

Conectus

Proyectos: Conectus (id: sBIF_ZcBMbRVUIDcUtuH)

Convocatorias: NTT DATA eAwards México 2025

*Creado por: Karla Patricia Maldonado Cabieses **

Fecha de creación: 16/07/2025 19:01:12

Miembros del equipo: 1

Tu proyecto

Selecciona el sector sobre el que trata prioritariamente tu proyecto

Educación

Selecciona la tecnología clave en la que se basa el proyecto

Otra

Por favor, especifica

Desarrollo humano empresarial

Describe el proyecto en un párrafo breve (Se recomiendan unas 50 palabras)

Consultoría y capacitación que conecta propósito, talento y empresa.

¿Has superado más de \$22,770.000.00 (veintidós millones setecientos setenta mil pesos 00/100 M.N.) de financiación acumulados en los últimos 3 años, o facturado más de \$11,385.000.00 (Once millones trescientos ochenta y cinco mil pesos 00/100 M.N.) en el último ejercicio o en el ejercicio en curso

No

¿El proyecto se encuentra como mínimo en fase de prototipo avanzado?

Si

¿El proyecto está basado en innovación tecnológica?

Sí

Descripción amplia del proyecto

CONNECTUS es una propuesta innovadora de desarrollo empresarial que integra el crecimiento humano con la estrategia organizacional. Su objetivo es alinear el propósito personal de los colaboradores con la misión de la empresa, generando una cultura laboral más consciente, eficiente y sostenible. A través de metodologías como el liderazgo transformacional, la gestión de valores, la inteligencia emocional y el modelo Ikigai, CONNECTUS acompaña a empresas en procesos de transformación profunda, impulsando el compromiso, la productividad y el bienestar. Ofrece programas de formación, consultoría estratégica, retiros, eventos y herramientas digitales para fortalecer equipos, optimizar el clima organizacional y facilitar la solución de conflictos. Más que una consultora, CONNECTUS es un puente entre el ser y el hacer, entre la visión empresarial y el sentido humano, creando entornos donde las personas se sienten valoradas, motivadas y conectadas con lo que hacen. Ideal para organizaciones

Provincia/Región en la que está ubicado el proyecto

Estado de México

Ciudad

Mexico

Nombre y apellidos del Fundador o CEO

Karla Patricia Maldonado Cabieses

Género del Fundador o CEO

Mujer

Edad del Fundador o CEO

52

Nombre y apellidos del CEO

Karla Patricia Maldonado Cabieses

Género del CEO

Mujer

Edad del Fundador o CEO

52

Email de contacto

seunapersonaconamor@gmail.com

Teléfono(s) de contacto

5525630177

¿Cómo nos has conocido?

Facebook

¿Te has presentado anteriormente a nuestros Premios?

No

Ventaja competitiva del proyecto

Conectus, con su programa G-FOR, convierte el bienestar familiar de los líderes en una verdadera ventaja competitiva. Mientras otros apagan fuegos, tú formas líderes con estabilidad emocional, claridad estratégica y compromiso auténtico. Empresas que cuidan la vida personal de su equipo retienen talento, generan innovación y lideran con propósito. Eso no se copia, se construye desde adentro.

Impacto social

Conectus, con su programa G-FOR, genera impacto social al fortalecer el bienestar emocional de líderes, mejorando su vida familiar y profesional. Esto reduce el estrés, mejora la comunicación, previene conflictos y crea una cultura empresarial más humana. Cada líder transformado impacta su equipo, su hogar y su comunidad, sembrando un cambio positivo y sostenible en la sociedad.

Problema que soluciona el proyecto

Conectus con el programa G-FOR soluciona la desconexión entre la vida personal y profesional de los líderes, que genera baja productividad, conflictos internos, desgaste emocional y desmotivación. Aborda el origen: la falta de equilibrio emocional y familiar, transformando líderes desde su núcleo para que dirijan con claridad, empatía y estabilidad, impactando positivamente a su equipo y empresa. Y con el programa equipos ágiles trasciende a la transformación de la cultura organizacional.

Patente del proyecto

No hay patente

¿Por qué medio te enteraste de la convocatoria de los eAwards Mexico ?

Otro

Business Model Canvas

¿Con quién debes buscar alianzas?

Para potenciar el impacto de Conectus con el programa G-FOR y el programa de equipos ágiles empresariales, es fundamental establecer alianzas estratégicas con actores que compartan la visión de bienestar integral, liderazgo consciente y agilidad organizacional. Debes buscar alianzas con empresas que tengan programas de bienestar corporativo y desarrollo de talento, especialmente aquellas comprometidas con la salud emocional, la responsabilidad social y la innovación. Consultoras y coaches en liderazgo, bienestar y agilidad empresarial son aliados clave para complementar sus servicios con nuestros programas. Las universidades y escuelas de negocios pueden incorporar estos programas como módulos formativos. Organizaciones empresariales y cámaras de comercio permiten difusión masiva y networking. Las aseguradoras con enfoque en salud emocional pueden sumar G-FOR y agilidad a sus beneficios. ONG y fundaciones enfocadas en familia, educación y desarrollo profesional ayudan a llegar

¿Qué tipo de relación/alianzas tienes con los proveedores y socios?

Otro tipo de asociaciones.

¿Cuáles son tus motivaciones para la creación de alianzas?

Optimización y economía de escala. Adquisición de recursos específicos y actividades.

¿Está validada la información aportada en este bloque sobre las Alianzas con Partners?

Considera validada toda aquella información que pueda ser respaldada por métricas y datos objetivos.

5

¿Qué harás para alcanzar tus objetivos de negocio?

Conectus, G-FOR y el programa de equipos ágiles, me posiciono como una solución real a los problemas que enfrentan los líderes: desequilibrio emocional, desgaste familiar y baja productividad en equipos. Preparo un dossier profesional donde explico quién soy, qué ofrezco y cómo impacto a las organizaciones desde la raíz. Escucho a cada empresa, hago un diagnóstico y adapto una propuesta personalizada con objetivos claros, beneficios y estructura del programa. Hago prospección activa: contacto a directores de RH, desarrollo organizacional, cámaras empresariales y universidades. En las reuniones, conecto desde la escucha y presento cómo mi propuesta transforma líderes y equipos. Después, envío una propuesta formal y doy seguimiento estratégico. Si es necesario, ofrezco una sesión piloto o conferencia para generar confianza. Tengo listos contratos, paquetes y facilidades de pago. Sé que mi presencia, claridad y enfoque humano son clave para generar confianza y lograr la contratación.

¿Cuáles son las actividades más importantes que tu empresa debe llevar a cabo para hacer funcionar el modelo de negocio?

Actividades de Producción - Diseñar, fabricar y entregar los productos o servicios con determinada calidad
Actividades para la resolución de problemas - Abordar a los problemas de clientes individuales con nuevas soluciones
Actividades de Plataforma/Red - La empresa dispone de una plataforma como recurso principal y es dominada por las actividades relacionadas a dicha plataforma o red

¿Está validada la información aportada en este bloque sobre las Actividades Principales? Considera validada toda aquella información que pueda ser respaldada por métricas y datos objetivos.

5

¿En qué tienes que invertir? ¿Cuáles son los recursos con los que cuenta actualmente el proyecto?

Actualmente, el proyecto Conectus cuenta con una metodología propia consolidada, dos programas estructurados (G-FOR y Equipos Ágiles Empresariales), experiencia profesional, contenidos validados y una marca en desarrollo con presencia digital. También tengo formación, redes de contacto, herramientas digitales, y materiales en proceso de estandarización. Para escalar, necesito invertir en desarrollo visual de marca, automatización de procesos (CRM, email marketing), marketing digital, diseño de materiales comerciales y contratación de equipo operativo para expansión y seguimiento. Además, requiero inversión en formación continua, posicionamiento en redes y participación en espacios estratégicos

¿Cuáles son los activos más importantes que se requieren para generar ingresos y llevar a cabo el modelo de negocio?

Intelectuales Humanos Financieros

¿Está validada la información aportada en este bloque sobre la Recursos Clave de tu negocio? Considera validada toda aquella información que pueda ser respaldada por métricas y datos objetivos.

5

¿Qué beneficios trae consigo tu producto o servicio? ¿Qué lo hace único comparado con la competencia?

Mi propuesta, a través de Conectus, ofrece beneficios que trascienden lo convencional: líderes emocionalmente estables, enfocados y con relaciones familiares fortalecidas, lo que impacta directamente en su desempeño, toma de decisiones y clima laboral. A través de los programas G-FOR y Equipos Ágiles Empresariales, conecto el desarrollo personal con el organizacional, algo que pocas propuestas hacen. Mientras otros entrenan habilidades técnicas, yo trabajo desde la raíz: el equilibrio emocional, la familia y la autoconciencia. Esto mejora la retención de talento, reduce el ausentismo, promueve una cultura más humana y genera equipos cohesionados, productivos y sostenibles. Lo que hace único a mi servicio es su enfoque integral, vivencial y transformacional. No se trata solo de capacitar, sino de acompañar procesos reales que impactan al líder, al equipo y al entorno. Es una propuesta humana, efectiva y con propósito que responde a las necesidades actuales de las empresas.

¿Qué nuevos beneficios ofreces a tus clientes?

Novedad - Satisfaces un conjunto de necesidades totalmente nuevo que tu cliente no había percibido antes
Rendimiento - Mejoras el rendimiento de un producto o servicio ya existente
Personalización - Tu producto/servicio satisface necesidades específicas de un cliente individual o de un segmento de clientes
Realizando el Trabajo - Ayudas a un cliente a realizar un trabajo o una tarea determinada
Marca/Estatus - Tu marca significa algo especial para tus clientes
Reducción de Costes - Ayudas a tus clientes a reducir sus costes
Accesibilidad - Proporcionas a tus clientes acceso a productos o servicios que no estaban disponibles para ellos anteriormente
Otros beneficios

¿Está validada la información aportada en este bloque sobre la Propuesta de Valor? Considera validada toda aquella información que pueda ser respaldada por métricas y datos objetivos.

5

¿Qué trato debes darle al cliente para asegurar su lealtad? ¿Cómo es la relación con los clientes y grupos de interés?

Para asegurar la lealtad del cliente, brindo un trato cercano, empático y profesional, cuidando cada etapa del proceso: desde la escucha inicial hasta el seguimiento posterior a la implementación. Me enfoco en comprender sus verdaderas necesidades y en ofrecer soluciones a medida, generando confianza y resultados visibles. Creo relaciones a largo plazo basadas en el acompañamiento, la coherencia y el impacto humano. La relación con los clientes no es transaccional, es transformacional. Además, mantengo comunicación constante con grupos de interés como líderes de RRHH, instituciones académicas, consultoras, cámaras empresariales y aliados estratégicos, cultivando vínculos que se basan en el respeto, el propósito compartido y la construcción conjunta de valor. Mi compromiso es que cada organización no solo me contrate una vez, sino que me elija como aliada de confianza en su evolución humana y empresarial.

¿Qué tipos de relaciones establece la compañía con sus segmentos de clientes?

Asistencia personal - Los clientes pueden contactar con un agente comercial real (una persona real) para que les ayude durante el proceso de compra Asistencia personal dedicada - Cada cliente (por separado) tiene un agente comercial específico que está dedicado a él Co-creación - La compañía se involucra con los clientes para crear valor (ej. los clientes participan en el diseño de nuevos productos o crean nuevos contenidos)

¿Está validada la información aportada en este bloque sobre la Relación con tus clientes? Considera validada toda aquella información que pueda ser respaldada por métricas y datos objetivos.

5

¿Cómo acercar tu oferta al cliente? ¿Dónde Vender?

Acercaré mi oferta a través de estrategias de posicionamiento digital, marketing de contenidos y relaciones estratégicas con cámaras empresariales, universidades, consultoras y redes de liderazgo. Venderé en entornos B2B: empresas, instituciones académicas y foros de desarrollo organizacional. Atraeré a los clientes mostrando los beneficios concretos del programa con contenido emocional, testimonios, casos de éxito y sesiones demostrativas. Me comprometo con ellos desde la empatía, escuchando sus necesidades y ofreciendo soluciones personalizadas. El servicio se presta en modalidad híbrida: sesiones presenciales, virtuales o combinadas, adaptadas al ritmo y cultura de cada organización. Utilizo metodologías vivenciales, materiales de acompañamiento y seguimiento posterior para garantizar el impacto y la fidelización. Más que vender, busco generar vínculos sostenibles y relaciones de transformación.

¿Cómo se comunica y llega a sus clientes tu compañía?

Llegas a tus clientes empleando tus propios canales

Hay diferentes fases por las que tienen que pasar los canales que utiliza la empresa.

Selecciona qué fases has cubierto ya o cubrirás próximamente

Conciencia - Crear y aumentar la percepción de los clientes de los productos y servicios de la compañía

Evaluación - Ayudar a nuestros clientes a evaluar el producto/servicio que les ofrecemos Compra - Permitir a

nuestros clientes comprar nuestros productos/servicios Entrega - Llevar nuestro producto/servicio a nuestros

clientes Post-Venta - Proporcionar soporte a nuestros clientes después de la venta Otra fase

¿Está validada la información aportada en este bloque sobre los Canales de tu negocio? Considera validada toda aquella información que pueda ser respaldada por métricas y datos objetivos.

5

¿A quién venderás?

Venderé a empresas medianas y grandes comprometidas con el desarrollo humano, la salud emocional y la transformación organizacional. Mi mercado objetivo son directores generales, gerentes de recursos humanos, líderes de desarrollo organizacional y equipos ejecutivos que necesitan mejorar el clima laboral, la productividad y la retención de talento. También me enfoco en instituciones académicas con programas de liderazgo, así como cámaras empresariales y consultoras interesadas en integrar mis programas como valor agregado. El tamaño del mercado es amplio y en crecimiento: cada vez más organizaciones comprenden que el equilibrio emocional y familiar impacta directamente en los resultados. Los principales segmentos son: empresas con alto nivel de rotación, líderes en crisis, equipos con bajo rendimiento y organizaciones en procesos de cambio. Conectus y sus programas ofrecen una solución humana, medible y transformadora para estos públicos.

¿A qué tipos de compañías o grupos de personas pretende la empresa acceder y dar servicio?

Mercado de masas - Un gran grupo de personas con problemas y necesidades similares Diversificado - Diferentes grupos de clientes con problemas y necesidades distintas

¿Está validada la información aportada en este bloque sobre los Segmentos de Clientes de tu negocio? Considera validada toda aquella información que pueda ser respaldada por métricas y datos objetivos.

5

¿Cómo son las finanzas de tu negocio?

Las finanzas de mi negocio están en etapa de estructuración y crecimiento. Los principales costos se dividen en tres áreas: desarrollo, operación y expansión. En desarrollo, invierto en creación de contenido, diseño instruccional y materiales para cada programa. En operación, incurro en gastos de plataformas digitales, herramientas de automatización, diseño gráfico, marketing, asesoría legal y contable. También destino recursos a capacitaciones continuas para mantener actualizados mis enfoques. Para escalar, necesito invertir en posicionamiento de marca, publicidad digital, contratación de facilitadores aliados y mejora de infraestructura tecnológica (CRM, sitio web profesional, hosting de cursos). Actualmente, manejo los ingresos por venta de talleres, mentorías y programas ejecutivos, y estoy proyectando escalar a contratos institucionales. Busco mantener un modelo sostenible, con costos controlados y márgenes saludables, enfocado en impacto real y fidelización del cliente

¿Cuál es la estructura de costos, del modelo de negocio, que tiene tu empresa?

Otra clase de estructura de costes.

¿Está validada la información aportada en este bloque sobre la Estructura de costes de tu negocio? Considera validada toda aquella información que pueda ser respaldada por métricas y datos objetivos.

5

¿Qué características tiene la estructura de costos de tu empresa?

Costos variables - Estos costos varían proporcionalmente con la cantidad de productos o servicios producidos. Economías de escala - El negocio disfruta de ventajas en los costos conforme su cantidad de producción se expande.

¿Cuánto cobrará por su producto o servicio? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por él su mercado objetivo? ¿Cómo cobrará?

Propuesta de precios sugeridos (MXN) ajustada: • Programa G-FOR (4 sesiones para ejecutivos): \$6,000 - \$8,000 por participante (Este rango refleja la alta especialización, acompañamiento personalizado y enfoque integral en bienestar emocional y liderazgo.) • Programa Equipos Ágiles (por colaborador): \$4,000 - \$5,000 (Formación técnica y emocional para mejorar productividad y cohesión en equipos.) • Sesiones individuales de coaching o mentoría: \$2,000 - \$3,000 por sesión (Apoyo personalizado para líderes con objetivos puntuales.) Estos precios son iniciales, incrementarán con firme la marca y metodología te ha los testimonios para hacerlo Cuando se conozca, también tendrá ese valor

¿Cómo genera ingresos tu empresa de cada segmento de clientes?

Tasa de uso - Se vende el uso de un servicio concreto (cuanto más se utilice el servicio más paga el cliente por él) Tasa de suscripción - Se vende el acceso continuado a un servicio a cambio de una tasa fija Lending/Renting/Leasing - Se garantiza a una persona el derecho exclusivo de utilizar un activo en un periodo fijo de tiempo a cambio de una cantidad determinada de dinero.

¿Está validada la información aportada en este bloque sobre el Flujo de Ingresos de tu negocio? Considera validada toda aquella información que pueda ser respaldada por métricas y datos objetivos.

5

¿Cómo de definido está tu modelo de negocio?

3

Vídeo

Instrucciones del video

Introduce el link de tu video

<https://youtu.be/ecjwBV2F-Es>

Si tu video es privado, indica la contraseña

Preparación del pitch

Presentación en PDF

- [Presentación_CONECTUS_KarlaMaldonado.pptx](#)