71
5.4.3 Políticas	71
5.4.3.1 Política de calidad del servicio	71
5.4.3.2 Política de Seguridad y Salud en el Trabajo.....	72
5.4.3.3 Política ambiental	72
5.4.3.4 Política de responsabilidad social empresarial	73
5.4.3.5 Política de ética y transparencia	73
5.4.4 Valores corporativos.....	73
Tabla 21.	74
5.4.5 Estrategias de crecimiento y expansión.....	74
6. Estudio financiero.....	76

6.1 Inversiones.....	76
Tabla 22.	76
6.2 Costos	77
Tabla 23.	77
6.3 Ingresos y proyección de ventas	78
Tabla 24.	78
6.4 Proyección mensual de ventas del año 1	78
Tabla 25.	79
6.5 Proyección de ventas a cinco años	79
Tabla 26.	79
6.6 Valor de despacho o costo directo de prestación del servicio	80
Tabla 27.	80
6.7 Flujo de caja	80
Tabla 28.	81
6.8 Indicadores financieros.....	81
Tabla 29.	81
6.9 Análisis de sensibilidad	82
Tabla 30.	82
6.10 Conclusión del estudio financiero	83
7. Plan operativo	84
7.1 Cronograma de actividades (fases).....	84
Tabla 31.	86

8. Impactos	87
8.1 Impacto económico.....	87
8.2 Impacto social.....	87
8.3 Impacto ambiental	88
9. Conclusiones.....	89
10. Perfil de la emprendedora.....	91
Referencias	92

Resumen

El presente plan de negocio propone la creación de un servicio de mentoría práctica en Seguridad y Salud en el Trabajo Praxis Sst, dirigido a estudiantes de últimos semestres, practicantes, recién egresados e interesados en fortalecer su preparación para ingresar al campo laboral en Colombia. La propuesta nace al identificar una necesidad en estudiantes y personas que están iniciando en SST. Aunque cuentan con conocimientos aprendidos durante su formación, muchas veces sienten dudas al momento de llevarlos a la práctica, comunicarse en una empresa, entender mejor sus funciones o saber cómo empezar en un cargo relacionado con el área.

Por esta razón, Praxis Sst plantea un servicio de apoyo práctico y cercano, donde las personas puedan ganar más confianza, organizar sus conocimientos y prepararse mejor para las situaciones que pueden encontrar en el mundo laboral. Para esto, se ofrecerán recursos digitales, guías, formatos, acompañamiento y espacios donde puedan resolver dudas y trabajar casos similares a los que se presentan en una empresa.

La experiencia de la creadora del proyecto también muestra que pasar de la universidad al trabajo puede generar inseguridad, incluso cuando se tienen buenas bases teóricas. Por eso, la propuesta busca acompañar ese proceso y ayudar a que los futuros profesionales se sientan más preparados para dar sus primeros pasos en SST.

El servicio tendrá en cuenta la normativa colombiana en Seguridad y Salud en el Trabajo y se dará a conocer principalmente por medios digitales como WhatsApp, redes sociales, una página web y alianzas con espacios relacionados con la formación profesional.

La propuesta contará con tres opciones de servicio: un paquete básico con materiales y herramientas de apoyo, un paquete práctico con sesiones y ejercicios aplicados, y un paquete premium con un acompañamiento más personalizado. De esta manera, cada persona podrá elegir la opción que mejor se adapte a sus necesidades y posibilidades.

Actualmente, iniciar la vida laboral sigue siendo un reto para muchos jóvenes. Por esta razón, crear espacios que ayuden a prepararse mejor, ganar confianza y conocer más de cerca la realidad del trabajo en SST puede ser una alternativa útil para quienes están próximos a iniciar su camino profesional.

Palabras clave: Seguridad y Salud en el Trabajo, mentoría práctica, preparación profesional, mercado laboral, recién egresados, desarrollo profesional.

Abstract.

This business plan proposes the creation of a practical mentoring service in Occupational Safety and Health (OSH), called Praxis Sst, aimed at final-semester students, interns, recent graduates, and individuals interested in strengthening their preparation to enter the Colombian labor market. The proposal emerged from identifying a need among students and people who are beginning their careers in OSH. Although they have acquired knowledge during their academic training, many of them experience uncertainty when applying that knowledge in real situations, communicating within organizations, understanding their professional responsibilities, or knowing how to start working in the field.

For this reason, Praxis Sst proposes a practical and close support service, where participants can gain confidence, organize their knowledge, and better prepare for situations they may encounter in the workplace. The service will provide digital resources, guides, templates, mentoring sessions, and spaces where participants can ask questions and work through cases similar to those found in real companies.

The experience of the project creator also shows that the transition from university to the workplace can generate insecurity, even among individuals with a solid theoretical background. Therefore, the proposal seeks to support this transition and help future

professionals feel better prepared to take their first steps in the OSH field.

The service will consider Colombian Occupational Safety and Health regulations and will be promoted mainly through digital channels such as WhatsApp, social networks, a website, and partnerships with organizations related to professional training.

The proposal will include three service options: a basic package with support materials and practical tools, a practical package with guided sessions and applied exercises, and a premium package with more personalized support. This structure allows each person to choose the option that best fits their needs and possibilities.

Currently, entering the workforce remains a challenge for many young people. Therefore, creating spaces that help them improve their preparation, gain confidence, and better understand the reality of OSH work can become a useful alternative for those who are about to begin their professional journey.

Keywords: Occupational Safety and Health, practical mentoring, professional preparation, labor market, recent graduates, career development.

1. Presentación del problema

Pasar de la universidad al campo laboral genera un momento crítico para egresados en Seguridad y Salud en el Trabajo, esta transición conlleva a generar miedos y dudas sobre su actuar al iniciar su vida laboral. Durante la formación académica se adquieren bases normativas, técnicas y conceptuales sobre prevención de riesgos laborales; sin embargo, al enfrentarse a escenarios profesionales aparecen dudas sobre cómo aplicar esos conocimientos en actividades concretas, cómo comunicarse con diferentes actores de la empresa, qué documentos revisar primero, cómo priorizar tareas y cómo actuar con seguridad profesional y enfrentar los diferentes retos que se les presenten.

Esta situación genera una brecha entre la formación recibida y la preparación práctica percibida por el profesional. Dicha brecha no solo representa una dificultad académica o laboral, sino también una oportunidad de negocio: existe un grupo de personas que necesita acompañamiento, herramientas aplicables y orientación práctica para sentirse más preparado y competitivo en el mercado laboral.

Por esta razón, el problema se aborda desde el diseño de un servicio de mentoría práctica en la Seguridad y Salud en el Trabajo “Praxis Sst” con proyección comercial. El proyecto se orienta a estructurar el servicio de manera suficiente para evidenciar que responde a una necesidad real como iniciar de la universidad al campo laboral, por eso cuenta con un cliente definido y puede convertirse en una oferta atractiva para estudiantes, practicantes, recién egresados e interesados en fortalecer su perfil profesional.

La experiencia profesional en el área de Seguridad y Salud en el Trabajo permitió identificar una necesidad real de acompañamiento práctico en estudiantes y recién egresados incluso a profesionales con años de formación que no han llegado a tener su primer trabajo en el área en la ciudad de Cúcuta, aunque algunos logran acceder a oportunidades laborales

persiste el temor a equivocarse en tareas administrativas y operativas, ahí es donde se visualiza una necesidad y el plan de negocio con el servicio Praxis Sst logra generar la confianza necesaria para que ellos desempeñen su potencial en escenarios reales.

1.1 Situación actual y magnitud del problema

En Colombia, la Seguridad y Salud en el Trabajo tiene una alta relevancia normativa y empresarial, debido a que las organizaciones deben implementar acciones orientadas a la prevención de accidentes laborales, la identificación de peligros, la gestión de riesgos y la protección de los trabajadores. De acuerdo con el Ministerio del Trabajo, mediante el Decreto 1072 de 2015, el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) establece las disposiciones que deben cumplir los empleadores para gestionar los riesgos laborales y promover ambientes de trabajo seguros y saludables (Ministerio del Trabajo, 2015). La Organización Internacional del Trabajo (OIT) reconoce la seguridad y salud en el trabajo como un derecho fundamental, resaltando la importancia de garantizar condiciones laborales seguras y saludables para todos los trabajadores (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2022).

Los empleadores y contratantes deben gestionar los riesgos laborales mediante la Seguridad y Salud en el Trabajo, lo que exige conocimiento técnico, capacidad de análisis, comunicación efectiva y comprensión de documentos, actividades y responsabilidades asociadas al sistema. Pero quienes se encuentran en etapa de transición laboral suelen percibir que la teoría aprendida no siempre les da la seguridad suficiente tener idea sobre como actuar en situaciones reales ya que muchas veces sus prácticas no generan ese impacto o confianza a desarrollar todos sus conocimientos.

A partir del diagnóstico inicial del proyecto, basado en encuestas aplicadas a estudiantes de últimos semestres y recién egresados, se identificaron varios temores

frecuentes que se relacionan con la falta de confianza en la aplicación de conocimientos, dificultad para comunicarse en contextos del trabajo, poca claridad sobre el rol profesional y dudas al momento de tomar decisiones sin temor a equivocarse. Estos hallazgos permiten ver una debilidad del cliente que puede transformarse en una propuesta de valor: el estudiante no quiere solo información y ya sino guía, práctica, acompañamiento y herramientas que puedan ayudarlo a sentirse preparado.

Aunque los indicadores del DANE sobre mercado laboral juvenil no corresponden de manera exclusiva a egresados como profesionales en Seguridad y Salud en el Trabajo, sí permiten contextualizar la magnitud del reto de inserción laboral juvenil en Colombia. Para el trimestre enero-marzo de 2026, la población joven entre 15 y 28 años registró una tasa global de participación de 55,4 %, una tasa de ocupación de 46,0 % y una tasa de desocupación de 17,0 %. Este panorama muestra que la transición al empleo exige diferenciación, preparación y capacidad de adaptación.

En este contexto, el servicio diseñado puede ubicarse como una solución complementaria de bajo riesgo para el cliente: no promete empleo ni sustituye la experiencia laboral, pero sí ofrece una ruta práctica para mejorar la seguridad profesional, fortalecer habilidades blandas, organizar conocimientos básicos en Seguridad y Salud en el Trabajo y preparar al usuario para enfrentar entrevistas, prácticas, cargos iniciales o escenarios de apoyo en empresas.

1.2 Causas

- **Desconocimiento:** No hay una suficiente exposición a situaciones prácticas o simuladas durante la formación académica, especialmente en actividades en Seguridad y Salud en el Trabajo aplicadas a empresas o casos cercanos a la realidad laboral colombiana.

- Falta de una ruta estructurada de acompañamiento que oriente al estudiante sobre qué hacer en sus primeros acercamientos al campo laboral, cómo organizarse, cómo priorizar actividades y cómo comunicarse profesionalmente.
- Desarrollo insuficiente de habilidades blandas necesarias para el desempeño en SST, como comunicación asertiva, liderazgo preventivo, escucha activa, trabajo en equipo, manejo de inseguridad y toma de decisiones.
- Poca claridad sobre el rol del profesional de SST dentro de las organizaciones, sus límites, responsabilidades, entregables y relación con jefes, trabajadores, ARL y áreas administrativas.
- Escasez de recursos prácticos diseñados específicamente para estudiantes y recién egresados, tales como formatos, lista de chequeo, guías de inicio, casos de simulación, ejemplos de comunicación profesional y rutas de preparación laboral.
- Oferta de formación complementaria que muchas veces se percibe como teórica, general o poco personalizada, lo que abre espacio para un servicio especializado en mentoría práctica y transición laboral.

1.3 Efectos

Si la brecha entre la formación académica y la preparación práctica no se atiende mediante una propuesta de acompañamiento, pueden presentarse los siguientes efectos:

- Baja autoconfianza de estudiantes y egresados al postularse o asumir cargos iniciales en SST.
- Dificultad para comunicar hallazgos, recomendaciones o necesidades preventivas ante jefes, trabajadores o equipos de trabajo.
- Mayor percepción de riesgo de cometer errores en actividades como identificación de peligros, revisión documental, inspecciones, capacitación o apoyo al plan anual de

trabajo.

- Debilidad en la toma de decisiones y en la priorización de actividades cuando se enfrentan a múltiples tareas propias de la Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Necesidad de buscar formación adicional después del egreso, lo que puede retrasar la inserción laboral o aumentar los costos de preparación profesional.
- Menor diferenciación del egresado en procesos de selección donde se valoran competencias prácticas, seguridad profesional y capacidad de adaptación.
- Aparición de una necesidad de mercado que puede ser atendida mediante un servicio accesible de mentoría práctica, orientado a reducir la inseguridad y aumentar la preparación percibida.

Figura 1

Árbol de causas y efectos del problema.



Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

1.4 Justificación

Praxis Sst nace como una idea para ayudar a las personas que están empezando en el área de Seguridad y Salud en el Trabajo. Muchas veces, durante la carrera se aprende la parte teórica, pero al momento de enfrentarse a una práctica o a un primer trabajo aparecen dudas sobre cómo aplicar esos conocimientos. Por eso, el proyecto busca brindar un espacio donde las personas puedan practicar, preguntar y prepararse mejor para esas situaciones.

En la parte laboral, el proyecto busca apoyar a estudiantes y recién graduados que están buscando sus primeras oportunidades. La idea no es prometer conseguir empleo ni reemplazar la experiencia que se gana trabajando, sino ayudar a que la persona tenga más claridad, confianza y una mejor preparación para afrontar sus primeros retos en SST.

También es importante que los temas trabajados estén relacionados con lo que realmente se vive en las empresas y con las normas que existen en Colombia para Seguridad y Salud en el Trabajo. De esta manera, la información entregada será más útil y cercana a la realidad del campo laboral.

Desde el punto de vista del proyecto, Praxis Sst busca responder a una necesidad que tienen muchas personas cuando están comenzando: sentirse más seguras y preparadas. Si se logra ofrecer un acompañamiento sencillo, práctico y de valor, puede convertirse en una herramienta útil para quienes quieren dar sus primeros pasos en esta área. La percepción de autoeficacia influye en la manera en que las personas enfrentan nuevos retos, perseveran ante dificultades y evalúan sus propias capacidades para actuar en determinados contextos (Bandura, 1997).

La propuesta es vendible porque no se presenta como un curso teórico más, sino como una ruta práctica de acompañamiento para un momento específico de la vida profesional: el paso de la universidad al campo laboral. Además, la estructura por paquetes permite atender diferentes presupuestos, desde estudiantes que solo requieren recursos descargables hasta

egresados que desean mayor acompañamiento y retroalimentación personalizada. Esta flexibilidad aumenta la posibilidad de captación, conversión y fidelización del cliente.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Diseñar un plan de negocio para la creación del servicio de mentoría práctica en Seguridad y Salud en el Trabajo Praxis Sst, dirigido a estudiantes de últimos semestres, practicantes y recién egresados, orientado a fortalecer sus competencias prácticas y su preparación para la transición al campo laboral.

1.5.2 Objetivos específicos

- Caracterizar las necesidades de acompañamiento práctico de estudiantes, practicantes y recién egresados de programas relacionados con Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Definir la propuesta de valor del servicio de mentoría práctica en Seguridad y Salud en el Trabajo, considerando el dolor del cliente, los beneficios esperados y el contexto colombiano.
- Diseñar la ruta de mentoría práctica, sus módulos, actividades, recursos y entregables, manteniendo un enfoque claro de estructuración comercial, valor para el cliente y preparación para su futura venta.
- Estructurar paquetes de servicio con precios estimados en pesos colombianos, diferenciando niveles de acompañamiento, beneficios y perfiles de cliente.
- Proyectar canales preliminares de comercialización, argumentos de venta y mecanismos de captación de interesados para demostrar la viabilidad comercial del diseño.
- Identificar la normatividad colombiana relevante para el diseño del servicio, incluyendo disposiciones sobre Seguridad y salud en el Trabajo, riesgos laborales, emprendimiento y tratamiento de datos personales.

2. Estudio de mercado

El estudio de mercadeo se plantea como una aproximación inicial para identificar el contexto, el público objetivo, la necesidad del cliente, la propuesta de valor y las condiciones generales de comercialización en Colombia. Su propósito es sustentar que el servicio diseñado cuenta con una oportunidad comercial razonable y que puede proyectarse como un producto con potencial de venta en el mercado colombiano.

El análisis de mercadeo se enfoca en responder cuatro preguntas clave de negocio: quién compraría el servicio, qué problema desea resolver, por qué elegiría esta propuesta frente a otras alternativas y por qué canales podría llegar a conocerla y adquirirla.

2.1 Contexto del mercado y antecedentes

2.1.1 Análisis político

El contexto político colombiano favorece las iniciativas relacionadas con la educación, el emprendimiento, la empleabilidad y la Seguridad y Salud en el Trabajo. Las políticas relacionadas con formación, empleabilidad, emprendimiento y transformación digital han adquirido relevancia dentro de las estrategias de desarrollo económico y social, debido a su influencia en la generación de capacidades para la inserción laboral y creación de nuevas iniciativas empresariales (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022).

Además, la importancia que el Estado otorga a la prevención de accidentes y enfermedades laborales mantiene la necesidad de profesionales capacitados en la gestión del SG-SST. Praxis Sst busca que las personas no solo aprendan nuevos conocimientos, sino que también desarrollen habilidades que puedan poner en práctica al momento de buscar empleo o iniciar su vida laboral.

Aun así, el proyecto puede verse afectado por los cambios que se presenten en las políticas de empleo, educación y emprendimiento, ya que estos podrían influir en la cantidad

de personas interesadas en el servicio. En general, el panorama político es favorable, pero será necesario estar atentos a las nuevas normas y decisiones del Gobierno para adaptar el proyecto cuando sea necesario.

2.1.2 Análisis económico

La economía del país también puede afectar el funcionamiento de Praxis Sst. Muchos estudiantes, practicantes y recién graduados todavía no cuentan con ingresos estables, así que pagar una mentoría puede resultar difícil para algunos.

Por esta razón, el proyecto debe ofrecer opciones con precios accesibles y ajustadas a las posibilidades de los jóvenes. Al mismo tiempo, la falta de empleo hace que muchas personas busquen prepararse mejor para tener más oportunidades al momento de conseguir trabajo.

El uso de herramientas digitales ayuda a reducir gastos y permite ofrecer el servicio sin tener que invertir tanto en espacios físicos. Sin embargo, cuando la situación económica se complica, las personas suelen dar prioridad a sus necesidades básicas. Por eso, Praxis Sst debe mostrar de forma clara cómo puede apoyar a los jóvenes en su preparación para el mundo laboral.

2.1.3 Análisis social

Los factores sociales son relevantes para Praxis Sst, ya que cada vez más jóvenes buscan mejorar sus oportunidades de empleo y adquirir experiencia práctica antes de ingresar al mercado laboral. La dificultad para ser contratados sin experiencia genera inseguridad en estudiantes y recién egresados, especialmente al enfrentarse a situaciones reales como auditorías, capacitaciones, aplicación de conocimientos técnicos y manejo de responsabilidades propias del área.

Asimismo, la sociedad valora cada vez más el aprendizaje permanente, la formación continua y la adaptación profesional. Por esta razón, las nuevas generaciones prefieren

contenidos prácticos, dinámicos y flexibles que complementen su formación académica y fortalezcan sus posibilidades de inserción laboral.

Además, el crecimiento de las comunidades digitales y el uso de redes sociales como espacios de aprendizaje favorecen la aceptación de servicios de mentoría virtual. Los estudiantes suelen buscar información, orientación y acompañamiento mediante plataformas digitales, lo que facilita el desarrollo y posicionamiento de Praxis Sst.

2.1.4 Análisis tecnológico

La tecnología puede ser de gran ayuda para el desarrollo de Praxis Sst. Actualmente, muchas personas tienen acceso a internet y utilizan el celular o el computador todos los días, lo que hace posible realizar las mentorías de manera virtual y sin necesidad de desplazarse como tal.

Por medio de herramientas como Zoom, Google Meet, Teams o WhatsApp se pueden hacer asesorías, reuniones y seguimientos a los participantes. Esto también permite ahorrar algunos gastos y organizar mejor el servicio.

Las redes sociales sirven para dar a conocer el proyecto y compartir información que pueda ser útil para los jóvenes. Además, por estos medios se pueden enviar guías, formatos, videos y otros materiales de apoyo.

Aun así, es necesario mantenerse al día, porque las plataformas y las herramientas digitales cambian constantemente. En general, la tecnología puede ayudar a que Praxis Sst llegue a más personas y tenga una comunicación más directa con sus usuarios.

2.1.5 Análisis legal

El proyecto de mentoría práctica en Seguridad y Salud en el Trabajo debe funcionar de acuerdo con las normas vigentes en Colombia. Para ello, es necesario tener en cuenta temas relacionados con el emprendimiento, la protección de los datos personales y la regulación en Seguridad y Salud en el Trabajo.

Entre las normas más importantes se encuentra la Ley 1562 de 2012, que establece

aspectos relacionados con el Sistema General de Riesgos Laborales. También está el Decreto 1072 de 2015, que sirve como guía para conocer las responsabilidades y obligaciones que existen en esta área.

De igual manera, la Resolución 0312 de 2019 establece los requisitos mínimos que deben cumplir las organizaciones en materia de Seguridad y Salud en el Trabajo. Aunque Praxis Sst no ofrece asesorías legales, los temas tratados en las mentorías deberán estar acordes con estas normas, ya que esto permitirá ofrecer información confiable y útil para los participantes.

Por otra parte, el proyecto también deberá cumplir con la Ley 1581 de 2012, relacionada con la protección de datos personales. Esto significa que se debe informar a los estudiantes y clientes cómo será utilizada su información y garantizar que sus datos se manejen de manera segura y confidencial.

En general, las normas actuales permiten el desarrollo de Praxis Sst, siempre que el proyecto se mantenga actualizado y maneje de forma responsable tanto la información de los usuarios como los contenidos ofrecidos.

2.1.6. Análisis ecológico

El proyecto Praxis Sst es del sector servicios y, debido a su carácter esencialmente digital, no produce efectos negativos sobre el medioambiente relacionados con la producción industrial, la utilización de materias primas o la creación importante de desechos materiales. No obstante, el uso de herramientas tecnológicas en las operaciones requiere tener en cuenta ciertos factores relacionados con el almacenamiento de datos en formato digital, la conectividad, el empleo de dispositivos electrónicos y el consumo energético.

Además, la modalidad virtual del servicio ofrece una ventaja ambiental, ya que reduce los traslados, el uso de papel y la necesidad de mantener espacios físicos permanentes. El envío de guías digitales, plantillas editables y contenidos electrónicos ayudan a administrar,

optimizar los recursos y fomentar una gestión más sostenible.

En el campo del medio ambiente, Praxis Sst puede fortalecer su compromiso mediante la administración responsable de sus instrumentos digitales. Esto se lograría promoviendo entre sus usuarios el consumo consciente de recursos tecnológicos, la organización de documentos y el uso apropiado de los medios virtuales como opción para la capacitación profesional.

2.2 Análisis y caracterización del consumidor

Figura 2

Perfil del comprador.



Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

Los participantes fueron seleccionados de acuerdo con su disponibilidad y relación con el área de Seguridad y Salud en el Trabajo. Por esta razón, los resultados representan principalmente la opinión del grupo consultado y no necesariamente la totalidad de estudiantes y egresados de SST en Colombia. A pesar de esta limitación, la encuesta ofrece información útil para conocer al consumidor y orientar el diseño inicial de la mentoría.

Después de recopilar las respuestas, los datos fueron organizados mediante frecuencias y porcentajes. Los resultados se representaron en gráficas y se analizaron de

acuerdo con su relación con las características del servicio, los paquetes ofrecidos y las necesidades del público objetivo.

La encuesta fue aplicada entre el 18 de junio y 30 de junio de 2026, y se compartió por medio de WhatsApp, correo electrónico, grupos académicos y redes sociales. La participación fue voluntaria y la información se utilizó con fines académicos y para realizar una primera validación de la propuesta de negocio.

Para obtener esta información, se aplicó una encuesta digital a 72 participantes, entre estudiantes y egresados de programas relacionados con SST. El formulario incluyó preguntas sobre la transición al campo laboral, la confianza para aplicar conocimientos, las habilidades que necesitan fortalecerse, la utilidad de los casos prácticos, la modalidad preferida y la disposición de pago.

El análisis y caracterización del consumidor se realizó con el propósito de conocer las características, necesidades, temores, preferencias y expectativas de las personas que podrían adquirir el servicio de mentoría práctica en Seguridad y Salud en el Trabajo Praxis Sst.

2.2.1 Selección de la población objeto

La población objeto del servicio está conformada por estudiantes de últimos semestres, practicantes, recién egresados y personas con formación en Seguridad y Salud en el Trabajo que se encuentran en proceso de preparación, búsqueda de empleo o ingreso a sus primeras experiencias laborales. Aunque cuentan con conocimientos teóricos y normativos, pueden presentar dudas sobre cómo actuar en situaciones reales, cuáles actividades deben priorizar al iniciar un cargo, cómo comunicarse dentro de una empresa y cómo asumir sus responsabilidades con mayor seguridad.

El mercado inicial se encuentra en Colombia, con un enfoque especial en Cúcuta y Norte de Santander. Sin embargo, la modalidad virtual permitirá atender usuarios de otras

ciudades mediante plataformas de videoconferencia, WhatsApp, correo electrónico y herramientas de almacenamiento digital. Este modelo amplía el alcance del servicio y reduce costos de desplazamiento e infraestructura, aspecto importante para estudiantes y recién egresados que pueden contar con un presupuesto limitado.

La selección se realizó por conveniencia, teniendo en cuenta la disponibilidad de los participantes y su relación con el área de SST. Para participar se consideró que la persona fuera estudiante, practicante, egresada o tuviera formación en el área, que aceptara responder voluntariamente y que diligenciara el formulario.

La muestra estuvo conformada por 72 participantes. Del total, el 66,7 % correspondió a egresados o graduados y el 33,3 % a estudiantes, lo que permitió conocer tanto la opinión de quienes todavía se encuentran en formación como la experiencia de quienes ya finalizaron sus estudios.

Tabla 1.
Segmentación y necesidad de la población objeto

Segmento	Necesidad principal	Cómo responde la mentoría
Estudiantes de últimos semestres	Prepararse para prácticas, entrevistas y primeros acercamientos laborales.	Guías de inicio, casos prácticos y orientación sobre funciones básicas del rol en SST.
Practicantes	Resolver dudas concretas durante la práctica y ganar seguridad al ejecutar actividades.	Acompañamiento grupal, revisión de casos y formatos de apoyo.
Recién egresados	Diferenciarse frente a otros candidatos y reducir el miedo a equivocarse.	Ruta de preparación laboral, simulaciones, retroalimentación y herramientas editables.
Personas con formación en SST sin experiencia reciente	Actualizarse y retomar confianza para postularse o apoyar procesos de SST.	Material práctico, explicación sencilla de actividades iniciales y recomendaciones de desempeño.

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

Con base en la información anterior, el consumidor no se caracteriza únicamente por su edad o ubicación, sino principalmente por el momento profesional en el que se encuentra. Se trata de una persona que atraviesa una etapa de transición y que necesita orientación clara, ejemplos cercanos a la realidad y herramientas que pueda aplicar mientras fortalece su preparación para ingresar o regresar al campo laboral.

Tabla 2.*Perfil de los clientes principales*

Característica	Estudiante de últimos semestres	Egresado reciente
Situación actual	Está terminando su formación o se prepara para realizar la práctica.	Finalizó sus estudios y busca su primera oportunidad o cuenta con poca experiencia.
Necesidad principal	Comprender cómo llevar los conocimientos académicos a situaciones laborales.	Prepararse para entrevistas, asumir un cargo inicial y reducir el temor a cometer errores.
Miedos frecuentes	No saber qué hacer durante la práctica, desconocer documentos o comunicarse de forma incorrecta.	No responder adecuadamente ante una responsabilidad o sentirse poco preparado frente a otros candidatos.
Aspiraciones	Finalizar su formación con mayor seguridad y lograr una experiencia práctica positiva.	Ingresa al mercado laboral, aplicar sus conocimientos y desarrollar confianza profesional.
Forma de informarse	Redes sociales, compañeros, docentes y grupos académicos.	WhatsApp, redes profesionales, ofertas de empleo y recomendaciones de colegas.
Motivo de compra	Recibir orientación antes de enfrentarse a la práctica o al primer empleo.	Contar con acompañamiento, casos aplicados y herramientas para prepararse mejor.
Factores de decisión	Precio, facilidad de acceso, horarios, modalidad y utilidad de los materiales.	Experiencia de la mentora, contenido práctico, retroalimentación, testimonios y flexibilidad.

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

En ambos perfiles, la decisión de compra depende principalmente de la utilidad percibida. El posible cliente busca una mentoría accesible, flexible y diferente de un curso únicamente teórico. También valora la posibilidad de practicar, resolver dudas, recibir retroalimentación y conservar materiales que pueda consultar después de las sesiones.

2.2.2 Estimación de la demanda potencial

La encuesta realizada ayuda a conocer qué tan necesario puede ser este tipo de acompañamiento para las personas que están iniciando en SST. Muchas de las respuestas muestran que existe interés por tener un apoyo más cercano, donde puedan resolver dudas, practicar con situaciones reales y contar con herramientas que les ayuden a sentirse más preparados. Esto demuestra que puede haber una buena oportunidad para el proyecto, siempre teniendo claro que la mentoría será un apoyo adicional a lo aprendido durante la formación.

Para iniciar, se plantea un crecimiento moderado y realista. Se espera dar a conocer el servicio por medio de recomendaciones, redes sociales, contactos con estudiantes y contenido

relacionado con SST. Si en los primeros meses se logra reunir un grupo de personas interesadas, una parte de ellas podría convertirse en participantes del servicio. Esta cantidad sería adecuada para comenzar, mantener una atención cercana y mejorar el proyecto con la experiencia de los primeros usuarios.

Tabla 3.

Estimación de escenarios de demanda

Escenario	Interesados estimados por mes	Conversión esperada	Clientes estimados por mes	Interpretación
Conservador	80	10 %	8	Permite validar la oferta y ajustar contenidos sin saturar la operación.
Moderado	120	15 %	18	Representa una meta alcanzable si hay presencia constante en redes y referidos.
Optimista	180	20 %	36	Requiere mayor capacidad de atención, agenda organizada y apoyo operativo.

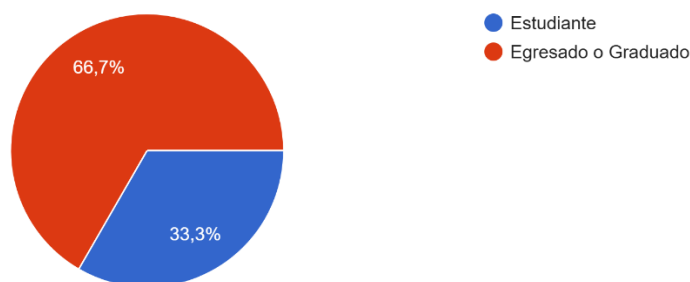
Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

No se busca asegurar que la demanda está garantizada en esta fase. Lo que se observa es que hay indicadores positivos: hay una necesidad que se identifica, un público que admite la problemática, un interés en recibir asistencia y acompañamiento, así como una disposición a pagar de acuerdo con el nivel del servicio. Por lo tanto, la validación comercial tiene que revisarse a través de pilotos, preventas y monitoreo de los clientes iniciales.

Figura 3.

Resultados de la encuesta aplicada

Condición académica actual
72 respuestas



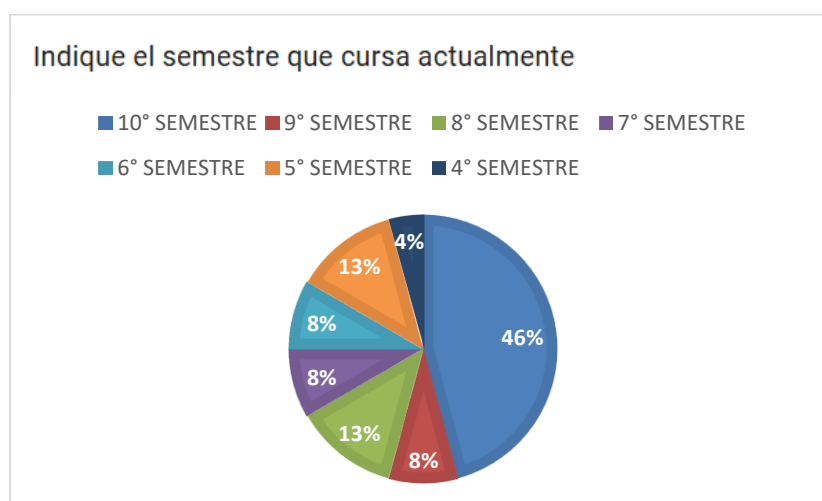
El 66,7 % de la muestra son egresados o graduados y el 33,3 % estudiantes.

Análisis:

La mayoría de los participantes corresponde a personas ya egresadas o en etapa de finalización del proceso formativo, lo que da un valor importante al estudio porque permite evaluar no solo la percepción académica, sino también la cercanía con el entorno laboral real. Este comportamiento indica que el diagnóstico está fuertemente orientado hacia la transición universidad–empleo, lo cual es clave para identificar brechas entre formación teórica y exigencias del campo laboral en SST.

Figura 4.

Semestres cursados actualmente



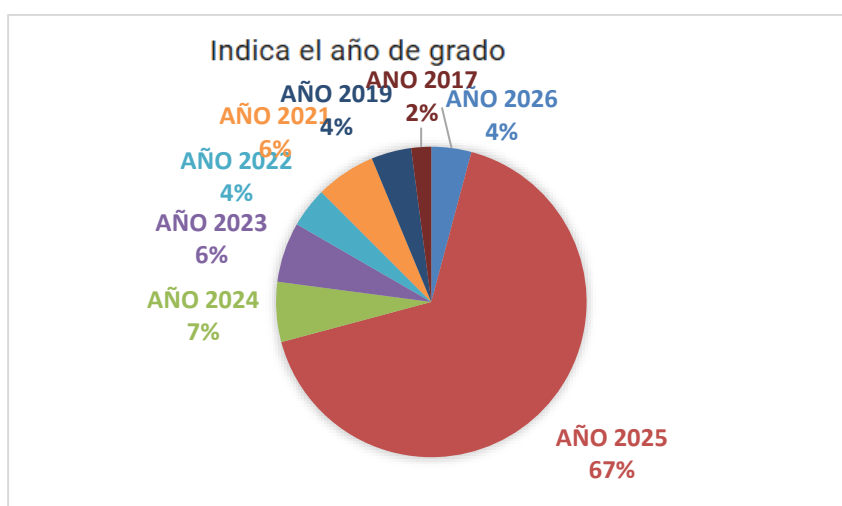
Mayor concentración en semestres avanzados (principalmente 10)

Análisis:

La distribución muestra que la mayoría de los encuestados se encuentran en etapas finales del proceso académico. Esto sugiere que, en teoría, deberían tener un dominio más consolidado de los conceptos y herramientas del área de Seguridad y Salud en el Trabajo. Sin embargo, este tipo de perfil también es crítico porque permite evidenciar si realmente la formación está logrando preparar al estudiante para escenarios laborales reales o si persisten vacíos en la aplicación práctica.

Figura 5.

Año de graduación de los egresados



Predomina el año de grado 2025 con un 67 %.

Análisis:

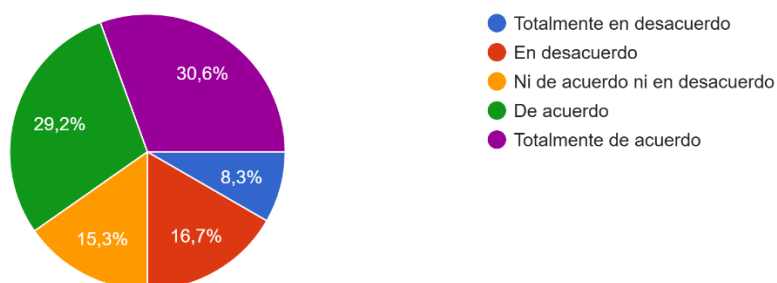
La mayoría de los participantes son graduados recientes, lo que permite conocer una opinión más cercana a la situación actual de quienes están iniciando en SST y sus principales necesidades al buscar trabajo.

Figura 6.

Inseguridad en la transición laboral

1. ¿Considero que la transición de la universidad al campo laboral en Seguridad y Salud en el Trabajo genera inseguridad?

72 respuestas



Análisis:

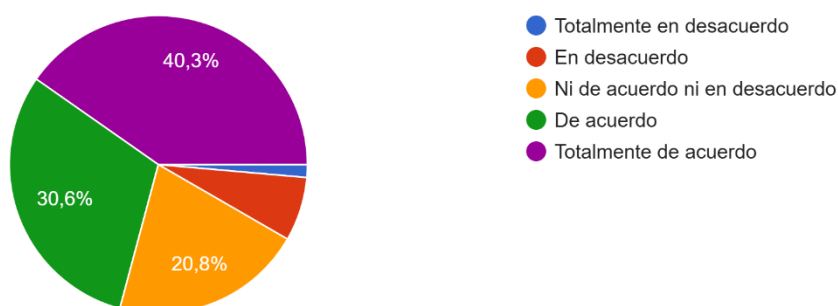
El 59,8 % siente inseguridad al pasar de la universidad al trabajo. Esto muestra que muchas personas tienen conocimientos, pero necesitan más práctica y acompañamiento para sentirse preparadas.

Figura 7.

Confianza para aplicar conocimientos en SST

2. ¿Me siento seguro(a) de aplicar mis conocimientos teóricos de Seguridad y Salud en el Trabajo en situaciones reales de una empresa?

72 respuestas



Análisis:

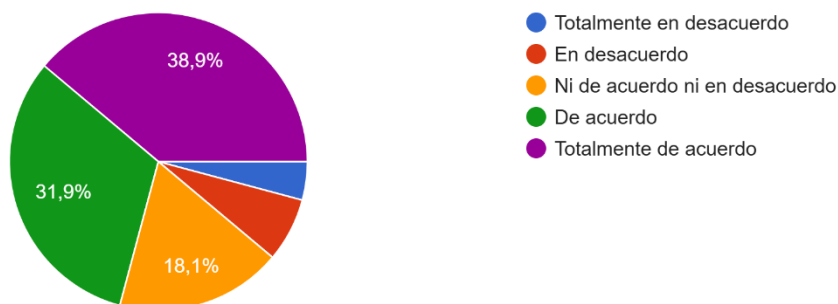
El 70,9 % siente confianza aplicando sus conocimientos, pero al compararlo con la pregunta anterior se nota que todavía existen dudas al momento de llevar la teoría a situaciones reales.

Figura 8.

Conocimiento sobre funciones profesionales en SST

3. ¿Conozco claramente las actividades iniciales de diagnóstico, implementación y gestión documental que debe realizar un profesional de Seguridad y Salud en el Trabajo al iniciar una práctica o desempeñar un cargo laboral?

72 respuestas



Análisis:

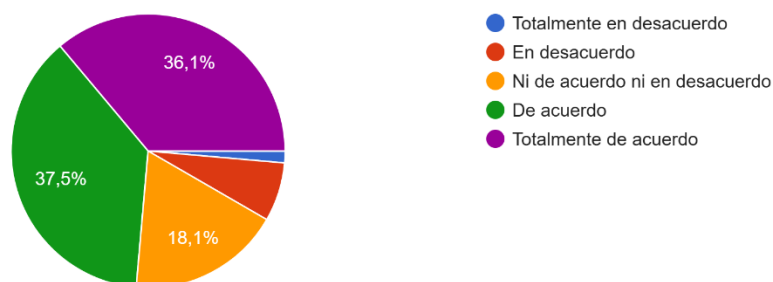
El 70,8 % considera que conoce las funciones de un profesional en SST. Sin embargo, algunos participantes aún necesitan más claridad sobre cómo aplicar esas funciones en una empresa.

Figura 9.

Manejo de documentos y actividades de SST

4. ¿Puedo identificar y priorizar documentos, formatos y actividades básicas relacionadas con el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo?

72 respuestas



Análisis:

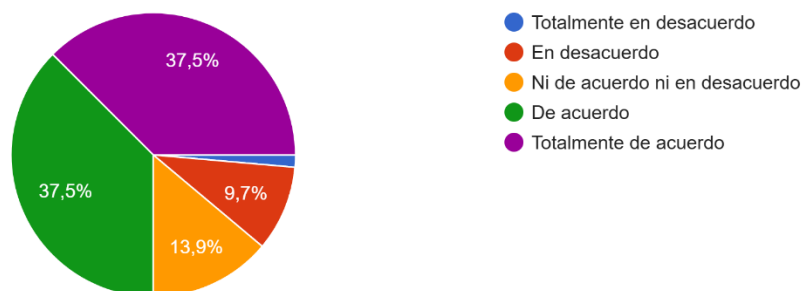
El 73,6 % cree tener claridad sobre los documentos de SST. Aun así, la práctica será importante para que puedan realizar estas actividades con mayor seguridad.

Figura 10.

Comunicación de hallazgos y recomendaciones

5. ¿Me siento preparado(a) para comunicar hallazgos, recomendaciones o necesidades preventivas ante jefes, trabajadores, ARL u otras áreas de la empresa?

72 respuestas



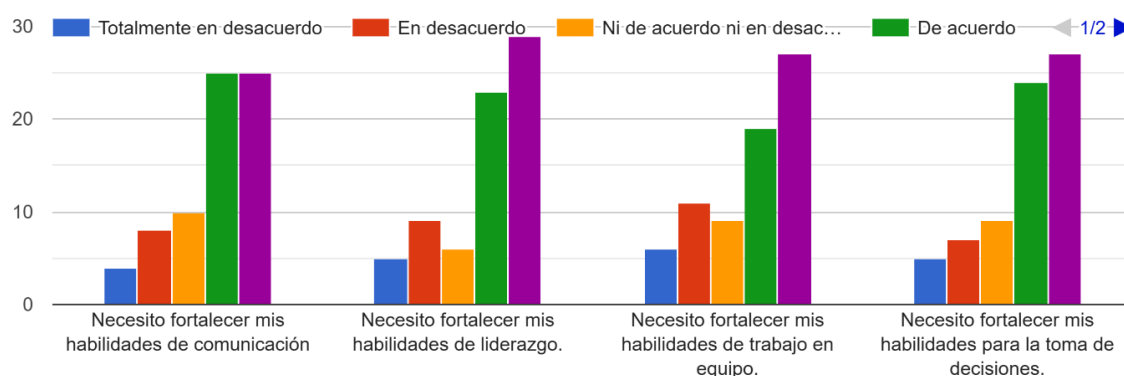
Análisis:

El 75 % considera que puede comunicar hallazgos y recomendaciones. Aunque es un resultado positivo, es importante seguir fortaleciendo la forma de explicar temas de SST de manera clara para diferentes personas.

Figura 11.

Necesidad de fortalecer habilidades personales

6. Indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones relacionadas con las habilidades blandas que considera necesario fortalecer para de...fesional de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST).



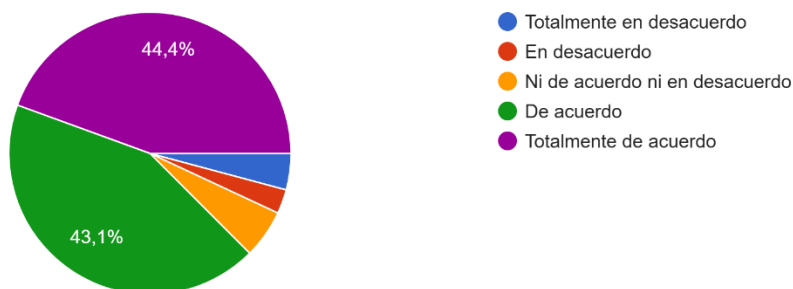
Análisis:

Los resultados muestran que las habilidades personales son un aspecto importante por fortalecer. Además del conocimiento técnico, un profesional en SST necesita saber comunicarse, trabajar con otros y tomar decisiones.

Figura 12.*Uso de casos prácticos para fortalecer la confianza*

7. ¿Creo que practicar con casos reales o simulados ayudaría a mejorar mi confianza profesional en el área de Seguridad y Salud en el Trabajo?

72 respuestas



El 44,4 % totalmente de acuerdo, 43,1 % de acuerdo y el resto minoritario.

Análisis:

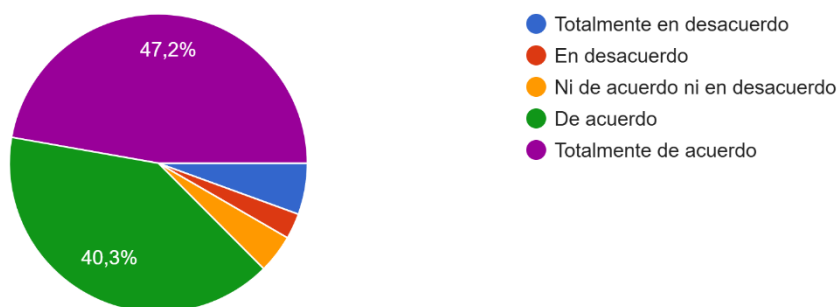
El 87,5 % considera que aprender con casos reales ayuda a aumentar su confianza.

Esto demuestra que los participantes valoran más las actividades donde pueden practicar situaciones parecidas a las del trabajo.

Figura 13.*Utilidad de guías y recursos de apoyo*

8. ¿Considero útil recibir guías, listas de chequeo, formatos editables y recursos digitales para organizar mejor mi inicio en el campo laboral en Seguridad y Salud en el Trabajo ?

72 respuestas



El 47,2 % totalmente de acuerdo, 40,3 % de acuerdo y porcentaje mínimo restante.

Análisis:

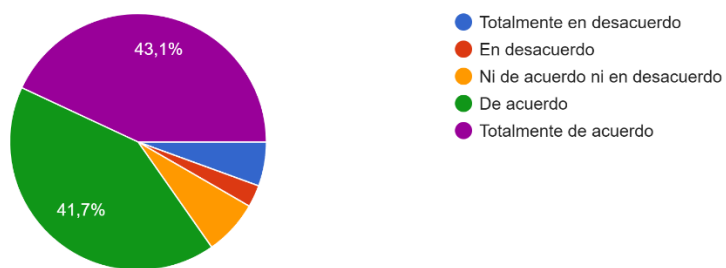
El 87,5 % considera útil contar con guías, formatos y recursos de apoyo. Esto muestra que las personas no solo buscan aprender durante las sesiones, sino también tener herramientas que puedan consultar después.

Figura 14.

Interés en recibir mentoría práctica

9. ¿Me gustaría participar en una mentoría práctica que explique paso a paso cómo actuar en situaciones frecuentes del área de Seguridad y Salud en el Trabajo?

72 respuestas



Análisis:

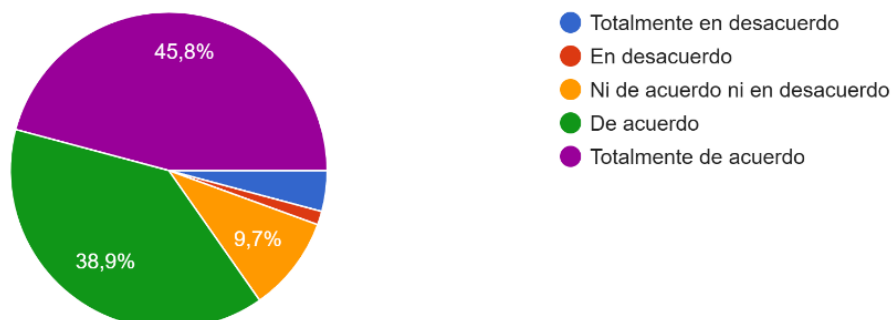
El 84,8 % muestra interés en recibir una mentoría práctica. Este resultado indica que existe una necesidad de contar con más acompañamiento para enfrentar los primeros pasos laborales en SST.

Figura 15.

Interés en apoyo para primeros retos laborales

10. ¿Estaría interesado(a) en recibir un servicio de mentoría para resolver dudas relacionadas con entrevistas laborales, prácticas académicas o el d...s cargos en Seguridad y Salud en el Trabajo (SST)?

72 respuestas



Análisis:

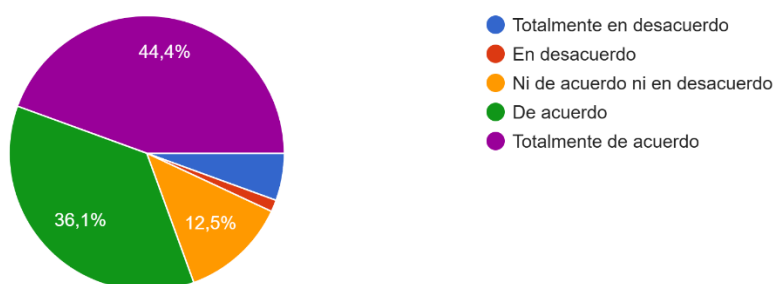
El 84,7 % está interesado en recibir apoyo para entrevistas, prácticas y primeros cargos. Esto muestra una buena aceptación de la idea y una oportunidad para probar el servicio con los primeros participantes.

Figura 16.

Preferencia por paquetes de mentoría

11. ¿Preferiría que el servicio de mentoría en Seguridad y Salud en el Trabajo ofreciera diferentes planes (básico, intermedio y premium) según mis necesidades y presupuesto?

72 respuestas



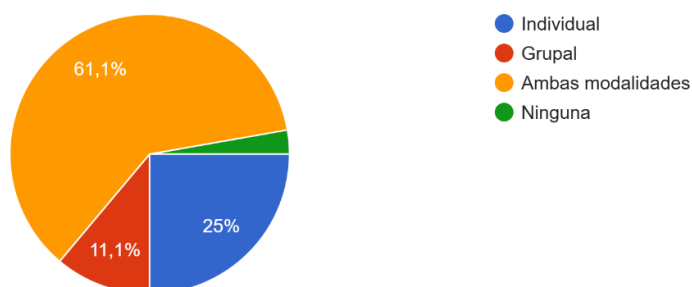
Análisis:

El 80 % está de acuerdo con manejar planes por niveles. Esto indica que las personas prefieren opciones diferentes según sus necesidades y el momento en el que se encuentren.

Figura 17.*Preferencia de modalidad de aprendizaje*

12. Si estuviera interesado(a) en recibir el servicio de mentoría, ¿qué modalidad preferiría?

72 respuestas

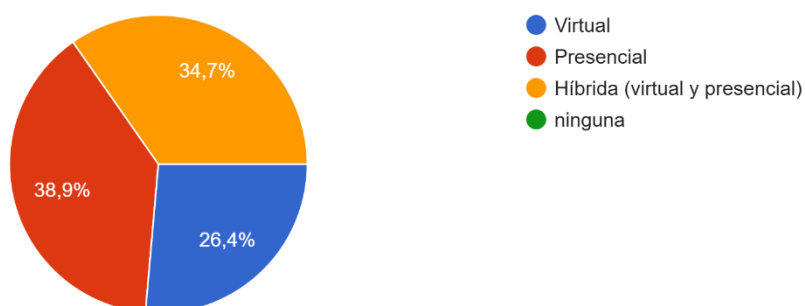
**Análisis:**

Los participantes muestran interés por combinar diferentes formas de aprendizaje. Esto indica que una mezcla entre acompañamiento personalizado y espacios grupales puede ser una buena opción.

Figura 18.*Modalidad preferida para recibir la mentoría*

13. ¿Cuál sería su modalidad preferida para recibir la mentoría?

72 respuestas

**Análisis:**

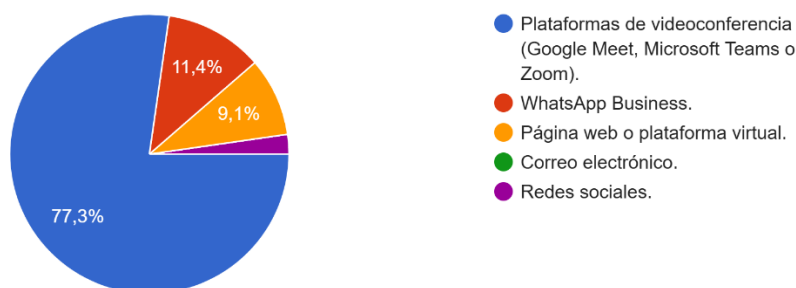
Los resultados muestran que no existe una única modalidad preferida. Esto permite entender que la flexibilidad será importante para adaptarse a las necesidades de cada persona.

Figura 19.

Preferencia de medios para recibir la mentoría

13.1 ¿A través de cuál de los siguientes medios preferiría recibir la mentoría virtual?

44 respuestas



Análisis:

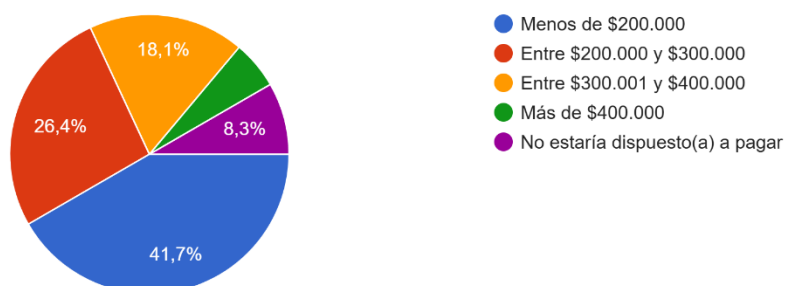
Existe una preferencia por espacios donde puedan interactuar y resolver dudas directamente. Esto demuestra que las personas buscan un acompañamiento más cercano y no solo recibir información.

Figura 20.

Disposición de pago por la mentoría

14. Si el servicio de mentoría práctica en Seguridad y Salud en el Trabajo se ofreciera como un programa completo de acompañamiento (incluyendo ...alizada), ¿cuánto estaría dispuesto(a) a pagar?

72 respuestas



Análisis:

El 91,7 % de los encuestados estaría dispuesto a pagar por el servicio. La mayor aceptación está en valores menores a \$200.000, por lo que el precio será un aspecto importante al momento de ofrecer los paquetes.

En conjunto, los resultados muestran una aceptación inicial favorable y respaldan la realización de una prueba piloto. La encuesta permitió identificar una necesidad, un público interesado en recibir acompañamiento y una disposición inicial de pago. No obstante, la viabilidad comercial deberá comprobarse mediante preventas, ventas reales, satisfacción de los primeros usuarios y control de los costos de operación.

2.3 Identificación y análisis de la competencia

El análisis de la competencia permite conocer las alternativas que tiene el cliente antes de adquirir el servicio de mentoría. Para este proyecto se consideran competidores directos e indirectos.

La competencia directa está conformada por consultores, profesionales, centros de capacitación o empresas que ofrecen asesorías, mentorías o formación práctica en Seguridad y Salud en el Trabajo en Cúcuta y Norte de Santander. La competencia indirecta incluye universidades, Administradoras de Riesgos Laborales, plataformas virtuales, diplomados, cursos grabados y contenido gratuito disponible en redes sociales.

Para realizar la comparación se tendrán en cuenta aspectos como el precio, la modalidad, la cobertura, la especialización en SST, la experiencia, el nivel de acompañamiento y la atención al público en transición laboral. Las siguientes matrices se dejan preparadas para completar con información verificada directamente en páginas oficiales, redes sociales, llamadas o solicitudes de cotización.

Tabla 4.

Matriz 1: Identificación general de competidores

Competidor o institución	Tipo de competencia	Ubicación o cobertura	Servicio ofrecido	Precio	Modalidad
Geosegura	Directa	Avenida 4 # 12-18 La Playa	Diseño e implementación a 6 meses	3.200.000	Presencial
Prinso	Directa	Calle 6 # 7e-26 Quinta Oriental	Diseño e implementación a 6 meses	4.000.000	presencial
Ips Ageso	Directa	Calle 15 # 2-92 La Playa	Diseño e implementación a 6 meses	3.500.000	Presencial
Coursera	Indirecta	Virtual	Cursos en Promoción y Prevención	\$394.350	Virtual
Axa Colpatria	Indirecta	Portal Axa Colpatria	Cursos en Promoción y Prevención	Gratis (Aplica para trabajadores afiliados)	Virtual
Arl Positiva	Indirecta	Portal Positiva Educa	Cursos en Promoción y Prevención	Gratis (Aplica para trabajadores afiliados)	Virtual

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

Tabla 5.

Matriz 2: Comparación y brechas del mercado.

Competidor o institución	Experiencia y especialización	Fortalezas	Debilidades o limitaciones	Brecha que puede atender la propuesta
Geoesgura	Cuenta con experiencia en diseño e implementación de programas de Seguridad y Salud en el Trabajo.	Amplia oferta de servicios y enfoque práctico en SST para empresas.	Servicio orientado principalmente a organizaciones, con poca atención a personas que buscan fortalecer sus competencias profesionales.	Crear una oferta enfocada en estudiantes, técnicos y profesionales que requieren formación práctica y acompañamiento personalizado en SST.
Prinso	Empresa con experiencia en diseño e implementación de sistemas de gestión SST.	Maneja procesos estructurados y acompañamiento empresarial.	Sus servicios pueden estar enfocados a empresas y no a la formación individual de nuevos talentos.	Ofrecer formación complementaria con enfoque aplicado, orientada al desarrollo de habilidades laborales para profesionales en formación.
Ips Ageso	Cuenta con experiencia en servicios relacionados con SST y capacitación.	Conocimiento del sector salud ocupacional y prevención de riesgos.	Oferta limitada a procesos que apoyen y realicen acompañamiento continuo.	Brindar espacios de aprendizaje más cercanos, con herramientas prácticas y actualización en SST.
Coursera	Plataforma internacional con	Varios precios y	Contenidos generales, poca	Diferenciarse mediante capacitación guiada,

	cursos virtuales en diferentes temas entre esos Sst.	cursos y acceso virtual.	interacción directa y se podría ver una ausencia de acompañamiento personalizado.	acompañamiento cercano y contenidos adaptados al contexto laboral colombiano.
Axa Colpatría	Empresa reconocida en riesgos laborales con programas de capacitación.	Amplio reconocimiento, experiencia y recursos tecnológicos.	Algunos programas están dirigidos principalmente a empresas afiliadas y trabajadores vinculados.	Atender a estudiantes, emprendedores y profesionales independientes que buscan formación sin tener un vínculo por empresa
Arl Positiva	Cuenta con programas de promoción y prevención en SST.	Reconocimiento nacional y amplia experiencia en riesgos laborales.	Su enfoque principal está dirigido a afiliados y empresas vinculadas.	Generar una alternativa independiente de formación y acompañamiento para fortalecer competencias en SST.

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

La oportunidad del negocio se encuentra en atender de manera específica a estudiantes, practicantes y recién egresados durante su transición al campo laboral. Mientras varias alternativas se concentran en contenidos normativos, cursos generales o servicios dirigidos a empresas, esta propuesta reúne casos prácticos, retroalimentación, recursos editables y orientación sobre los primeros retos profesionales dentro de una ruta organizada buscando brindar seguridad al estudiante o recién egresado al enfrentarse al primer escenario laboral.

2.4 Estrategias de mercado

Las estrategias de mercado se diseñan teniendo muy claro qué el público al que van dirigidas acostumbra a usar medios de recepción o búsqueda de información en redes sociales, WhatsApp y plataformas digitales y así resolver dudas y comparar opciones de formación. Por ello, la comercialización del servicio debe basarse en una comunicación simple, confiable y cercana, pero mostrando beneficios reales como la seguridad profesional, la organización de conocimientos y la preparación para entrevistas, prácticas o puestos iniciales en el Campo de la Seguridad y Salud en el Trabajo.

La ventaja del proyecto es que el servicio está centrado en un problema concreto: la inseguridad y la falta de preparación práctica que se percibe al inicio de la vida laboral como profesional en Seguridad y Salud en el Trabajo. Así el servicio Praxis Sst se muestra como un puente entre el conocimiento adquirido y las situaciones reales a las que el usuario puede enfrentarse en esa etapa inicial laboral.

La construcción de una propuesta de valor requiere identificar los problemas del cliente, sus necesidades y los beneficios que espera recibir, elementos fundamentales para diseñar modelos de negocio orientados al mercado (Osterwalder & Pigneur, 2011).

2.4.1 Canales de comercialización y distribución

El servicio se comercializará principalmente mediante canales digitales de bajo costo. Los clientes podrán comunicarse a través de WhatsApp Business para conocer los paquetes, resolver dudas, confirmar pagos y recibir seguimiento. Instagram, Facebook y TikTok se utilizarán para atraer público mediante contenidos educativos, testimonios autorizados, historias de transición laboral y consejos prácticos de SST. LinkedIn servirá como canal profesional para publicar contenidos sobre empleabilidad, competencias, normatividad y desarrollo del perfil laboral. La prestación del servicio se realizará mediante encuentros virtuales y el envío de recursos por correo electrónico o carpetas digitales. Las actividades presenciales o híbridas en Cúcuta se programarán por ciclos específicos, utilizando espacios alquilados por horas o alianzas con instituciones educativas.

Tabla 6.
Canales de comercialización y distribución.

Canal	Uso dentro del negocio	Ventaja
WhatsApp Business	Atención comercial, envío de información, seguimiento y servicio al cliente.	Es cercano, rápido y conocido por el público objetivo.
Instagram, Facebook y TikTok	Publicación de contenido educativo y promoción de paquetes.	Permiten llegar a estudiantes y egresados con bajo presupuesto.
Landing page o formulario	Registro de interesados, presentación de beneficios y captación de datos.	Ordena la información y facilita la medición de campañas.

Google Meet o Zoom	Desarrollo de sesiones grupales e individuales.	Reduce costos y permite atender clientes de varias ciudades.
Alianzas académicas	Difusión con grupos estudiantiles, semilleros o docentes.	Aumenta credibilidad y genera confianza inicial.
LinkedIn	Publicación de contenido profesional, empleabilidad y alianzas.	Facilita el contacto con egresados, docentes e instituciones.

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

2.4.2 Estrategias de aprovisionamiento

Al tratarse de un servicio de mentoría, el aprovisionamiento no depende de materias primas físicas, sino de recursos digitales, herramientas tecnológicas y apoyo profesional por lo cual los proveedores principales serán plataformas de videoconferencia, servicios de diseño, almacenamiento en la nube, herramientas de automatización, pasarelas de pago y, en etapas posteriores, profesionales de apoyo que puedan participar como mentores invitados.

Tabla 7.

Estrategias de aprovisionamiento.

Recurso o proveedor	Uso	Criterio de selección
Google Drive o OneDrive	Almacenamiento y entrega de guías, formatos y grabaciones permitidas.	Facilidad de uso, seguridad y bajo costo.
Zoom, Meet o Teams	Sesiones virtuales y reuniones de mentoría.	Estabilidad de conexión y acceso para los participantes.
Canva o herramientas de diseño	Diseño de guías, piezas de redes y presentaciones.	Buena presentación visual y facilidad de edición.
Nequi, Daviplata, PSE o transferencia	Recaudo de pagos.	Accesibilidad para estudiantes y facilidad de verificación.
Apoyo contable o administrativo	Organización de ingresos, gastos y obligaciones del negocio.	Confiabilidad, costo razonable y conocimiento básico de emprendimientos.

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

2.4.3 Estrategias de precios

La estrategia de precios se plantea por niveles para responder a distintas capacidades de pago. Los resultados de la encuesta muestran sensibilidad al precio, por lo cual no sería conveniente iniciar con un único paquete costoso. En cambio, se propone una oferta escalonada que permita entrar con un producto accesible y, al mismo tiempo, ofrecer opciones con mayor acompañamiento para quienes requieran una experiencia más completa.

La definición de los precios considera tres elementos: la disposición de pago identificada en la encuesta, los costos de prestación del servicio y la comparación con las alternativas disponibles en el mercado. Los resultados muestran una mayor concentración en rangos inferiores a \$300.000, por lo cual se plantea una oferta escalonada. El paquete Básico funciona como opción de entrada, mientras que los paquetes Práctico y Premium aumentan su valor por las sesiones en vivo, la retroalimentación y el seguimiento. También se tendrán en cuenta el tiempo de preparación, el uso de plataformas, el diseño de materiales, la atención por mensajería y las comisiones de pago.

Tabla 8.
Estrategia de precios por paquete. (mes)

Paquete	Precio estimado	Incluye	Cliente recomendado
Básico	\$100.000 COP	Autodiagnóstico, guía de inicio laboral, Lista de chequeo de primeros pasos y formatos editables básicos. Incluye 1 sesión grupal con análisis de casos y espacio para preguntas. (virtual)	Estudiante o egresado que quiere organizarse y empezar a prepararse.
Práctico	\$220.000 COP	Todo lo anterior, dos sesiones grupales, análisis de casos y espacios para preguntas. Una sesión individual, retroalimentación personalizada y ruta de mejora profesional.	Egresado o practicante que desea mayor seguridad para entrevista, práctica o cargo inicial.
Premium	\$350.000 COP	Acompañamiento guiado en la implementación y gestión inicial del SG-SST, 2 sesiones individuales, revisión de avances y retroalimentación especializada.	Egresados en su primer empleo que requieran orientación práctica, acompañamiento y retroalimentación personalizada.

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

Los valores son preliminares y deberán validarse mediante cotizaciones, análisis de competidores y pruebas de venta. Durante el lanzamiento se podrán utilizar precios promocionales para captar los primeros usuarios, recoger testimonios autorizados y evaluar qué paquete tiene mayor aceptación. Los ajustes posteriores deberán mantener un equilibrio entre accesibilidad, calidad del acompañamiento y sostenibilidad del negocio.

2.4.4 Estrategias de promoción y publicidad

La forma de dar a conocer Praxis Sst estará enfocada en mostrar una situación que viven muchas personas al iniciar en el área: tienen conocimientos de la carrera, pero muchas veces no saben cómo aplicarlos en un entorno real y eso puede generar inseguridad. Por medio de la comunicación del proyecto se buscará mostrar que la mentoría es un espacio de apoyo donde pueden practicar, resolver dudas y prepararse mejor para sus primeros retos laborales. No se ofrecerán promesas de conseguir empleo, sino un acompañamiento que ayude a llegar con más confianza y preparación.

- Compartir contenido sencillo sobre temas que pueden generar dudas al comenzar en SST, como errores comunes, documentos importantes y recomendaciones para prácticas o entrevistas.
- Realizar espacios gratuitos donde las personas puedan conocer el proyecto, resolver algunas inquietudes y entender la diferencia entre aprender teoría y contar con una guía más práctica.
- Compartir experiencias de participantes que hayan probado la mentoría, siempre contando con su autorización.
- Crear campañas de referidos, donde un estudiante pueda invitar a otro y recibir un descuento en próximos recursos o sesiones.
- Ofrecer una promoción inicial que permita dar a conocer el servicio, recibir opiniones y hacer ajustes según la experiencia de los primeros usuarios
- La imagen de Praxis Sst buscará transmitir cercanía, confianza y profesionalismo, mostrando un servicio pensado para acompañar a quienes están dando sus primeros pasos en el área.

Mensaje central de la marca

PRAXIS SST: “De la universidad al campo laboral con más seguridad”.

Este mensaje comunica que el servicio no reemplaza la formación universitaria ni garantiza empleo, sino que acompaña al usuario para organizar sus conocimientos y prepararse de una manera práctica para sus primeras experiencias laborales.

Tabla 9.
Estrategia de redes sociales y contenido.

Red Social	Frecuencia inicial	Contenido principal
Instagram	Tres publicaciones por semana	Consejos, errores frecuentes, casos cortos y presentación de paquetes.
TikTok	Dos videos por semana	Explicaciones breves, situaciones simuladas y recomendaciones prácticas.
LinkedIn	Una o dos publicaciones por semana	Empleabilidad, habilidades profesionales, normatividad y alianzas.
WhatsApp Business	Atención diaria en horario definido	Información de paquetes, seguimiento y servicio al cliente.
Charla introductoria	Una vez al mes	Presentación de la mentoría y actividad práctica de muestra.
Correo electrónico	Dos comunicaciones al mes	Recursos, recordatorios y próximos ciclos.

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

Figura 21.
Identidad visual Praxis Sst.



Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

3. Propuesta de negocio

La propuesta de negocio consiste en ofrecer un servicio de mentoría práctica en Seguridad y Salud en el Trabajo para apoyar a los estudiantes, practicantes y recién egresados durante su transición al campo laboral y las dudas que puedan surgir en esa transición. Este servicio se enfoca en acompañar, orientar y entregar las diferentes herramientas aplicables para que así el usuario sienta más seguridad y confianza en sus conocimientos y los aplique de mejor manera al enfrentar entrevistas, prácticas, actividades iniciales o cargos de apoyo en Seguridad y Salud en el Trabajo.

La idea central es convertir la experiencia y el conocimiento del área en una ruta organizada, sencilla de entender y comercializable. El servicio no reemplaza la formación universitaria ni la experiencia laboral, sino que las une y complementa mediante actividades guiadas, casos simulados, formatos de trabajo, recomendaciones y espacios de retroalimentación buscando generar esa seguridad en ese paso a ejercer como profesional en Seguridad y Salud en el Trabajo.

3.1 Características del servicio

Tabla 10.

Características generales del servicio Praxis Sst.

Característica	Descripción
Nombre preliminar del servicio	Praxis Sst: De la universidad al campo laboral con más seguridad.
Tipo de servicio	Acompañamiento formativo no formal, con enfoque práctico y orientación profesional.
Modalidad	Virtual, con posibilidad de actividades híbridas o presenciales en Cúcuta según la demanda.
Duración por ciclo	Entre 1 y 4 semanas, según el paquete adquirido.
Entregables	Guías digitales, formatos editables, lista de chequeo de inicio, casos prácticos, recomendaciones y retroalimentación.
Resultado esperado	Mayor claridad sobre el rol en SST, seguridad para actuar y organización de conocimientos básicos.

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

Las características anteriores muestran que el servicio puede adaptarse a distintos momentos del usuario. Cada persona puede tener una necesidad diferente. Un estudiante puede buscar apoyo para prepararse antes de iniciar sus prácticas, mientras que alguien recién graduado puede necesitar ayuda para enfrentar una entrevista o entender mejor cómo empezar en un nuevo trabajo. Por eso, los ejemplos que se trabajen no serán una respuesta única para todos, sino una forma de ayudar a pensar, analizar situaciones y tomar mejores decisiones.

También se tendrá en cuenta que los materiales entregados sean realmente útiles después de las sesiones. La idea no es entregar muchos documentos que después queden guardados, sino crear guías y recursos fáciles de entender y consultar cuando la persona tenga alguna duda.

La mentoría se desarrollará paso a paso. Al inicio, cada participante podrá identificar qué temas maneja mejor y cuáles necesita reforzar. Con base en esto se trabajarán ejercicios, ejemplos y situaciones relacionadas con sus primeros pasos laborales. Al finalizar, tendrá más claridad sobre lo que aprendió, lo que debe seguir practicando y qué puede hacer para continuar mejorando.

3.1.1 Metodologías

La metodología propuesta se fundamenta en enfoques de aprendizaje activo, donde el estudiante construye conocimiento mediante la resolución de problemas, análisis de situaciones y aplicación práctica de conceptos en contextos cercanos a la realidad profesional (Kolb, 1984).

La idea no es repetir las clases que la persona ya recibió ni ponerla a responder como si estuviera en un examen. Lo que se busca es acercarla a situaciones que podría encontrar en un trabajo, para que pueda pensar cómo actuaría, qué datos necesitaría, con quién debería apoyarse y cómo explicaría sus decisiones. De esta manera, lo aprendido deja de ser solo teoría y se convierte en algo que pueda aplicar en la vida real.

- Aprender con situaciones reales: se trabajarán ejemplos de situaciones que pueden pasar en una empresa, como revisar documentos, encontrar una situación que necesita atención o apoyar una actividad de seguridad. La idea es que la persona aprenda a analizar lo que ocurre, organizar la información y pensar en posibles soluciones, entendiendo que en la vida laboral también deberá apoyarse en los procesos de la empresa y en las personas encargadas.
- Guías fáciles de seguir: se entregarán apoyos que ayuden a organizar las primeras tareas y saber por dónde empezar. Estas guías no buscan decir exactamente qué hacer en todos los casos, sino servir como una ayuda para que la persona tenga una base y pueda adaptarla según la empresa donde esté trabajando.
- Práctica de situaciones del trabajo: se realizarán ejercicios donde se pueda practicar cómo hablar con jefes, trabajadores y otras áreas de la empresa. El objetivo será aprender a explicar mejor una situación, hacer preguntas, dar recomendaciones y comunicarse con más seguridad, sin sentir que debe saberlo todo desde el primer momento.
- Orientación y comentarios para mejorar: durante el proceso se revisarán las actividades realizadas, las dudas y los puntos que puedan fortalecerse. La idea es brindar una opinión clara sobre lo que se está haciendo bien y qué aspectos se pueden mejorar, siempre entendiendo que la mentoría es un apoyo y no reemplaza las responsabilidades propias del cargo o de la empresa.
- Apoyo en el inicio de la vida laboral: se tendrá en cuenta que empezar en el área de SST puede generar dudas e inseguridad. Por ello, también se trabajarán la confianza, la organización del tiempo, la forma de hacer preguntas y la toma de decisiones de una manera prudente. La meta no es que la persona crea que ya lo sabe todo, sino que aprenda a actuar con mayor calma, aprenda a reconocer sus límites y a buscar apoyo cuando sea necesario.

Tabla 11.*Estructura de módulos de la mentoría.*

Módulo	Tema	Actividad principal	Producto esperado
1	Reconocer el papel en SST	Autodiagnóstico y conversación sobre los temores del comienzo.	Mapa personal de necesidades.
2	Primeros pasos en una empresa	Revisión de tareas básicas y documentos iniciales.	Lista de chequeo para el inicio laboral.
3	Comunicación profesional	Simulación de un reporte de hallazgos y recomendaciones.	Guion básico de comunicación.
4	Casos prácticos	Revisión de situaciones de inspección, capacitación o manejo de documentos.	Solución guiada de casos.
5	Preparación para el trabajo	Consejos para entrevista, práctica o primer cargo.	Ruta de mejora y plan de acción.

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

Los módulos de Praxis Sst se estructuran bajo un enfoque de aprendizaje experiencial, donde el participante parte de una situación concreta, analiza alternativas, recibe retroalimentación y transforma la experiencia en nuevos aprendizajes aplicables al contexto laboral (Kolb, 1984). Estos módulos se desarrollarán en un orden que tenga sentido para quien está comenzando. Primero se revisará el papel del profesional y las preocupaciones del participante; después se trabajarán las tareas iniciales, la comunicación y los casos prácticos. El último módulo servirá para reunir lo aprendido y convertirlo en un plan de acción. Esta secuencia de pasos ayudará a que la persona no reciba información suelta, sino que entienda cómo se conecta cada tema con su preparación laboral.

La metodología podrá ajustarse según el paquete y el grupo. En una sesión grupal se aprovecharán las preguntas de varios participantes y el intercambio de experiencias, mientras que en el acompañamiento individual se profundizará en necesidades más concretas de acuerdo con la vivencia o duda de cada usuario. En ambos casos se mantendrá el mismo enfoque: orientar, practicar y dejar herramientas que puedan seguir utilizándose de manera autónoma en cada experiencia a vivir.

3.1.2 Metodología de desarrollo del producto

El desarrollo del producto se realizará de manera gradual, tomando como punto de partida las necesidades identificadas en estudiantes, practicantes y recién egresados de Seguridad y Salud en el Trabajo. La idea es crear un servicio que combine materiales digitales con espacios de acompañamiento, de forma que el usuario pueda relacionar los conocimientos aprendidos en la universidad con situaciones cercanas al campo laboral.

En una primera etapa se revisarán las principales dificultades del público objetivo, como la inseguridad al aplicar los conocimientos, la falta de claridad sobre las funciones iniciales del profesional en SST y las dudas frente al manejo de documentos y la comunicación dentro de una empresa. Con base en esta información se diseñarán los módulos, actividades, casos prácticos, listas de chequeo, guías y formatos editables que harán parte de la mentoría.

Después se realizará una prueba piloto con un grupo pequeño de participantes, con el fin de comprobar si los contenidos son claros, útiles y adecuados para sus necesidades. Las opiniones recibidas permitirán corregir materiales, mejorar las actividades y ajustar la duración de las sesiones.

Finalmente, el servicio se organizará en los paquetes Básico, Práctico y Premium, de acuerdo con el nivel de acompañamiento ofrecido. Los contenidos serán revisados periódicamente para mantenerlos actualizados y mejorar la experiencia de los usuarios.

3.1.3 Metodología pedagógica

La metodología pedagógica de Praxis Sst se fundamenta en el aprendizaje experiencial, el cual plantea que el conocimiento se desarrolla mediante un ciclo donde la persona experimenta, reflexiona, conceptualiza y aplica nuevamente lo aprendido en nuevas situaciones (Kolb, 1984).

El proceso comenzará con un autodiagnóstico para identificar las fortalezas,

necesidades y principales temores de cada usuario. Posteriormente, se trabajará mediante casos reales o simulados, guías paso a paso, ejercicios de comunicación y actividades relacionadas con inspecciones, capacitaciones, revisión documental e identificación de peligros.

La retroalimentación será un elemento importante durante la mentoría. El mentor orientará al participante sobre sus fortalezas y los aspectos que debe mejorar, utilizando un lenguaje claro y ejemplos fáciles de comprender. También se fortalecerán habilidades como la comunicación, la toma de decisiones, el trabajo en equipo y la confianza profesional.

Al finalizar, cada participante contará con una ruta personal de mejora que le permitirá reconocer qué conocimientos domina y cuáles necesita seguir fortaleciendo. De esta manera, la mentoría complementará la formación académica y facilitará una transición más segura hacia el campo laboral.

3.2 Ventajas competitivas y propuesta de valor

El valor principal del servicio está en ayudar al estudiante o egresado a convertir lo aprendido en acciones más claras y seguras. El usuario no paga únicamente por recibir información que podría encontrar en internet; paga por tener una ruta organizada, ejemplos pensados para su etapa, la posibilidad de hacer preguntas y una orientación que le permita reconocer qué sabe y qué necesita fortalecer. Esa combinación de orden, cercanía y práctica puede disminuir la sensación de estar solo frente a un primer empleo.

La diferenciación empresarial se fortalece cuando una organización logra ofrecer un valor percibido diferente frente a otras alternativas existentes en el mercado (Porter, 1985).

Tabla 12.
Elementos de la propuesta de valor.

Elemento de valor	Explicación
Enfoque en la transición laboral	Atiende un momento específico: pasar de estudiar SST a enfrentarse al trabajo real.

Lenguaje claro	Evita explicaciones demasiado técnicas y usa ejemplos cercanos.
Materiales útiles	Entrega guías, listas y formatos que ayudan a organizarse.
Acompañamiento directo	El usuario puede preguntar y recibir orientación, no solo mirar contenido grabado.
Precios por niveles	Hay una opción económica y otras con atención más personalizada.
Atención flexible	Puede ofrecerse en línea y llegar a personas de distintas ciudades.

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

Una de las ventajas del proyecto es que ofrece mayor facilidad para participar. Al manejarse principalmente de forma virtual, las personas podrán acceder desde diferentes lugares, organizar los encuentros según su tiempo disponible y recibir los materiales de una manera más rápida y sencilla. Además, esta forma de trabajo permite ir mejorando los contenidos a medida que aparezcan nuevas dudas o necesidades.

En pocas palabras, Praxis Sst busca acompañar a las personas para que se sientan más preparadas al momento de iniciar su camino laboral, teniendo más claridad y mayor confianza en lo que hacen. No se busca prometer resultados que no dependen del proyecto, sino brindar un apoyo real, práctico y cercano donde puedan aprender, resolver dudas y prepararse mejor para situaciones que pueden encontrar en el trabajo.

La mentoría no busca reemplazar una carrera universitaria, un curso o una certificación. Su propósito es complementar lo aprendido y apoyar ese momento en el que muchas personas pasan de estudiar a enfrentarse por primera vez al mundo laboral. Por eso, el enfoque estará en explicar los temas de una forma más sencilla, usar ejemplos cercanos y entregar materiales que sean fáciles de consultar cuando se necesiten.

3.2.1 Ventajas competitivas sostenibles

Especialización en la transición laboral en SST. La mentoría no aborda únicamente contenidos generales del área, sino que se concentra en las dudas y necesidades que aparecen al pasar de la formación académica a las primeras experiencias laborales.

Metodología práctica con recursos aplicables. El servicio combina casos simulados,

prácticas de comunicación, listas de chequeo, formatos editables y una ruta de mejora. Esto permite que el aprendizaje continúe después de terminar las sesiones.

Acompañamiento ajustado al nivel del usuario. El autodiagnóstico inicial y los diferentes paquetes permiten adaptar el apoyo según la situación del participante. Un estudiante puede requerir preparación para su práctica, mientras que un egresado puede necesitar apoyo para una entrevista o un cargo inicial.

Estas ventajas pueden mantenerse mediante la actualización periódica de contenidos, la revisión de casos frecuentes, la formación de mentores aliados y la mejora continua de los materiales.

Canvas resumido de la propuesta de valor

Tabla 13.

Canvas resumido de la propuesta de valor.

Elemento	Descripción
Tareas del cliente	Prepararse para prácticas, entrevistas, cargos iniciales y aplicación de conocimientos en SST.
Dificultades	Miedo a equivocarse, poca experiencia, dudas documentales, inseguridad para comunicarse y falta de claridad sobre el rol.
Aspiraciones	Obtener una oportunidad laboral, desarrollar confianza, aplicar conocimientos y actuar de forma responsable.
Servicio ofrecido	Mentoría por paquetes, sesiones grupales e individuales, casos, guías y herramientas editables.
Cómo reduce dificultades	Organiza los primeros pasos, permite practicar antes de actuar y ofrece retroalimentación.
Cómo genera beneficios	Fortalece la preparación, mejora la comunicación y entrega recursos de consulta posterior.

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

4. Estudio técnico

El estudio técnico explica qué se necesita para prestar el servicio de forma organizada, cómo será la atención, cuántas personas podrán participar, desde dónde funcionará el emprendimiento y cuáles serán sus condiciones básicas. Como la mayor parte de la mentoría será digital, no se requiere una infraestructura grande para empezar. Sin embargo, esto no significa que el servicio pueda improvisarse: será necesario contar con equipos adecuados, una conexión estable, materiales bien organizados, tiempos definidos y una forma clara de registrar a los usuarios y hacer seguimiento.

La operación se diseñará para comenzar de manera liviana, pero con suficiente orden para ofrecer una buena experiencia. En la primera etapa se aprovecharán recursos que ya estén disponibles y solo se comprarán o contratarán aquellos que tengan una utilidad directa. Esta decisión permite cuidar el presupuesto y evita invertir en una oficina o en herramientas costosas antes de saber cómo responderá el mercado.

4.1 Balance de requerimientos

Los requerimientos se organizan en cuatro grupos: tecnología, personal, administración y materiales digitales. Esta división permite identificar qué es indispensable, qué puede contratarse por demanda y qué puede incorporarse más adelante. Para comenzar, la prioridad será contar con un computador confiable, internet estable, audio claro, un espacio tranquilo y herramientas que permitan preparar, guardar y compartir los contenidos sin complicaciones.

Tabla 14.
Requerimientos tecnológicos.

Recurso tecnológico	Cantidad	Uso	Valor
Computador portátil	1	Preparar materiales, realizar sesiones y administrar el negocio.	\$1.800.000
Internet fijo o móvil estable	1	Realizar sesiones y atender a los clientes.	\$90.000 mensual

Cámara, micrófono o audífonos	1	Mejorar la comunicación durante las videollamadas.	\$250.000
Plataforma de videoconferencia	1	Hacer mentorías grupales e individuales.	\$0 a \$70.000 mensual
Herramientas de diseño y almacenamiento	1	Diseñar guías, publicaciones y entregar materiales.	\$60.000 mensual

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

Tabla 15.

Requerimientos de recurso humano.

Recurso humano	Cantidad inicial	Función
Mentora principal	1	Crear contenidos, orientar sesiones, atender clientes y revisar avances.
Apoyo en diseño digital	1 por demanda	Crear publicaciones, guías y material visual.
Apoyo contable o administrativo	1 por demanda	Organizar ingresos, gastos, facturas y obligaciones básicas.
Mentor invitado en SST	Opcional	Apoyar temas especiales cuando aumente la demanda.

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

Tabla 16.

Requerimientos de material digital.

Material digital	Descripción	Uso
Guía de inicio laboral SST	Documento con pasos sencillos para comenzar en una empresa.	Material principal para los usuarios.
Lista de chequeo documental	Lista de documentos y actividades frecuentes.	Ayuda a organizar las tareas.
Casos simulados	Situaciones de inspección, reporte o comunicación.	Ejercicios para las sesiones.
Formatos editables	Plantillas básicas de seguimiento y organización.	Herramientas para practicar.
Ruta personal de mejora	Plan corto con fortalezas y aspectos por trabajar.	Cierre y seguimiento de la mentoría.

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

Los recursos tecnológicos seleccionados son básicos, pero cumplen funciones importantes. Una cámara o un micrófono adecuados ayudan a que la comunicación sea clara; el almacenamiento en la nube facilita el orden de los materiales y una plataforma de videollamadas permite atender a personas de diferentes lugares. Antes de pagar planes

mensuales, se revisarán las versiones gratuitas y se contratarán opciones de pago únicamente cuando el número de usuarios o la duración de las sesiones lo justifique.

En cuanto al recurso humano, la mentora principal asumirá la mayor parte de las actividades durante el inicio. Los apoyos de diseño, contabilidad o temas especializados se contratarán de manera puntual para no aumentar demasiado los costos fijos. Esta forma de vinculación permite mantener una estructura pequeña, aunque será necesario dejar claras las tareas, los tiempos de entrega y el manejo confidencial de la información de los clientes.

Los materiales digitales deberán tener una versión controlada y una fecha de actualización. Se organizarán carpetas separadas para plantillas, casos, contenidos de cada ciclo y registros de los participantes. También se harán copias de seguridad y se limitará el acceso a la información personal. Aunque el servicio sea pequeño, estas prácticas ayudan a evitar pérdidas de archivos, confusiones entre versiones y uso inadecuado de datos.

4.2 Descripción del proceso

La atención comienza desde el momento en que una persona conoce el servicio y termina con la evaluación, el seguimiento y la posibilidad de continuar en otro nivel. Cada paso debe ser fácil de entender y estar acompañado por mensajes claros. Un proceso ordenado evita que el usuario tenga que preguntar varias veces lo mismo, reduce errores en los pagos o en la agenda y permite que la mentora dedique más tiempo a la orientación y menos a resolver asuntos administrativos.

Figura 22.*Flujograma del proceso de atención.*

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

- Atraer personas interesadas mediante contenido educativo, recomendaciones, charlas de introducción o alianzas académicas. En esta etapa se explicará el problema que atiende la mentoría y se mostrarán ejemplos del tipo de apoyo que ofrece, sin exagerar los resultados.
- Hablar con el interesado por WhatsApp Business o mediante un formulario corto para conocer su situación. Se preguntará si es estudiante, practicante o egresado, qué tema le preocupa y qué disponibilidad tiene, evitando solicitar datos que no sean necesarios.
- Recomendar el paquete que mejor se ajuste a su presupuesto, tiempo y nivel de acompañamiento. La explicación incluirá el precio, la duración, los materiales, las

sesiones y los límites del servicio, para que la compra se convierta en una decisión informada.

- Confirmar el pago y enviar un mensaje de bienvenida con el cronograma, las reglas de participación de cada sesión, los canales de contacto y el autodiagnóstico. Esta información quedará por escrito para evitar malentendidos con los usuarios y facilitar la organización del participante.
- Entregar los materiales y realizar las sesiones grupales o individuales incluidas en el paquete. Las actividades se programarán con anticipación y los archivos se compartirán de forma ordenada, con el fin de que sean fáciles de abrir desde un computador o un teléfono y entendibles.
- Trabajar casos, practicar la comunicación y revisar dudas frecuentes de los primeros empleos que puedan suceder. Durante esta fase se observará la manera en que la persona organiza la información, argumenta sus decisiones y reconoce cuándo necesita consultar una norma, un procedimiento o a un superior.
- Cerrar el ciclo con comentarios, una ruta de mejora y una encuesta sobre la experiencia. La retroalimentación se centrará en avances y acciones concretas, no en calificaciones. La encuesta servirá para conocer qué fue útil y qué debería cambiarse.
- Hacer seguimiento por un tiempo definido y ofrecer nuevos recursos, beneficios por referidos o próximos ciclos de mentoría. El seguimiento no será permanente ni ilimitado; sus condiciones dependerán del paquete adquirido y se comunicarán desde el inicio.

Todo el proceso deberá sentirse cercano y profesional, especialmente porque muchos usuarios estarán comprando por primera vez un servicio de acompañamiento. La calidad de la atención será tan importante como el contenido. Responder dentro de un tiempo razonable, respetar los horarios, enviar materiales completos y cumplir lo prometido puede influir más

en la satisfacción del cliente que tener una gran cantidad de documentos.

Para mantener el orden, se utilizará un registro básico con el nombre del participante, el paquete adquirido, el estado del pago, las sesiones realizadas, los materiales entregados y el resultado de la encuesta. Este registro permitirá hacer seguimiento sin depender únicamente de la memoria o de conversaciones sueltas en WhatsApp.

El proceso se revisará después de cada ciclo. Si varias personas hacen la misma pregunta o encuentran difícil una actividad, se ajustará la explicación o el material correspondiente. De esta forma, el servicio podrá mejorar con la experiencia y no quedarse en una estructura fija que ignore las necesidades reales de los usuarios.

4.3 Capacidad

La capacidad inicial se calcula pensando en una mentora principal y apoyos externos ocasionales. Para cuidar la calidad, se comenzará con grupos pequeños y con un número limitado de sesiones individuales. Atender más personas de las que permite la agenda podría generar retrasos, respuestas rápidas y una experiencia poco personalizada, precisamente lo contrario de lo que busca la propuesta.

Tabla 17.

Capacidad de atención inicial.

Tipo de atención	Capacidad mensual inicial	Observación
Paquete Básico	10 a 20 usuarios	La entrega es principalmente digital y permite atender más personas.
Paquete Práctico	10 a 20 usuarios	Uno o dos grupos de máximo 10 participantes, según la agenda.
Paquete Premium	5 a 8 usuarios	Incluye atención y retroalimentación individual.
Capacidad total inicial	25 a 48 usuarios al mes	Depende de la distribución de paquetes y del tiempo disponible de la mentora.

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

La capacidad no se medirá únicamente por el número de personas inscritas. También

se tendrá en cuenta el tiempo de preparación, las respuestas por mensajería, la revisión de ejercicios y el seguimiento posterior. Aunque algunas de estas actividades no se vean directamente durante las sesiones, también hacen parte del trabajo que requiere el proyecto y deben tenerse en cuenta al organizar el tiempo disponible.

Si con el tiempo aumenta la cantidad de personas interesadas, se podrá buscar apoyo de otros profesionales, crear algunos recursos que faciliten el aprendizaje y organizar mejor las preguntas o dudas más comunes. Antes de crecer y recibir más participantes, será importante revisar que todo esté funcionando bien, que los contenidos sean fáciles de entender y que exista una buena forma de acompañar a cada persona. La idea es crecer sin perder la cercanía y el trato personalizado que diferencia a Praxis Sst.

4.4 Localización

4.4.1 Macro

El proyecto iniciará en Colombia, principalmente en Cúcuta y Norte de Santander, ya que es un entorno donde será más fácil dar los primeros pasos, conocer personas, crear contactos y probar cómo funciona el servicio. Empezar en un lugar cercano permitirá escuchar mejor las necesidades de los participantes y hacer cambios antes de buscar llegar a más personas.

Aunque el inicio será en esta zona, Praxis Sst no estará limitado solamente a una ciudad. Al manejarse de forma virtual, podrá llegar a personas de otras regiones que tengan acceso a internet y puedan utilizar medios de pago digitales. Esto permitirá ampliar el alcance del proyecto sin generar muchos gastos adicionales. Para lograrlo será importante adaptar la forma de comunicarse con las personas y tener en cuenta que cada participante puede tener diferentes necesidades según su experiencia y lugar de trabajo.

4.4.2 Micro

En la primera etapa, la mentoría funcionará desde un espacio de trabajo en casa o desde un lugar con internet estable, buena iluminación, poco ruido y condiciones adecuadas para las videollamadas. El espacio deberá mantenerse ordenado y separado, en lo posible, de interrupciones durante las sesiones. También se contará con una agenda, un sistema de archivo digital y una forma segura de guardar los datos de los participantes.

Para charlas o talleres presenciales en Cúcuta se podrán alquilar salones por horas, utilizar espacios de trabajo compartido o gestionar convenios con instituciones educativas. Antes de confirmar un encuentro se revisará la ubicación, el acceso, la ventilación, el mobiliario, la conexión y las condiciones básicas de seguridad. Esta opción evita asumir el costo mensual de un local mientras la demanda todavía está en etapa de prueba.

4.5 Evaluación de alternativas

Se revisan tres formas de prestar el servicio: virtual, presencial e híbrida. La comparación tiene en cuenta los costos, el alcance, la facilidad para comenzar, la disponibilidad de la mentora y las preferencias expresadas en la encuesta. No existe una modalidad perfecta para todos; por eso se busca elegir la que permita iniciar con menos riesgo y, al mismo tiempo, ofrecer una experiencia útil.

Tabla 18.

Evaluación de alternativas de modalidad.

Alternativa	Ventajas	Limitaciones	Evaluación
Virtual	Bajo costo, alcance nacional y facilidad para compartir recursos.	Depende de una buena conexión y del compromiso del usuario.	Es la mejor opción para comenzar.
Presencial	Mayor cercanía y actividades prácticas directas.	Genera gastos de espacio y transporte, y llega a menos lugares.	Puede usarse para talleres puntuales en Cúcuta.
Híbrida	Combina cercanía y flexibilidad.	Necesita más organización.	Puede aplicarse después de comprobar la demanda.

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

La evaluación de alternativas se revisará después del piloto. Si se presentan problemas frecuentes de conexión, baja participación o dificultad para realizar ciertos ejercicios, se podrán ajustar las sesiones, enviar materiales con anticipación o reservar algunas actividades para encuentros presenciales. La modalidad será un medio para cumplir el objetivo de la mentoría, no una decisión que deba mantenerse, aunque no funcione bien.

La alternativa seleccionada para comenzar es la virtual, acompañada de actividades presenciales ocasionales cuando exista suficiente interés. Esta decisión reduce los gastos de espacio y desplazamiento, facilita atender a personas de otras ciudades y permite probar el servicio sin comprometerse con una infraestructura permanente. Más adelante, si los participantes valoran los encuentros presenciales y estos pueden cubrir sus costos, se podrán programar ciclos híbridos.

4.6 Plano o diseño de las instalaciones

Aunque Praxis Sst iniciará con un espacio de trabajo pequeño y principalmente digital, se mantendrán prácticas de organización que permitan ofrecer un servicio confiable. Antes de cada sesión se revisarán los equipos, la conexión a internet y los materiales necesarios para evitar inconvenientes durante la atención.

Debido a que el servicio manejará información de participantes, se establecerán medidas básicas para proteger la confidencialidad de los datos. Los registros de clientes, formularios, evidencias y documentos de trabajo estarán almacenados en espacios digitales organizados, con acceso limitado únicamente a las personas autorizadas. Además, se evitará compartir información personal, fotografías o datos de los participantes sin contar con su autorización.

También se realizarán actividades como organización periódica de archivos, copias de

seguridad y actualización de la información del servicio. Estas acciones permitirán mantener un mejor control documental y brindar mayor confianza a los usuarios.

En una etapa inicial no se contempla comprar ni alquilar una oficina permanente, ya que el modelo de trabajo virtual permite reducir costos y validar la aceptación del servicio antes de realizar mayores inversiones. Si en el futuro aumenta la demanda y se requieren encuentros presenciales, se podrán utilizar salones alquilados o espacios mediante alianzas con instituciones, manteniendo la flexibilidad del emprendimiento.

Tabla 19.

Descripción de áreas o espacios de trabajo.

Área	Descripción
Espacio principal de trabajo	Escritorio, computador, audífonos, cámara e internet estable.
Archivo digital	Carpeta organizada en la nube para materiales, clientes y evidencias.
Atención virtual	Lugar tranquilo y ordenado para realizar las mentorías.
Administración	Registro de pagos, agenda, clientes y seguimiento comercial.

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

5. Estudio organizacional

5.1 Tipo y naturaleza de la empresa

El emprendimiento será una empresa privada de servicios educativos y orientación profesional no formal, especializada en mentoría práctica para Seguridad y Salud en el Trabajo. Su propósito comercial será atender una necesidad concreta: apoyar a quienes están pasando de la etapa académica a la laboral y todavía no se sienten preparados para enfrentar situaciones básicas del área. El servicio se ofrecerá de manera independiente y sus ingresos provendrán de la venta de paquetes, recursos digitales y, en una etapa posterior, talleres o alianzas.

Para efectos del plan de negocios, se propone constituir el emprendimiento como una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS). Esta figura permite comenzar con una sola accionista, facilita la incorporación futura de socios y ayuda a separar las obligaciones de la empresa del patrimonio personal de la fundadora, dentro de los límites establecidos por la normatividad. También ofrece flexibilidad para definir la administración, formalizar los ingresos, celebrar contratos y desarrollar alianzas a medida que aumente la demanda.

5.2 Constitución de la empresa y aspectos legales

Para trabajar de forma responsable será necesario revisar la inscripción ante la Cámara de Comercio, definir la actividad económica que corresponda, manejar la facturación y cumplir las obligaciones tributarias aplicables. También se prepararán términos del servicio, una política de tratamiento de datos y una descripción clara de lo que incluye cada paquete. Estos documentos no deben escribirse solo para cumplir un requisito: servirán para que el cliente sepa qué está comprando, cuánto dura el acompañamiento, qué canales puede utilizar

y cuáles son los límites de la mentoría.

Para la constitución y puesta en marcha se consideran los siguientes pasos:

1. Consultar la disponibilidad del nombre comercial y definir las actividades económicas de la empresa.
2. Elaborar el documento de constitución y los estatutos de la SAS.
3. Realizar la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio de Cúcuta.
4. Tramitar el Registro Único Tributario (RUT) y obtener el Número de Identificación Tributaria (NIT).
5. Definir las responsabilidades tributarias y habilitar la facturación cuando corresponda.
6. Abrir una cuenta bancaria destinada al manejo de los recursos de la empresa.
7. Elaborar la política de tratamiento de datos, los términos del servicio y las condiciones de pago, cancelación y reprogramación.
8. Revisar las obligaciones relacionadas con renta, industria y comercio e impuesto sobre las ventas, según el régimen y la actividad registrada.
9. Consultar ante las autoridades competentes si alguna actividad ofrecida requiere licencia o autorización adicional en Seguridad y Salud en el Trabajo.

La mentoría se ofrecerá como un servicio educativo y de orientación profesional, no como auditoría del SG-SST, consultoría empresarial o certificación oficial. Antes de iniciar operaciones se deberá verificar si alguno de los contenidos o actividades puede requerir licencia en SST, con el fin de mantener claros los límites del servicio.

El servicio no se ofrecerá como consultoría legal, auditoría de empresas ni certificación oficial de competencias. Su función será orientar y acompañar a la persona en su

preparación. Las normas se explicarán como referencia para comprender el trabajo en SST, pero no se emitirán conceptos jurídicos especializados ni se asumirán obligaciones que correspondan al empleador, al responsable del sistema o a otros profesionales. Esta aclaración protege tanto al usuario como al emprendimiento y evita crear expectativas equivocadas.

- Cumplir la Ley 1581 de 2012 y las demás disposiciones aplicables para proteger la información personal de clientes e interesados. Solo se pedirán los datos necesarios, se explicará para qué se utilizarán y se evitará compartirlos sin autorización.

- Explicar de manera visible y es importante, que la mentoría no garantiza empleo, ascensos o resultados que dependan de una empresa o de un proceso de selección. El servicio fortalece la preparación, pero la decisión de contratación corresponde a terceros.

- Utilizar materiales propios o contenidos que cuenten con autorización, respetando los derechos de autor. Cuando se empleen normas o documentos públicos, se citará la fuente y se evitará presentar como propio el trabajo de otras personas.

- Mantener organizados los pagos, las facturas, los soportes contables y las condiciones de devolución o reprogramación. Esta información permitirá responder con claridad ante una duda del cliente y facilitará el crecimiento formal del negocio.

- Revisar con frecuencia las normas colombianas de SST y las fuentes utilizadas en los materiales. Si un contenido cambia o queda desactualizado, deberá corregirse antes de volver a ofrecerlo. La actualización será una responsabilidad permanente del servicio.

También será importante contar con autorizaciones cuando se quieran publicar testimonios, fotografías o comentarios de los participantes. La experiencia de un usuario puede ayudar a promocionar el servicio, pero no debe utilizarse sin su consentimiento. Cuando sea posible, se ofrecerá la opción de compartir un testimonio sin mostrar datos personales.

5.3 Estructura organizacional

Durante la primera etapa, la estructura organizacional será sencilla para mantener bajos los costos y tomar decisiones con rapidez. La fundadora asumirá la creación de contenidos, la orientación de las sesiones, la atención comercial y el seguimiento de los clientes. Sin embargo, esto no significa que deba hacerlo todo sin apoyo. Las tareas que requieran conocimientos específicos, como el diseño, la contabilidad o una mentoría especializada, podrán contratarse por proyecto o por sesión.

Tabla 20.

Responsabilidades por cargo o rol.

Cargo o rol	Responsabilidades	Forma inicial de vinculación
Fundadora y mentora principal	Crear el servicio, orientar sesiones, atender clientes y coordinar el trabajo.	Directa / emprendimiento propio.
Apoyo administrativo-contable	Organizar ingresos, gastos, facturas y obligaciones básicas.	Externo por demanda.
Diseñador o apoyo digital	Crear piezas gráficas, guías y material promocional.	Externo por proyecto.
Mentores invitados	Apoyar temas específicos o ciclos con alta demanda.	Externo por sesión.
Soporte comercial	Responder mensajes, organizar datos y hacer seguimiento a interesados.	Futuro, según el crecimiento.

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

La distribución de funciones ayudará a evitar sobrecarga y confusión. Aunque una misma persona ocupe varios roles al comienzo, conviene separar los tiempos de atención, creación de materiales, promoción y administración. Así será más fácil saber cuánto esfuerzo requiere realmente el negocio y qué actividad debería delegarse primero cuando aumenten las ventas.

La comunicación con colaboradores externos se manejará mediante acuerdos sencillos sobre las tareas, los plazos, el pago y la confidencialidad. Si un mentor invitado participa en una sesión, también deberá conocer el enfoque del servicio y evitar promesas que no correspondan. Con el tiempo estas reglas podrán convertirse en procedimientos internos más completos poco a poco.

Figura 23.
Organigrama inicial



Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

La fundadora coordinará la operación y será responsable de la orientación principal. Las personas de apoyo que hagan parte del proyecto se irán sumando según las necesidades que vayan apareciendo. De igual manera, se contará con alguien que ayude en la parte comercial cuando el número de interesados y clientes sea suficiente para necesitar ese apoyo.

5.4 Estrategias corporativas

Las estrategias del proyecto servirán como una guía para saber cómo avanzar y tomar mejores decisiones. Al inicio, lo más importante será ganarse la confianza de las personas, cumplir con lo que se ofrece y aprender de la experiencia de los primeros participantes. La idea no es crecer rápidamente sin estar preparados, sino ir mejorando poco a poco la atención y los contenidos. El reconocimiento del proyecto se espera lograr con un buen servicio, una comunicación clara y el compromiso de mejorar cada día.

5.4.1 Misión

La misión de Praxis Sst es ayudar a los estudiantes y a quienes están comenzando en Seguridad y Salud en el Trabajo a tener más claridad sobre lo que viene después de terminar sus estudios. Se busca brindar un apoyo cercano, donde puedan resolver dudas, aprender de situaciones reales y sentirse con más confianza para enfrentar sus primeros retos laborales.

La idea es que cada actividad tenga un propósito claro y realmente ayude a las personas, no solo entregar más información. Por eso, se buscará que los contenidos sean fáciles de entender, útiles y relacionados con situaciones que puedan encontrar en su trabajo.

5.4.2 Visión

La idea de Praxis Sst es ser un apoyo para las personas que están empezando en el área de Seguridad y Salud en el Trabajo, ayudándolas a prepararse mejor para su vida laboral con un acompañamiento práctico y cercano.

Con el tiempo se espera poder ampliar los temas, contar con el apoyo de otros profesionales y crear un espacio donde más personas puedan aprender y compartir experiencias. El proyecto busca crecer poco a poco, sin perder la cercanía con los participantes ni la calidad del servicio. El reconocimiento se espera lograr gracias al buen trabajo realizado y a la utilidad que encuentren las personas en el acompañamiento.

5.4.3 Políticas

5.4.3.1 Política de calidad del servicio

La idea de Praxis Sst es que las personas puedan recibir una orientación clara y realmente útil para su trabajo. Por eso, los temas se explicarán de una forma sencilla, buscando que cada participante pueda entenderlos y aplicarlos en situaciones que pueda encontrar en su día a día. Antes de cada actividad se revisará que los documentos y materiales estén listos, completos y sean fáciles de utilizar.

También se tendrá en cuenta la opinión de quienes participen, porque sus comentarios permitirán saber qué se está haciendo bien y qué cosas se pueden cambiar para mejorar. Si se presenta algún error o algo que no funcione como se esperaba, se revisará y se buscará darle una solución adecuada.

5.4.3.2 Política de Seguridad y Salud en el Trabajo

Aunque gran parte del trabajo de Praxis Sst se realizará de manera virtual, también se tendrá en cuenta el cuidado y bienestar de las personas que hacen parte del proceso. Por eso, se promoverán hábitos sencillos como trabajar en un espacio cómodo y organizado, cuidar la postura, hacer pausas durante la jornada, revisar que los equipos funcionen correctamente y evitar pasar demasiado tiempo seguido frente a la pantalla.

La idea es que el proyecto aplique en su propia forma de trabajar los mismos principios de prevención que busca enseñar a sus participantes. En los espacios presenciales en caso de que se programen, se procurará que las actividades se realicen en lugares adecuados, revisando aspectos básicos como la comodidad del espacio, la organización, las condiciones del lugar y cualquier situación que pueda representar un riesgo. Si se realiza una actividad práctica, se explicarán previamente las reglas y los límites. La mentoría debe dar ejemplo de prevención, incluso cuando se desarrolle en espacios alquilados por pocas horas.

5.4.3.3 Política ambiental

Se dará prioridad a los materiales digitales para disminuir impresiones y consumo de papel. Las guías se entregarán en formatos que puedan consultarse desde distintos dispositivos y solo se recomendará imprimir cuando resulte realmente útil. También se fomentará una buena organización de los archivos para evitar copias innecesarias y versiones repetidas.

El uso de herramientas digitales también tiene un impacto, por lo que se promoverán prácticas sencillas como eliminar archivos duplicados, cerrar cuentas que no se utilicen, cuidar los equipos para alargar su vida útil y realizar reuniones virtuales cuando un desplazamiento no sea necesario. La política ambiental será proporcional al tamaño del emprendimiento, pero deberá aplicarse desde el inicio.

5.4.3.4 Política de responsabilidad social empresarial

El emprendimiento buscará aportar a jóvenes que están comenzando su vida laboral y que, en muchos casos, cuentan con recursos limitados. De acuerdo con sus posibilidades, podrá ofrecer charlas sin costo, materiales básicos de orientación, cupos con descuento o actividades abiertas que permitan conocer el servicio antes de comprarlo. Estas acciones deberán planearse para que sean sostenibles y no afecten la calidad de los paquetes pagados.

La responsabilidad social también se reflejará en el trato. No se ridiculizarán las dudas ni se hará sentir menos preparada a una persona por no tener experiencia. La mentoría buscará crear un espacio respetuoso donde preguntar sea parte del aprendizaje y donde se reconozca que cada participante avanza a un ritmo diferente.

5.4.3.5 Política de ética y transparencia

La comunicación comercial será directa y honesta. No se prometerán empleos, certificados oficiales, ingresos futuros ni resultados que dependan de otras personas o empresas. Los precios, horarios, materiales y condiciones se informarán antes del pago. Si un tema se sale del alcance de la mentoría, se le dirá al usuario y se recomendará buscar el apoyo profesional correspondiente.

También se protegerán los datos de los usuarios, se respetarán los derechos de autor y se evitará utilizar casos reales que permitan identificar a una empresa o a una persona. La confianza no se construye solamente con un contenido bueno; también depende de la forma responsable en que se maneja la información recibida durante las sesiones.

5.4.4 Valores corporativos

Los valores de Praxis Sst muestran la forma en que el proyecto quiere trabajar y la manera en que busca relacionarse con sus clientes y con las personas que hacen parte del proceso. No son solo palabras escritas en un documento, sino principios que deben reflejarse en la forma de atender, cumplir lo prometido, resolver inquietudes y mantener una

comunicación clara y cercana. A continuación, se presentan los valores más importantes y cómo se aplican dentro del proyecto.

Tabla 21.

Aplicación de valores corporativos.

Valor	Cómo se aplica
Responsabilidad	Cumplir lo prometido y orientar con seriedad.
Cercanía	Escuchar las dudas del estudiante o egresado sin juzgar.
Claridad	Explicar los temas de forma sencilla y práctica.
Ética	No ofrecer resultados falsos ni usar información sin permiso.
Aprendizaje continuo	Actualizar los materiales y mejorar la forma de trabajar.
Confianza	Ayudar al usuario a reconocer sus capacidades y lo que debe mejorar.

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

Estos valores también ayudarán a tomar mejores decisiones en el futuro. Por ejemplo, si para vender un servicio es necesario prometer resultados que no se pueden garantizar, esto no estaría alineado con la forma de trabajar del proyecto. De igual manera, si el crecimiento hace que no sea posible brindar una buena atención a los clientes, sería necesario revisar la manera de operar. Tener claros estos principios permitirá que Praxis Sst pueda crecer sin perder la calidad ni la esencia con la que fue creado.

5.4.5 Estrategias de crecimiento y expansión

- Comenzar con un programa piloto para probar los contenidos, la duración, los precios y la experiencia del usuario. El piloto permitirá detectar dificultades antes del lanzamiento y recoger comentarios que sirvan para ajustar el servicio.
- Formar una comunidad digital de estudiantes y egresados interesados en SST. La comunidad podrá recibir consejos, invitaciones y recursos breves, pero deberá administrarse con reglas claras para evitar mensajes excesivos o información poco útil.
- Hacer alianzas con docentes, grupos estudiantiles e instituciones que puedan dar a conocer la propuesta. Las alianzas deberán ofrecer beneficios para ambas partes, como charlas, descuentos, actividades de orientación o acceso a contenidos introductorios.

- Crear nuevos módulos a partir de las necesidades más frecuentes, como entrevistas, inspecciones, documentos, comunicación, liderazgo preventivo y organización de las primeras semanas de trabajo. Los temas se elegirán con base en preguntas reales y no solo por tendencia.

- Invitar a otros mentores cuando aumente la demanda o se necesiten experiencias profesionales diferentes. Antes de participar, cada mentor deberá conocer el enfoque, los límites y la forma de trato que espera el servicio.

- Vender recursos digitales por separado, como guías o plantillas, para generar ingresos adicionales sin depender únicamente de las sesiones en vivo. Estos productos deberán incluir instrucciones y no presentarse como documentos listos para aplicar sin revisión.

El crecimiento se realizará por etapas. Primero se buscará que el servicio básico funcione bien; después se ampliarán los contenidos, los canales y el equipo. Esta manera de avanzar ayuda a evitar gastos innecesarios en ideas que aún no han sido comprobadas y permite que cada paso que se dé dentro del proyecto tenga un propósito claro.

6. Estudio financiero

El análisis financiero permite conocer si Praxis Sst tiene las condiciones para funcionar y mantenerse en el tiempo. Para realizar esta proyección se tomaron como referencia los precios de cada paquete, la cantidad de clientes esperados y la información obtenida en el estudio de mercado. Estas cifras son una aproximación inicial y podrán ajustarse de acuerdo con los resultados que se obtengan cuando el proyecto empiece a operar.

Se plantea un crecimiento paso a paso para mantener una expectativa realista. La proyección inicia con 18 clientes en el primer mes y espera llegar a 43 clientes al finalizar el primer año, sin superar la capacidad de atención del proyecto. Los precios definidos son de \$100.000 para el paquete Básico, \$220.000 para el Práctico y \$350.000 para el Premium.

6.1 Inversiones

La inversión inicial contempla lo necesario para empezar a operar, dejar organizado el negocio y tener un respaldo para los primeros pasos del proyecto. Los valores se mantienen según lo establecido en el plan de negocios.

Tabla 22.
Inversión inicial.

Tipo de inversión	Concepto	Valor
Inversión fija	Computador portátil	\$ 1.800.000
Inversión fija	Cámara, micrófono, audífonos e iluminación	\$ 350.000
Subtotal inversión fija		\$ 2.150.000
Inversión diferida	Diseño de elementos visuales y primeras plantillas	\$ 300.000
Inversión diferida	Dominio, página básica y correo profesional	\$ 350.000
Inversión diferida	Formalización y documentos legales básicos	\$ 300.000
Subtotal inversión diferida		\$ 950.000
Capital de trabajo	Publicidad de lanzamiento	\$ 500.000
Capital de trabajo	Reserva para imprevistos	\$ 200.000
Subtotal capital de trabajo		\$ 700.000
TOTAL, INVERSIÓN INICIAL		\$ 3.800.000

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

La inversión inicial para poner en marcha Praxis Sst es de \$3.800.000 COP. Al ser un servicio que puede manejarse de forma virtual, es posible empezar sin asumir gastos grandes como una oficina o compra de materiales. Estos recursos ayudarán a dar a conocer el servicio y cubrir algunos gastos que se puedan presentar mientras el proyecto empieza a funcionar.

6.2 Costos

Para mantener un equilibrio entre lo que ofrece cada paquete del servicio, el nivel de acompañamiento brindado y los resultados esperados, los costos del proyecto se organizaron en dos grupos: los gastos generales necesarios para que este funcione y los gastos que dependen directamente de cada servicio ofrecido.

Los gastos generales corresponden a aquellos que se mantienen de forma constante, sin importar si aumenta o disminuye la cantidad de clientes. Para el funcionamiento del proyecto, estos costos representan aproximadamente \$1.350.000 mensuales.

Tabla 23.
Costos comunes de estructura.

Concepto	Valor mensual	Observación
Internet y telefonía	\$ 100.000	Sesiones, seguimiento y atención comercial.
Herramientas digitales	\$ 100.000	Diseño, almacenamiento y videoconferencia.
Publicidad digital	\$ 400.000	Captación de interesados y promoción.
Honorarios base de la mentora	\$ 250.000	Planeación general y disponibilidad mínima; la atención se asigna como costo directo.
Apoyo contable o administrativo	\$ 200.000	Organización financiera y documental.
Diseño y edición de materiales	\$ 150.000	Piezas gráficas y actualización de recursos.
Comisiones generales e imprevistos	\$ 150.000	Transacciones, contingencias y ajustes operativos.
TOTAL, COSTOS COMUNES	\$ 1.350.000	Valor fijo mensual, independiente del número de ventas.

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

6.3 Ingresos y proyección de ventas

Los ingresos se obtienen multiplicando el precio mensual de cada paquete por el número de ventas estimado. Como referencia de operación estabilizada, el mes 6 proyecta 13 ventas del paquete Básico, 16 del Práctico y 7 del Premium, para un total de 36 clientes y un ingreso bruto de \$7.270.000 COP. Este valor no se aplica por igual a todos los meses del primer año, porque la captación comienza de manera gradual desde 18 clientes y aumenta hasta 43 clientes en el mes 12.

Tabla 24.

Ingresos brutos proyectados (Mes 6).

Paquete	Precio mensual	Ventas del mes 6	Ingreso bruto mes 6
Básico	\$ 100.000	13	\$ 1.300.000
Práctico	\$ 220.000	16	\$ 3.520.000
Premium	\$ 350.000	7	\$ 2.450.000
TOTAL	-	36	\$ 7.270.000

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

La proyección se apoya en tres resultados del estudio de mercado: 84,8 % de interés en la mentoría, 91,7 % de disposición de pago y un escenario moderado de 18 compradores mensuales, calculado con 120 interesados y una conversión del 15 %. Los precios actualizados deberán validarse mediante un piloto y una preventa antes de ampliar la operación.

6.4 Proyección mensual de ventas del año 1

La siguiente distribución mensual muestra la misma mezcla de paquetes utilizada en el flujo de caja. Así, los ingresos brutos de este numeral pueden comprobarse directamente

antes de descontar los costos de prestación y los costos comunes del negocio.

Tabla 25.

Proyección mensual de ventas del año 1.

Mes	Básico	Práctico	Premium	Total, clientes	Ingresos brutos
1	7	8	3	18	\$ 3.510.000
2	8	10	4	22	\$ 4.400.000
3	9	12	5	26	\$ 5.290.000
4	11	13	6	30	\$ 6.060.000
5	12	15	6	33	\$ 6.600.000
6	13	16	7	36	\$ 7.270.000
7	14	17	7	38	\$ 7.590.000
8	14	17	8	39	\$ 7.940.000
9	15	17	8	40	\$ 8.040.000
10	15	18	8	41	\$ 8.260.000
11	15	18	9	42	\$ 8.610.000
12	16	18	9	43	\$ 8.710.000
TOTAL	149	179	80	408	\$ 82.280.000

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

6.5 Proyección de ventas a cinco años

El año 1 incorpora una captación gradual y totaliza 408 ventas. Para los años siguientes se proyecta un crecimiento moderado de 6 % a 8 % anual, apoyado en referidos, alianzas, contenido digital y reconocimiento de marca. Los valores se expresan en pesos constantes de 2026, sin cambios en precios ni costos unitarios.

Tabla 26.

Proyección de ventas a cinco años.

Año	Básico	Práctico	Premium	Clientes	Ingresos
Año 1	149	179	80	408	\$ 82.280.000
Año 2	161	193	86	440	\$ 88.660.000
Año 3	174	208	93	475	\$ 95.710.000
Año 4	186	223	100	509	\$ 102.660.000
Año 5	197	236	106	539	\$ 108.720.000

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

En los años 4 y 5 será necesario incorporar apoyo operativo o mentores aliados, especialmente para atender el crecimiento del paquete Premium, proteger la calidad del acompañamiento y ampliar la capacidad instalada.

6.6 Valor de despacho o costo directo de prestación del servicio

El valor de despacho es el costo directo de atender a cada cliente e incluye tiempo de la mentora, materiales, plataformas, comisiones y seguimiento.

Tabla 27.

Costo directo y margen unitario por paquete.

Paquete	Precio mensual	Costo directo	Margen unitario	Margen %
Básico	\$ 100.000	\$ 35.000	\$ 65.000	65,00%
Práctico	\$ 220.000	\$ 70.000	\$ 150.000	68,20%
Premium	\$ 350.000	\$ 105.000	\$ 245.000	70,00%

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

El paquete Básico alcanza una rentabilidad bruta unitaria del 65,0 %, el Práctico del 68,2 % y el Premium del 70,0 %. Aunque el Premium aporta el mayor margen monetario, requiere más dedicación; por ello deben registrarse el tiempo y los recursos reales de cada servicio para verificar los costos estimados.

6.7 Flujo de caja

El flujo de caja utiliza las ventas e ingresos del numeral 6.3: inicia con 18 clientes y llega a 43 en el mes 12. Se descuentan los costos directos de cada paquete y \$1.350.000 mensuales de costos comunes. La inversión inicial de \$3.800.000 se registra antes del primer mes para determinar su recuperación.

Tabla 28.
Flujo de caja mensual (Año 1).

Mes	Clientes	Ingresos brutos	Costos directos	Costos comunes	Utilidad operacional	Flujo acumulado
1	18	\$ 3.510.000	\$ 1.120.000	\$ 1.350.000	\$ 1.040.000	-\$ 2.760.000
2	22	\$ 4.400.000	\$ 1.400.000	\$ 1.350.000	\$ 1.650.000	-\$ 1.110.000
3	26	\$ 5.290.000	\$ 1.680.000	\$ 1.350.000	\$ 2.260.000	\$ 1.150.000
4	30	\$ 6.060.000	\$ 1.925.000	\$ 1.350.000	\$ 2.785.000	\$ 3.935.000
5	33	\$ 6.600.000	\$ 2.100.000	\$ 1.350.000	\$ 3.150.000	\$ 7.085.000
6	36	\$ 7.270.000	\$ 2.310.000	\$ 1.350.000	\$ 3.610.000	\$ 10.695.000
7	38	\$ 7.590.000	\$ 2.415.000	\$ 1.350.000	\$ 3.825.000	\$ 14.520.000
8	39	\$ 7.940.000	\$ 2.520.000	\$ 1.350.000	\$ 4.070.000	\$ 18.590.000
9	40	\$ 8.040.000	\$ 2.555.000	\$ 1.350.000	\$ 4.135.000	\$ 22.725.000
10	41	\$ 8.260.000	\$ 2.625.000	\$ 1.350.000	\$ 4.285.000	\$ 27.010.000
11	42	\$ 8.610.000	\$ 2.730.000	\$ 1.350.000	\$ 4.530.000	\$ 31.540.000
12	43	\$ 8.710.000	\$ 2.765.000	\$ 1.350.000	\$ 4.595.000	\$ 36.135.000
Total	408	\$ 82.280.000	\$ 26.145.000	\$ 16.200.000	\$ 39.935.000	-

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

La inversión se recupera durante el tercer mes. Al cierre del año 1, el flujo acumulado después de recuperar la inversión alcanza aproximadamente \$36.135.000 COP. El resultado refleja el efecto de los nuevos precios y de los márgenes unitarios definidos; sin embargo, su cumplimiento depende de lograr la demanda proyectada y controlar de forma permanente el costo real de atención de cada paquete.

6.8 Indicadores financieros

Los indicadores se calculan con una inversión inicial de \$3.800.000, una tasa de descuento del 12 % y los flujos operacionales anuales obtenidos en la proyección a cinco años. Los precios y costos unitarios se expresan en pesos constantes de 2026. Debido a que se trata de un servicio digital con inversión inicial baja, la TIR resultante es elevada y debe interpretarse junto con la validación comercial del modelo.

Tabla 29.
Indicadores financieros del proyecto.

Indicador	Resultado	Interpretación
VPN (12 %)	\$ 169.217.697	El valor es positivo; el proyecto genera valor bajo los supuestos actualizados.
TIR	1061,80%	Supera ampliamente la tasa de descuento; es elevada por la baja inversión inicial y el carácter digital del servicio.
Período de recuperación	Durante el mes 3	La inversión se recupera después de la etapa inicial de captación.
Punto de equilibrio	9,8 clientes $\approx$ 10 clientes	Equivale a ingresos cercanos a \$1.978.765 mensuales.
Margen operacional año 1	48,50%	Resultado antes de impuestos y otros gastos no incluidos.

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

6.9 Análisis de sensibilidad

Para comprobar que la viabilidad no depende únicamente del escenario base, se evalúa una reducción del 20 % en las ventas proyectadas. En este escenario conservador, los ingresos y los costos directos disminuyen en la misma proporción, mientras que los costos comunes permanecen sin cambios.

Tabla 30.

Análisis de sensibilidad (Escenario conservador).

Escenario conservador	Ingresos (-20 %)	Flujo operacional
Año 1	\$ 65.824.000	\$ 28.708.000
Año 2	\$ 70.928.000	\$ 32.188.000
Año 3	\$ 76.568.000	\$ 36.036.000
Año 4	\$ 82.128.000	\$ 39.832.000
Año 5	\$ 86.976.000	\$ 43.140.000

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

Incluso con una disminución del 20 % en las ventas, el VPN permanece positivo en aproximadamente \$122.934.683 y la TIR estimada sería de 767,5 %. Este resultado indica

que el proyecto conserva capacidad de generar valor bajo los supuestos planteados, aunque obliga a vigilar la conversión de clientes, el costo de adquisición, el cumplimiento de la agenda y el costo efectivo de prestación.

6.10 Conclusión del estudio financiero

Los resultados muestran que Praxis Sst tiene buenas posibilidades de funcionar y mantenerse en el tiempo, teniendo en cuenta los valores y condiciones planteadas. Los tres paquetes de servicio tienen una buena relación entre lo que cuesta ofrecerlos y lo que se puede obtener por su venta, lo que permite recuperar la inversión inicial en poco tiempo. Según las proyecciones realizadas, llegar a aproximadamente 10 clientes al mes permitiría cubrir los gastos y darle estabilidad al proyecto.

De todas formas, para que estos resultados se cumplan es importante que el interés que ha mostrado el mercado realmente se convierta en clientes y que se lleve un buen control de los recursos, el tiempo y los esfuerzos necesarios para entregar cada servicio.

La decisión de poner en marcha Praxis Sst no debe basarse solamente en las ventas esperadas, sino en que exista una relación clara entre lo que se ofrece, la capacidad para atender a los clientes y los precios establecidos. Por eso, lo más recomendable es comenzar con una etapa inicial de prueba, hacer seguimiento a los clientes que se consigan, revisar los gastos reales y, después de los primeros meses, ajustar lo necesario para fortalecer el funcionamiento del proyecto.

7. Plan operativo

El plan operativo establece las actividades necesarias para implementar el servicio de mentoría práctica Praxis Sst definiendo las etapas, responsables y tiempos requeridos para transformar la propuesta de negocio en una iniciativa funcional. Este proceso se desarrollará de manera progresiva, iniciando con la preparación del servicio, continuando con una fase de validación y finalizando con el lanzamiento comercial.

7.1 Cronograma de actividades (fases)

Fase 1. Diseño y preparación del servicio

Objetivo: Estructurar todos los elementos necesarios antes de iniciar la comercialización.

Actividades:

- Revisar y ajustar la propuesta de valor del servicio Praxis Sst.
- Definir claramente los paquetes de mentoría (Básico, Práctico y Premium).
- Elaborar guías, formatos editables, listas de chequeo y casos prácticos.
- Diseñar la identidad visual y materiales de comunicación.
- Crear los canales digitales de atención como WhatsApp Business, redes

sociales y formularios de inscripción.

Resultado esperado:

Contar con un servicio organizado, con materiales definidos y preparado para ser presentado a los primeros usuarios.

Fase 2. Validación mediante prueba piloto

Objetivo: Evaluar la aceptación del servicio antes del lanzamiento comercial.

Actividades:

- Seleccionar un grupo inicial de participantes.
- Aplicar un diagnóstico para conocer sus necesidades.
- Desarrollar las sesiones de mentoría.
- Recopilar opiniones sobre metodología, contenidos y herramientas entregadas.
- Identificar aspectos de mejora.

Resultado esperado:

Obtener información real de los usuarios que permita ajustar el servicio antes de su comercialización.

Fase 3. Lanzamiento comercial

Objetivo: Iniciar la prestación formal del servicio al mercado objetivo.

Actividades:

- Publicar contenido educativo en redes sociales.
- Difundir los paquetes de mentoría.
- Implementar estrategias de promoción y referidos.
- Gestionar contactos mediante WhatsApp Business.
- Realizar seguimiento a clientes interesados.

Resultado esperado:

Captar los primeros clientes y posicionar Praxis Sst como una alternativa de acompañamiento práctico para estudiantes y egresados.

Fase 4. Seguimiento y mejora continua

Objetivo: Mantener la calidad del servicio y fortalecer el crecimiento del emprendimiento.

Actividades:

- Aplicar encuestas de satisfacción.
- Revisar comentarios de los participantes.

- Actualizar materiales y contenidos.
- Analizar costos, ingresos y comportamiento de ventas.
- Identificar nuevas necesidades del mercado.

Resultado esperado:

Un servicio en constante mejora y con capacidad de adaptarse a las necesidades de sus usuarios.

Tabla 31.

Cronograma de implementación del servicio

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Responsable
Ajuste final de la propuesta de valor y paquetes	X				Emprendedora
Diseño de guías, formatos y casos prácticos	X	X			Emprendedora / apoyo diseño
Creación de identidad visual y canales digitales	X	X			Emprendedora / apoyo digital
Diseño de formulario, WhatsApp Business y base de datos		X			Emprendedora
Campaña de expectativa y contenido educativo		X	X		Emprendedora
Programa piloto con usuarios iniciales			X		Emprendedora
Evaluación del piloto y ajustes del servicio			X	X	Emprendedora
Lanzamiento comercial de paquetes				X	Emprendedora
Seguimiento, testimonios y mejora continua				X	Emprendedora

Nota. Elaboración propia Jaimes Torres, J.M. (2026).

8. Impactos

8.1 Impacto económico

El desarrollo de Praxis Sst puede representar una oportunidad económica al convertirse en una alternativa de generación de ingresos para la emprendedora y, a futuro, para profesionales que puedan vincularse como apoyo en diferentes áreas del negocio. La estructura del servicio permite iniciar con una inversión moderada y aumentar progresivamente la capacidad de atención según la respuesta del mercado.

El modelo digital representa una ventaja porque reduce la necesidad de contar con una infraestructura física permanente, permitiendo utilizar los recursos disponibles principalmente en la creación de contenido, promoción del servicio y fortalecimiento de la experiencia del usuario.

Además, el proyecto puede generar un impacto económico indirecto al contribuir a que estudiantes y egresados mejoren sus competencias prácticas, fortalezcan su perfil profesional y aumenten sus posibilidades de acceder a oportunidades laborales relacionadas con Seguridad y Salud en el Trabajo.

8.2 Impacto social

El impacto social del proyecto se relaciona con la necesidad de acompañar a estudiantes, practicantes y recién egresados durante una etapa que suele generar incertidumbre: el paso de la formación académica al entorno laboral. Muchas personas cuentan con conocimientos teóricos, pero requieren mayor orientación para aplicarlos en situaciones reales.

Diversos estudios sobre orientación profesional y mentoría han identificado que los procesos de acompañamiento pueden contribuir al desarrollo de habilidades, aumento de la confianza, fortalecimiento de redes de apoyo y una mejor preparación para enfrentar procesos

de inserción laboral, especialmente en jóvenes que se encuentran en transición entre la educación y el empleo (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2022).

La mentoría busca contribuir al desarrollo profesional mediante orientación, transferencia de experiencia, fortalecimiento de habilidades y construcción de redes de apoyo para personas en etapas iniciales de carrera (Eby et al., 2008).

De igual manera, el proyecto puede aportar al fortalecimiento de la cultura preventiva en las organizaciones, debido a que profesionales mejor preparados pueden participar de manera más efectiva en procesos relacionados con la gestión del riesgo y la protección de los trabajadores.

8.3 Impacto ambiental

El impacto ambiental esperado del proyecto es bajo debido a que corresponde principalmente a un servicio digital. La utilización de documentos electrónicos, reuniones virtuales y almacenamiento en línea permite disminuir el consumo de papel, impresiones y desplazamientos.

Como parte de la operación del emprendimiento se promoverá el uso responsable de herramientas tecnológicas, la organización adecuada de archivos digitales y la reducción de recursos físicos innecesarios.

9. Conclusiones

- Praxis Sst nace como una respuesta a una necesidad real de los estudiantes, practicantes y recién graduados en Seguridad y Salud en el Trabajo, quienes muchas veces necesitan apoyo para llevar lo aprendido en clase a situaciones más cercanas a la vida laboral.
- El estudio de mercado mostró una buena aceptación de la propuesta. Los participantes demostraron interés en trabajar con casos prácticos y reales así como recibir orientación directa y contar con materiales digitales que les ayuden a enfrentar con mayor seguridad sus primeros trabajos como SST.
- Una de las principales fortalezas del servicio es que no se limita a ofrecer información. La mentoría busca acompañar a cada usuario por medio de ejercicios, recomendaciones y herramientas que pueda aplicar en situaciones reales.
- La creación de diferentes paquetes permite que cada persona pueda elegir la opción que mejor se adapte a sus necesidades y a su presupuesto, haciendo que el servicio tenga más posibilidades de llegar a distintos tipos de clientes.
- También se identificó que el proyecto puede iniciar con una estructura sencilla, apoyándose principalmente en herramientas virtuales. Esto ayuda a reducir gastos de operación y facilita la atención de personas ubicadas en diferentes lugares, sin depender de una infraestructura física amplia.
- En relación con los aspectos económicos, los resultados muestran que Praxis Sst tiene buenas condiciones para ser un proyecto sostenible, de acuerdo con las proyecciones realizadas. Se observa que la inversión inicial podría recuperarse en los primeros meses y que los servicios planteados tienen un margen adecuado para permitir el crecimiento y la continuidad del proyecto.

No obstante, esta viabilidad dependerá de la capacidad del emprendimiento para convertir el interés identificado en ventas reales, controlar los costos operativos y validar las proyecciones mediante la implementación de un piloto inicial.

- Finalmente, Praxis Sst presenta un aporte académico, social y empresarial, al complementar la formación de futuros profesionales en Seguridad y Salud en el Trabajo mediante herramientas prácticas, acompañamiento y orientación para fortalecer su transición al campo laboral. Además, demuestra potencial como una alternativa de emprendimiento sostenible al responder a una necesidad identificada del mercado y contar con una estructura comercial y financiera que permite su desarrollo progresivo.

10. Perfil de la emprendedora

Administradora en Seguridad y Salud en el Trabajo, cuento con tres años de experiencia laboral, en los cuales he participado en procesos de prevención de riesgos, promoción de ambientes laborales seguros y acompañamiento en la gestión de seguridad y salud laboral.

Durante mi trayectoria he fortalecido habilidades en identificación de necesidades, apoyo en capacitaciones, seguimiento de acciones preventivas y promoción de buenas prácticas en los entornos de trabajo. Mi experiencia me ha permitido comprender los retos de las organizaciones y la importancia de contar con profesionales preparados para aplicar el conocimiento de manera práctica.

Mi emprendimiento nace de la motivación de compartir mi experiencia y aportar al fortalecimiento de las competencias de quienes buscan formarse y crecer en el campo de la Seguridad y Salud en el Trabajo. Me caracterizo por ser una persona responsable, comprometida y con capacidad de liderazgo, organización y aprendizaje continuo.

Referencias

- Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *Constitución Política de Colombia*.
- Artículo 25. Departamento Administrativo de la Función Pública.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4125>
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of Control*. W. H. Freeman and Company.
https://books.google.com/books?id=eJ-PN9g_o-EC
- Congreso de Colombia. (2006). *Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento*. Departamento Administrativo de la Función Pública.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=18924>
- Congreso de Colombia. (2012). *Ley 1562 de 2012. Por la cual se modifica el Sistema de Riesgos Laborales y se dictan otras disposiciones en materia de Salud Ocupacional*. Departamento Administrativo de la Función Pública.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4835>
- Congreso de Colombia. (2012). *Ley Estatutaria 1581 de 2012. Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales*. Departamento Administrativo de la Función Pública.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49981>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2026). *Mercado laboral de la juventud. Información enero-marzo de 2026*.
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/mercado-laboral-de-la-juventud>
- Eby, L. T., Allen, T. D., Evans, S. C., Ng, T., & DuBois, D. L. (2008). Does mentoring matter? A multidisciplinary meta-analysis comparing mentored and non-mentored

individuals. *Journal of Vocational Behavior*, 72(2), 254–267.

<https://doi.org/10.1016/j.jvb.2007.04.005>

Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Prentice Hall.

https://books.google.com.co/books/about/Experiential_Learning.html?id=zXruAAAAMAAJ&redir_esc=y

Ministerio del Trabajo. (2015). *Decreto 1072 de 2015. Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo*. Departamento Administrativo de la Función Pública.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=72173>

Ministerio del Trabajo. (2019). *Resolución 0312 de 2019. Por la cual se definen los Estándares Mínimos del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo SG-SST*. Departamento Administrativo de la Función Pública.

https://www.funcionpublica.gov.co/documents/34645357/34703621/Resolucion_0312_de_2019.pdf

Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2022). *Tendencias mundiales del empleo juvenil 2022: Invertir en la transformación del futuro de los jóvenes*. Oficina Internacional del Trabajo.

https://www.ilo.org/global/publications/books/WCMS_853332/lang--es/index.htm

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Deusto.
https://books.google.com.co/books/about/Generaci%C3%B3n_de_modelos_de_negocio.html?id=MZnPkFUYeYcC&redir_esc=y

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.

<https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=193>

Savickas, M. L. (2013). *Career Construction Theory and Practice*. En R. W. Lent & S. D. Brown (Eds.), *Career Development and Counseling: Putting Theory and Research to Work* (2nd ed.). Wiley.

https://www.marksavickas.com/files/1_Savickas_bio/Career%20Construction%20Theory/Publications/Books/Career%20Construction%20Theory/Career_Construction_Theory_Book.pdf