

REPORTE DE ESTADO DE PROYECTO (PSR)

07/01/2022 - 12/31/2022 - PSR-09371

SÍNTESIS DEL PROYECTO

Número de Operación

ME-T1485

Número de suboperación

ATN/ME-19230-ME

Nombre del proyecto

ANA Care: Improving Dependent Care for the Low-income
Older Population through Technology

Lider de equipo:

Tatiana Virviescas Mendoza

Agencia ejecutora

Paz Mental

Proposito

Profesionalizar el modelo de atención de adultos mayores y pacientes crónicos en casa que incluye la incorporación de tecnología en la formación de cuidadores y en el cuidado de pacientes en casa, con el objetivo de mejorar las condiciones laborales y pers



Ciclo del Proyecto



PUNTAJE PSR



- 0 - 1 Bandera roja
- 1 - 2 Bandera amarilla
- 2 - 4 Bandera verde

APRENDIZAJES

1. Riesgos y Lecciones

1.1. Riesgo

1.1.1. ¿Cuál cree que es el mayor riesgo que amenaza el cumplimiento de los objetivos del proyecto?

Debido a que la publicidad para adquisición de alumnos se hará en Facebook, existe el riesgo de incrementos sustanciales en precios. Factores de mitigación: se tienen previstas estrategias de adquisición en otras plataformas digitales, así como un programa pagado de recomendaciones peer to peer. De igual manera desarrollamos una alianza con el gobierno de la ciudad de México para poder alcanzar hasta 700,000 adultos mayores sin costos de publicidad. Cambios en las políticas regulatorias con respecto a plataformas de salud a distancia que pudieran afectar el modelo operativo propuesto por el proyecto. Factores de mitigación: Paz Mental está revisando las políticas existentes y siempre procurando estar en cumplimiento con las políticas internacionales para este tipo de plataformas, incluyendo Ley de Responsabilidad y Portabilidad del Seguro de Salud (HIPAA en sus siglas en inglés). Entrada de competidores que afecten las proyecciones de precios de Paz Mental. Factores de mitigación: El proyecto contempla inversiones sustanciales en desarrollo e integración tecnológica de innovaciones provenientes de Israel y otras partes del mundo que permitirán siempre tener una ventaja competitiva que diferencia al proyecto y la plataforma de competidores, limitando la necesidad de mover precios.

1.2. Mayor Logro o Fracaso

1.2.1. ¿Cuál ha sido el mayor logro o fracaso del proyecto en el último semestre?

En el último año hemos tenido un crecimiento significativo en ventas del 307% en ANA ILUMINA, con un repago de la inversión en publicidad desde el primer mes. Esto significa que hemos cumplido con los hitos programados y superado las metas I.1, I.2, I.3, I.4 del componente 1 de “Creación e Implementación de Cursos”. Los cursos nuevos iniciados por los alumnos dentro de la plataforma han sido un éxito, y seguimos avanzando en la creación de cursos. En cuanto a ANA como SaaS hemos alcanzado tener 4 empresas usando su plataforma (el objetivo para 2025 era de 3 empresas). Una de ellas es una empresa Chilena, lo cual ha adelantado también la expansión prevista a otros países de Latam. Fuimos invitados a participar como representantes del ecosistema emprendedores en MIT REAP Focus México del MIT junto con el ITESM. Adicionalmente, estamos próximos a comenzar la implementación de ANA con el Instituto para el Envejecimiento Digno de la Secretaría de Bienestar Social de la CDMX, lo que nos permitirá llegar hasta 700 mil adultos. También hemos recibido el prestigioso premio de la Fundación Mapfre a la mejor plataforma digital y fuimos el único miembro latinoamericano de la fundación Norrksen en Suecia. Estos reconocimientos han ayudado a dar confianza y credibilidad a nuestros usuarios.

1.3. Hallazgos y Lecciones

1.3.1. ¿Cuáles son los hallazgos y lecciones más útiles de este proyecto que, cuando se toman en consideración, podrían mejorar la ejecución y los resultados de los proyectos existentes y el diseño de proyectos similares en el futuro? Un hallazgo describe una acción, circunstancia o decisión que fue crítica para determinar la evolución positiva o negativa del proyecto (por ejemplo, Cambiar del desarrollo de una plataforma blockchain a una base de datos compartida basada en la web redujo el costo y el tiempo dedicado a implementar el capacidades de trazabilidad requeridas por el proyecto). Una lección es una propuesta concreta y procesable basada en un hallazgo que, en circunstancias similares, facilitaría la resolución de problemas, la mitigación de riesgos y el logro de resultados (por ejemplo, Desarrollar pautas y criterios para identificar candidatos que podrían beneficiarse de la implementación de un plataforma blockchain, y evaluar durante el diseño si el proyecto seleccionado cumple con los criterios antes de comprometerse a desarrollar uno).

Entre los hallazgos y lecciones más útiles de este proyecto, se puede destacar la importancia de dar visibilidad al proyecto dentro del BID para poder formar alianzas y encontrar posibles oportunidades. Por ejemplo, al incluir un representante del BID que trabaje con los gobiernos, nos permitió descubrir que el gobierno estaba buscando precisamente una plataforma como la nuestra, lo que facilitó la formación de un acuerdo con ellos. Estos hallazgos y lecciones son valiosos para mejorar la ejecución y los resultados de proyectos existentes y para el diseño de proyectos similares en el futuro. Otra lección importante es que siempre hay que participar en todos los foros a los que seamos invitados, ya que mientras más simplifiquemos nuestro mensaje, mas probabilidad hay de encontrar aliados, clientes y socios. Gracias a un foro digital que participamos con el gobierno de Paraguay, nuestra plataforma fue vista en Chile lo cual nos llevó a nuestro primer licenciamiento en sudamérica. En ese mismo foro se nos recomendó aplicar al premio de la Fundación Mapfre.

2. Escalabilidad y replicabilidad

2.1. Plan de Escalabilidad

2.1.1. Ahora que el Proyecto se encuentra en la fase de ejecución, ¿ha desarrollado algún plan o acción concreta que le permita llegar a un mayor número de usuarios/clientes/beneficiarios (o impactos ambientales o de resiliencia al cambio climático y desastres naturales más amplios) en el futuro?

Sí, durante la ejecución del proyecto ANA Care, se ha desarrollado un plan concreto para alcanzar un mayor número de usuarios y beneficiarios. En particular, se ha establecido una alianza con el gobierno de la Ciudad de México para implementar el proyecto y mejorar la atención a la dependencia de la población mayor de bajos ingresos alcanzando hasta 700,000 adultos mayores. Este acuerdo permitirá ampliar el alcance e impacto del proyecto, garantizando que la población objetivo tenga acceso a los recursos y servicios necesarios para mejorar su calidad de vida. Otra estrategia que hemos podido implementar es la de adquisición automatizada de alumnos para ANA - Ilumina. Esta estrategia nos permite escalar de forma acelerada, ya que con los vendedores nuestro crecimiento estaba topado. Dar clases muestra gratuitas en línea también nos ha permitido amplificar el alcance de nuestra publicidad.

2.2. Costos y Socios para Escalar

2.2.1. Ahora que el proyecto está en fase de ejecución, ¿Sabe cuánto cuesta ofrecer su producto/servicio por usuario/cliente/beneficiario? ¿Es esto un factor que pudiera afectar el llegar a un mayor número de usuarios/clientes/beneficiarios en el futuro? ¿Le ha solicitado esta información alguna institución pública o privada pensando en escalar o replicar el modelo/producto/servicio?

En cuanto al costo de ofrecer nuestro producto, estamos en una fase de monitoreo constante. Actualmente, el costo de adquisición de clientes (CAC) para ANA Ilumina está alrededor de MX\$600 con un repago de la inversión en el primer mes. Hemos identificado que este costo ha ido disminuyendo mes a mes. Según nuestros estudios, podríamos multiplicar nuestra inversión anual en marketing por lo menos 50 veces si nos expandimos a todo Latam, y recuperar la inversión en marketing en el primer mes de ventas. En cuanto a ANA SaaS, el costo por agencia es de 750 USD en la implementación y un ticket mensual promedio de 750 USD. Actualmente, tenemos un pipeline de 1,000 clientes potenciales y 10 en pipeline, de los cuales 4 ya están en implementación. Adicionalmente, tenemos identificados más de 500 empresas que podrían utilizar nuestra plataforma. Es importante mencionar que aún estamos en una fase de monitoreo y evaluación de los costos y cualquier cambio en el futuro dependerá de diversos factores. Hasta el momento, no hemos recibido solicitudes de instituciones públicas o privadas para escalar o replicar nuestro modelo / producto / servicio, pero estamos abiertos a explorar nuevas oportunidades de crecimiento y expansión. Estamos trabajando con el Colegio Nacional de Medicina Geriátrica (CONAMEGER) para establecer procesos estandarizados y evaluar a entidades como asilos, casas de reposo, clínicas de rehabilitación, etc. respecto a estos procesos. ANA se está posicionando como la herramienta de capacitación y certificación para estas instituciones.

2.3. Factores Facilitadores u Obstaculizadores

2.3.1. ¿Considera que algunos de estos factores ha afectado el que haya llegado a más/menos usuarios/clientes/beneficiarios (o impactos ambientales o de resiliencia al cambio climático y desastres naturales) de lo que estaba previsto originalmente en el proyecto?

[Coordinación con terceros, Conocimiento de la existencia de la solución por parte de potenciales usuarios/clientes/beneficiarios, Visibilidad para usuarios/clientes/beneficiarios de las ventajas de la solución propuesta, Evidencia de estas ventajas para socios/aliados/actores clave del mercado]

2.4. Alcance de Escalabilidad

2.4.1. ¿Qué tan factible es que la organización pueda llegar a un número de usuarios/clientes/beneficiarios que sea 5, 10, o 100 veces superior el número previsto originalmente en el diseño del proyecto (cinco años después del cierre del proyecto)?

[Podría llegar a más de 100 veces el número de usuarios/clientes/beneficiarios previstos en el diseño original cinco años después del cierre del proyecto.]

2.4.2. ¿Qué probabilidad hay de que la organización alcance ese número cinco años después del cierre del proyecto?

[Probable (más del 50% pero menos del 90% de probabilidad)]

2.5. Relación con Grupo BID

2.5.1. ¿Se ha creado una relación comercial con otra unidad del Grupo BID diferente a BID Lab?

Si. La cooperación técnica entre el BID y la CDMX para la implementación de ANA está actualmente en trámite.

2.6. Socios de Replicabilidad

2.6.1. ¿Tiene conocimiento de alguna otra entidad a nivel nacional o internacional que haya copiado/replicado completa o parcialmente el modelo de negocio del proyecto? ¿Ustedes colaboraron en el proceso con esa entidad?

[No]

2.7. Socios de Replicabilidad

2.7.1. ¿Número de usuarios/clientes/beneficiarios alcanzado por entidades que han replicado/copiado completa o parcialmente el modelo de negocio/productos/servicios implementado con apoyo del proyecto?

[N/A]

2.7.2. ¿Ha experimentado, en el último año, una expansión significativa (50% o más) del alcance del modelo de negocios del proyecto más allá de lo esperado en el diseño original del proyecto (debido al aumento del tamaño organizacional, alcance operativo o expansión geográfica)?

[Sí]

Si la respuesta fue Si: Por favor, explicar

Hemos logrado una expansión significativa en el alcance del modelo de negocios del proyecto en el último año. La implementación de ANA ha sido un éxito con 4 empresas usándolo, superando nuestro objetivo para 2025 de 3 empresas. Además, hemos generado 2,336 ofertas laborales para cuidadores, lo cual es un 60% más de lo esperado para 2025. También hemos logrado un 90% más de cursos iniciados (contra lo esperado en el año 1), con más del 50% de ellos provenientes de zonas vulnerables. Estos resultados demuestran la expansión significativa del proyecto más allá de lo previsto en su diseño original.

2.7.3. Número de usuarios / clientes / beneficiarios alcanzados hasta el fin del año?

[Al menos 2 veces pero menos de 5 veces el número de usuarios/clientes/beneficiarios previsto en el diseño original del proyecto]

2.8. Sostenibilidad

2.8.1. ¿Cómo cree que el proyecto continuará una vez que se acabe el financiamiento de BID Lab? Ejemplos: tiene fuentes de financiamiento externo identificadas para seguir operando, ha logrado el punto de equilibrio a través de la venta de servicios y productos, ha logrado el apoyo

de instituciones públicas o del sector privado, ajustará el modelo de negocio para mantenerse viable (vía franquicias, etc.)

El proyecto ha encontrado el product market fit y crece a tasas atractivas y unit economics sanos a través de la venta de sus servicios y cuenta con el apoyo de instituciones gubernamentales y privadas listas para fondear la expansión de la plataforma a nivel regional.

3. Implementación

3.1. Factores Facilitadores u Obstaculizadores

3.1.1. ¿Qué aspectos específicos han afectado (positiva o negativamente) la implementación del proyecto?

[Coordinación con terceros, Contratación de consultores/proveedores, Recursos disponibles, Reconocimiento público/premio]

Otros

En el marco de la alianza con el Grupo BID, durante el primer trimestre de gestión se identificó un creciente interés por parte de gobiernos estatales y federales de América Latina en utilizar la plataforma ANA, lo que llevó a presentar y aprobar la implementación de ANA como plataforma de gestión de servicios en el gobierno de la ciudad de México. Con el objetivo de validar cuantitativa y cualitativamente las hipótesis de generación de valor y promover la solución con otros gobiernos de la región, se iniciará un estudio de impacto. Como resultado del interés obtenido por parte de las autoridades, se contrató a una agencia de relaciones con gobierno para desarrollar un estudio que nos permita comprender cómo escalar nuestra solución en diferentes estados de la república y de Latinoamérica en alianza con los gobiernos. Con miras a preparar a la empresa para una próxima ronda de capital, ANA fue seleccionada y financiada por la aceleradora de impacto más prestigiosa de Europa (Norrksen.org) como la única empresa latinoamericana entre más de 3.000 aspirantes y 20 seleccionadas. ANA participó en un concurso de la fundación Mapfre y obtuvo el reconocimiento como la mejor plataforma de salud digital del mundo que otorga la Fundación Mapfre en España. Derivado de lo anterior MAPFRE seguros expresó su interés en Implementar ANA en la aseguradora. Actualmente se está trabajando en el proyecto de implementación Los fundadores fueron seleccionados como parte de los emprendedores de impacto más importantes del mundo judío e invitados a participar en la cumbre anual del congreso sionista en la ciudad de Basilea Suiza junto con los presidentes de Israel y Suiza y las más grande autoridades judías del mundo donde presentarán la plataforma

3.1.2. Explique en detalle cómo estos factores que ha identificado han hecho que la implementación del proyecto sea más fácil o más difícil.

1. Coordination with third parties. La alianza con el Gobierno de la Ciudad de México, nos va a permitir alcanzar un número importante de adultos mayores. De igual manera, la colaboración con el Colegio Nacional de Medicina Geriátrica CONAMEGER nos permitirá contar con un aliado estratégico para establecernos como un punto de referencia en el cuidado a domicilio para adultos mayores. La inclusión en el emprendimiento del MIT REAP Focus México del MIT junto con el ITESM está ampliando nuestro alcance en el objetivo de capacitación. 2.

Contratación de consultores/proveedores: En particular el equipo de producción de contenido que está ayudando a generar contenido de gran valor y alta calidad; y el equipo de marketing que ha ayudado a asegurar la calidad de leads a costos accesibles para el proyecto. 3.

Recursos disponibles: Contar con los recursos para poder tomar las acciones necesarias ha sido clave para poder contratar miembros adicionales del equipo, así como proveedores y consultores externos. Específicamente, el equipo de programadores nos está ayudando a crear una plataforma que podrá escalar hasta mil veces el volumen actual, pero estos beneficios no se verán hasta dentro de algunos años. 4. Reconocimiento público/premios: El reconocimiento público de trabajar con una institución como el BID, el premio Mapfre, y participar con la aceleradora Norrksen ha aumentado la visibilidad y la credibilidad del proyecto. Esto nos ayudó a atraer a más partes interesadas (como lo es el gobierno de la CDMX).

3.2. Factores de Nuevas Tecnologías

3.2.1. Si el proyecto hace uso de tecnologías o metodologías novedosas, ¿Qué factores han facilitado o dificultado la implementación de la solución tecnológica propuesta inicialmente por el proyecto?

[Experiencia previa de la agencia ejecutora/cliente con la tecnología, Claridad de los requerimientos]

Otros. ¿Cuáles?

Este proyecto busca fortalecer la plataforma tecnológica del sistema de cuidado ANA (Auxiliar de Enfermería Automatizado, por sus siglas en inglés) creada por Paz Mental SAPI de CV, con el objetivo de profesionalizar el modelo de atención de adultos mayores y pacientes crónicos en casa. Busca la sostenibilidad y escala del Software as a Service (SaaS) de ANA Care, a través de la promoción de la plataforma a socios (empresas de atención domiciliar y grupos médicos) que la utilizarán para monitorear, orientar y capacitar adultos mayores vulnerables con condiciones crónicas y sus cuidadores en comunidades de bajos ingresos tanto en áreas urbanas como suburbanas en todo México. La propuesta incluye la incorporación de tecnología y contenido en la formación de cuidadores y en el cuidado de pacientes en casa, con el objetivo de mejorar las condiciones laborales y personales de los cuidadores. A fin de sumar conocimiento internacional y asegurar la escalabilidad de la plataforma se realizaron las siguientes acciones: 1. Se estableció una alianza AWS (Amazon Web services) a nivel Latinoamérica para apoyar el fortalecimiento de la plataforma AWS estará proporcionando crédito y especialistas que guiarán el proceso. 2. La empresa estableció presencia en Tel Aviv Israel y como parte del esta iniciativa fuimos seleccionados por la red de 8400 en Israel como una empresa de alto potencial y nos invitaron a formar parte del programa de mentoría con Avner Halperin, uno de los CEO's más reconocidos en salud digital en Israel quien se encuentra actualmente en la universidad de Harvard y está trabajando directamente con los fundadores de forma quincenal

4. Resultados de Desarrollo (Cuantitativo)

4.0 ¿Su proyecto ha contribuido a alguno de los siguientes indicadores durante los últimos 12 meses (el año pasado)?

[4.1. Número de empresas beneficiadas, 4.2. Empleos Directos Generados por el proyecto o financiamiento]

4.1. Número de empresas con desempeño de negocios o productividad mejorada.

Total

4

Empresas dirigidas por hombres

1

Empresas dirigidas por mujeres

3

4.1.2. Señale qué indicador de la matriz de resultados se relaciona con su respuesta, o cómo ha calculado este número.

13 Empresas/coordinadores informales al cuidado de adultos mayores utilizando ANA

4.1.3. ¿Qué tipo de servicios recibieron las empresas?

[No Financiero]

4.1.4. Por favor, seleccione cómo a través del proyecto se están beneficiando a estas empresas.

[Mejora de la productividad o el rendimiento empresarial (por ejemplo/mejora de las ventas/reducción de costes/mejora de la rentabilidad/rendimiento del capital/incremento de producción/productividad laboral)]

4.2. Empleos directos generados por el proyecto o financiamiento. ¿Cuántas personas fueron empleadas directamente como resultado del proyecto financiado por BID Lab?

Total

2336

Empleos creados: número de hombres

700

Empleos creados: número de mujeres

1636

4.2.2. Señale qué indicador de la matriz de resultados se relaciona con su respuesta, o cómo ha calculado este número.

I4 Ofertas de empleos para cuidadores generadas

4.5. Fuente de Datos

4.5.1. ¿Qué tipo de fuentes de verificación ha utilizado para informar los datos que proporcionó en esta sección? (Por favor, seleccione todas las respuestas válidas).

[Información administrativa]

5. Resultados de Desarrollo (Cualitativo)

5.1. Población objetivo identificada en el diseño

¿Se está llegando a la población objetivo que se identificó en el diseño? Seleccione la población objetivo realmente alcanzada por el proyecto que se identificó originalmente en el diseño del proyecto.

[Personas con discapacidad, Población pobre/vulnerable /bajos ingresos, Adultos mayores, Mujeres]

5.2. Población atendida NO Identificada en el diseño

5.2.1. Seleccione si hay Grupos que NO fueron identificados originalmente en el diseño del proyecto pero que están siendo atendidos en la fase de ejecución.

[Niños y jóvenes]

5.3. Factores Facilitadores u Obstaculizadores

5.3.1. ¿Qué factores han afectado (facilitado o dificultado) el alcance de estos grupos, o la resiliencia/impactos ambientales, en los números/dimensiones que el proyecto tenía previsto originalmente?






[Demanda por el producto/servicio (necesidades del mercado), Interés de clientes/usuarios/beneficiarios, Adaptación del producto/servicio a las necesidades de los clientes/usuarios/beneficiarios, Mejoras en las características del producto/servicio ofrecido, Comunicar a los clientes/usuarios/beneficiarios las ventajas de los productos ofrecidos, Modelo de negocio, Capacidad Institucional]

5.3.2. Explique en detalle ¿cómo estos factores han afectado la capacidad del proyecto para llegar a los grupos (o lograr resiliencia/impactos ambientales) en los números/dimensiones originalmente esperados?

1. Demand for the product/service (market needs) Al lograr nuestro primer cliente en Chile, hemos comprobado que la demanda no se limita solo a México, sino que está presente en todo LATAM. 2. Interest of clients/users/beneficiaries El mercado estaba buscando una solución como la nuestra por lo que no hemos tenido que generar una necesidad que no existía o que no sabían que tenían. La respuesta y alta demanda a nuestros esfuerzos de publicidad directa al consumidor así como el interés de terceros en contratar nuestra plataforma lo confirman. 3. Adaptation of the product/service to the needs of the clients/users/beneficiaries Hemos tenido que desarrollar un número importante de modificaciones en la plataforma para adecuarla a las necesidades del proyecto con el gobierno de la Ciudad de México que nos permitirá alcanzar cerca de 700,000 adultos mayores. 4. Improvements in the characteristics of the product/service offered Hemos agregado muchas funcionalidades para los licenciarios (agencias de enfermería). Específicamente hemos agregado todas las funciones necesarias para que las agencias estén certificadas por la JCI (Joint Commission International). Cost of offering product/service Hemos logrado un costo de marketing y publicidad que se repaga con el primer pago de los usuarios. 5. Communicating to customers/users/beneficiaries the advantages of the products offered Nuestras campañas de publicidad han sido muy efectivas, y







la estrategia de las clases muestra gratuitas ha sido muy redituable. 6. Business model La adopción de un modelo comercial de tres frentes, dirigido a los cuidadores, las agencias y el gobierno, ha permitido que el proyecto logre el alcance deseado. Al abordar las necesidades de estos tres grupos distintos, el proyecto ha podido aumentar su impacto y acceso a las poblaciones vulnerables. Por ejemplo, dirigirse a los cuidadores permite que el proyecto brinde apoyo y recursos a aquellos que a menudo están en la primera línea del cuidado de las personas mayores. Este grupo es clave para mejorar la calidad de vida de los adultos mayores, y al brindarles acceso a cursos y apoyo, el proyecto puede tener un impacto directo en su bienestar. Trabajar con agencias permite que el proyecto aproveche los recursos y las redes de estas organizaciones para llegar a más personas. Al asociarnos con agencias que ya tienen un público cautivo de cuidadores y adultos mayores, el proyecto amplía su alcance y acceso a la población objetivo. Finalmente, al comprometerse con el gobierno, el proyecto puede ayudar a garantizar que los recursos públicos se destinen a mejorar la vida de las personas mayores. Esto puede implicar cabildear por políticas que respalden las necesidades de la población objetivo, así como colaborar con agencias gubernamentales para brindar recursos y apoyo a los adultos mayores. En resumen, el modelo comercial ha sido fundamental para permitir que el proyecto alcance los objetivos deseados al abordar las necesidades de diferentes grupos y aprovechar sus recursos y redes para aumentar su impacto y alcance. 7. Institutional Capacity El fondo del BID nos ha permitido construir un equipo que pueda enfrentar todos los retos de crecimiento que nuestro modelo de negocio presenta.

INDICADORES

 Superado  Logrado  Pendiente  En proceso  Atrasado


C1: Creación e Implementación de Cursos

Peso: 46% **Calificación:** Altamente Satisfactorio

33%		67%	
Indicadores	Planeado	Logrado	Estado
I1 Cursos nuevos iniciados por alumnos dentro de la plataforma	3308 (2025-05-18)	1954 (2022-09-30)	
I2 Porcentaje de alumnos que hayan iniciado un curso, provenientes de zonas vulnerables	40 (2025-05-18)	52 (2022-09-30)	
I3 Cursos nuevos terminados por alumnos dentro de la plataforma	966 (2025-05-18)	709 (2022-09-30)	
I4 Alumnos que reciben acreditación de CONOCER	90 (2025-05-18)	5 (2022-09-30)	
I5 Cursos creados	20 (2025-05-18)	15 (2023-02-02)	
I6 Porcentaje de alumnos con acreditación CONOCER provenientes de zonas vulnerables	10 (2025-05-18)	80 (2022-09-30)	

C2: Adquisición de usuarios y awareness

Peso: 36% **Calificación:** Altamente Satisfactorio

100%			
Indicadores	Planeado	Logrado	Estado
I1 Empresas o coordinadores dedicados al cuidado de adultos mayores a las que se les ofrecen los servicios de ANA	5 (2025-05-18)	17 (2022-09-30)	

I2 Plataforma de ANA funcional	0 (2025-05-18)	1 (2022-05-18)	
I3 Empresas o coordinadores informales dedicadas al cuidado de adultos mayores o pacientes crónicos utilizando ANA (acumulado)	3 (2025-05-18)	4 (2022-09-30)	
I4 Ofertas de empleos para cuidadores generadas	600 (2025-05-18)	2336 (2022-09-30)	

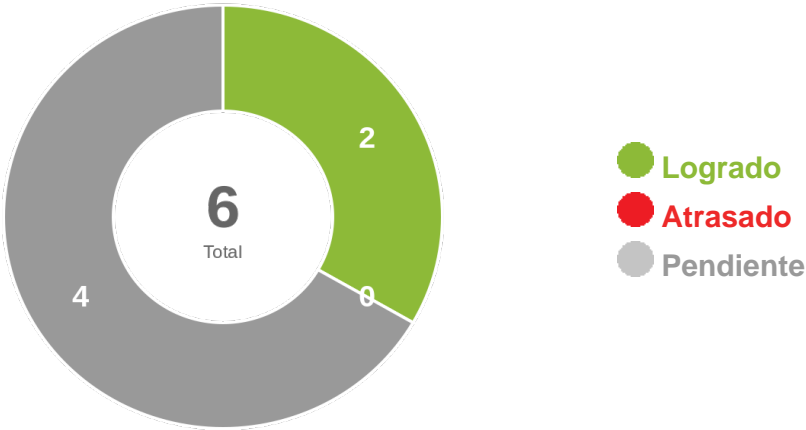
C3: Consolidación organizativa

Peso: 18%Calificación: Satisfactorio



Indicadores	Planeado	Logrado	Estado
I1 Evaluación de objetivos y resultados obtenidos	1 (2025-05-18)	0 (2023-02-03)	
I2 Auditorías financieras	1 (2025-05-18)	1 (2022-05-01)	
I3 Minutas del plan operativo y financieroincluyendo el plan de escala autorizado por el Consejo	1 (2025-05-18)	1 (2022-09-30)	

HITOS



Hitos	Valor Logrado	Fecha Vencimiento	Fecha Lograda	Estado
*Condiciones Previas / Prior Conditions	1	2022-11-18	2022-06-30	
*Lanzamiento de campaña de adquisición de estudiantes en Linea	1	2023-05-18	2022-10-31	
*App Movil para estudiantes	1	2023-11-18		
*Sitio Web ANA	1	2024-05-18		
*Ana SaaS	1	2024-11-18		
*Creación de 20 contenidos audiovisuales	20	2025-05-18		