Municipio de Arauca

NIT. 800.102.504-0

Arauca, 29 de julio del 2025

Arquitecto
LUIS ALBERTO ROJAS NEIRA
Secretario de Planeación Municipal
Arauca

Asunto: Solicitud de ajuste del proyecto de inversión denominado **"DESARROLLO DE ACCIONES PARA EL FORTALECIMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN EL MUNICIPIO DE ARAUCA, DEPARTAMENTO DE ARAUCA"**.

Cordial saludo,

Por medio de la presente, me permito solicitar respetuosamente realizar reducción por traslado de recursos al proyecto denominado **"Desarrollo de acciones para el fortalecimiento de los emprendimientos en el municipio de Arauca, Departamento de Arauca,** identificado con código BPIN **202400000000973,** de conformidad al acuerdo 200.02.006 del 18 de julio de 2025, mediante el cual se adiciona recursos del Superávit Fiscal, el cual contempla las siguientes condiciones:

VALOR TOTAL PROYECTO	VALOR VIABILIZADO	FUENTE	TIEMPO	FECHA VIABILIDAD
$165.000.000.00	$80.000.000,00	S.G.P LI	Tres (03) meses	29/07/2025
	$85.000.000,00	I.C.L.D		

Presupuesto Inicial.

item	COMPONENTES Y SUS ACTIVIDADES	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	FUENTE ICLD	FUENTE SGP LI	VALOR TOTAL
1	COMPONENTE 1: ACCIONES DE DIFUSIÓN PARA EL FORTALECIM IENTO DE EMPRENDIMIENTOS ARAUCANOS						
1.1	Estrategia de comunicación y difusión	Estrategia	1	$3.225.070,00	$ 3.225.070,00		$ 3.225.070,00
1.2	Servicio de Perifoneo por las calles de la ciudad de Arauca	Hora	20	$ 59.850,00	$ 1.197.000,00		$ 1.197.000,00
1.3	Camisa tipo polo con bordado.	Unidad	4	$ 48.292,00	$ 193.168,00		$ 193.168,00
1.4	Agendas personalizado a una tinta	Unidad	30	$ 12.825,40	$ 384.762,00		$ 384.762,00
1.5	Convocatoria pública estudio de solicitud y proceso de selección de beneficiarios	Convocatoria publica	1	$10.116.000,00	$10.116.000,00		$ 10.116.000,00

1.6	Realización de un evento para la exposición y promoción de emprendimientos	Evento	1	$10.116.000,00		$10.116.000,00	$ 10.116.000,00
2	**COMPONENTE 2: ESTRATEGIAS DE APOYO PARA EL FORTALECIMIENTO DE EMPRENDIMIENTOS ENFOCADOS AL EMPLEO FORMAL**						
2.1	Talleres teoricos para la asociatividad y creación de empresas	Taller	4	$ 2.878.500,00	$ 5.757.000,00	$ 5.757.000,00	$ 11.514.000,00
2.2	Talleres de fortalecimiento de iniciativas empresariales que fomenten el emprendimiento para la generación de empleo	Taller	4	$ 2.878.500,00	$ 5.757.000,00	$ 5.757.000,00	$ 11.514.000,00
2.3	Talleres teoricos en mercadeo, ventas y servicio al cliente	Taller	4	$ 2.878.500,00	$ 5.757.000,00	$ 5.757.000,00	$ 11.514.000,00
2.4	Talleres teoricos en procesos de comercialización	Taller	4	$ 2.878.500,00	$ 5.757.000,00	$ 5.757.000,00	$ 11.514.000,00
2.5	Talleres teoricos - practico en marketin digital	Taller	8	$ 5.857.000,00	$23.428.000,00	$23.428.000,00	$ 46.856.000,00
2.6	Talleres teoricos - prácticos en posicionamiento de marca	Taller	8	$ 5.857.000,00	$23.428.000,00	$23.428.000,00	$ 46.856.000,00
				VALOR TOTAL	**$85.000.000,00**	**$80.000.000,00**	**$ 165.000.000,00**

Justificación técnica.

La administración del municipio de Arauca, requiere para el proceso de control y seguimiento, desarrolla una serie de acciones tendientes a fortalecer el empleo decente mediante el fortalecimiento de pequeñas empresas y/o ideas emprendedoras en el municipio de Arauca.

Para ello, es necesario que los ajustes del proyecto estén orientados a cada una de las actividades a desarrollar y de conformidad a lo estipulado en el acuerdo 200.02.006 del 18 de julio de 2025, mediante el cual se adiciona recursos del Superávit Fiscal. Debido a lo anterior las actividades, se ajustarán al recurso aprobado y enfocadas a la generación de productos, además de generar mayor alcance e impacto en la población a beneficiar, lo que ocasiona realizar ajustes a la descripción de cada una de ellas, a las unidades y al valor unitario respectivamente.

Presupuesto ajustado

Ítem	COMPONENTES Y SUS ACTIVIDADES	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	FUENTE ICLD	FUENTE SGP LI	VALOR TOTAL
1	**COMPONENTE 1: ACCIONES DE DIFUSIÓN PARA EL FORTALECIM IENTO DE EMPRENDIMIENTOS ARAUCANOS**						
1.1	Estrategia de comunicación y difusión	Estrategia	1	$3.225.070,00	$3.225.070,00		$ 3.225.070,00
1.2	Servicio de Perifoneo por las calles de la ciudad de Arauca	Hora	20	$ 59.850,00	$1.197.000,00		$ 1.197.000,00
1.3	Suministro de camisas tipo polo con bordado.	Unidad	4	$ 48.292,00	$ 193.168,00		$ 193.168,00
1.4	Suministro de agendas personalizadas a una tinta	Unidad	30	$ 12.825,40	$ 384.762,00		$ 384.762,00
1.5	Realización de un evento para la exposición y promoción de emprendimientos	Evento	1	$10.116.000,00		$10.116.000,00	$ 10.116.000,00
2	**COMPONENTE 2: ESTRATEGIAS DE APOYO PARA EL FORTALECIMIENTO DE EMPRENDIMIENTOS ENFOCADOS AL EMPLEO FORMAL**						
2.1	Talleres teoricos para la asociatividad y creación de empresas	Taller	2	$ 2.878.500,00		$ 5.757.000,00	$ 5.757.000,00
2.2	Talleres de fortalecimiento de iniciativas empresariales que fomenten el emprendimiento para la generación de empleo	Taller	2	$ 2.878.500,00		$ 5.757.000,00	$ 5.757.000,00
2.3	Talleres teoricos en mercadeo, ventas y servicio al cliente	Taller	2	$ 2.878.500,00		$ 5.757.000,00	$ 5.757.000,00
2.4	Talleres teoricos en procesos de comercialización	Taller	2	$ 2.878.500,00		$ 5.757.000,00	$ 5.757.000,00
2.5	Talleres teoricos - practico en marketin digital	Taller	4	$ 5.857.000,00		$23.428.000,00	$ 23.428.000,00
2.6	Talleres teoricos - prácticos en posicionamiento de marca	Taller	4	$ 5.857.000,00		$23.428.000,00	$ 23.428.000,00
				VALOR TOTAL	**$5.000.000,00**	**$80.000.000,00**	**$ 85.000.000,00**

DESCRIPCIÓN DE COMPONENTES Y ACTIVIDADES

COMPONENTE 1: ACCIONES DE DIFUSIÓN PARA EL FORTALECIM IENTO DE EMPRENDIMIENTOS ARAUCANOS

Haciendo un breve recuento por la historia del emprendimiento en Colombia y el apoyo que este ha tenido de los gobiernos de turno vale la pena citar a (Hernández y Rodríguez, 2013) quienes afirman que desde hace más de medio siglo el Estado Colombiano ha venido implementando estrategias que se han ido convirtiendo paulatinamente en leyes las cuales buscan apoyar el emprendimiento, promover empresas nacientes y fortalecer los modelos de negocios ya existentes. Esto demuestra la intención del gobierno por brindar herramientas que permitan el crecimiento del sector pyme en Colombia.

En efecto, un ejemplo de las buenas intenciones del gobierno nacional es la creación de la Ley 1014 del 2006, creada para incentivar el emprendimiento brindado un verdadero soporte legal en pro del emprendimiento.

También, de acuerdo a Amarillo (2013), en las últimas tres décadas el gobierno colombiano ha dedicado sus esfuerzos para incentivar a nuevos empresarios y fortalecer el desarrollo de las pymes que generan un aporte importante para el desarrollo del país, actualmente se concentra en eliminar las barreras que interrumpan el desarrollo de la iniciativa empresarial y promoción de la competencia a través del acceso a fuentes diversas de financiación y tecnología que han sido las principales falencias en el desarrollo del emprendimiento en Colombia. Este ha sido un paso importante para apoyar a los emprendedores, pero el esfuerzo debe ser constante para lograr verdaderos avances en este tema[1].

A pesar de lo anterior, aún siguen siendo escasos los esfuerzos realizados por el gobierno y el sector privado, por lo cual se hace indispensable la formulación de estrategias que contribuyan con el progreso y desarrollo socio-económico del territorio. Para ello el gobierno local contempla la realización de actividades de fortalecimiento a los emprendimientos o ideas de negocio realizadas por la comunidad.

Por ello toda idea por muy simple que sea, debe pasar por un proceso de validación y aceptación, con el propósito de transformarla en oportunidades de negocios, para lo cual debe surtir el siguiente procedimiento:

- Definición y formación
- Un estudio inicial
- Fase de consulta
- Etapa de decisión

Lo primero que deberá hacer la persona que genera una idea útil o innovadora es el poder definirla correctamente. Por ende, cada idea debe ser sometida a un estudio inicial sobre las posibilidades y alternativas que en ella se plantea, las afectaciones y percepciones que se verán influenciadas por la misma.

El estudio inicial debe arrojar si la idea satisface o no alguna necesidad, gusto o deseo, la forma en que lo hace y las implicaciones que trae la aplicación de la idea. La fase de consulta

[1] https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14502/CastilloAfanadorSandraPatricia2016.pdf;jsessionid=0CB22A9B1493159820AE155935061F1A?sequence=1

implica validar la idea útil o innovadora y su estudio inicial con personas que conozcan sobre el tema (expertos, referencias institucionales, etc) que puedan orientar, cada idea. La etapa de decisión se refiere al proceder frente a la idea útil o innovadora luego del proceso de transformarla en una oportunidad de negocio, para que finalmente permita su viabilidad.

De tal manera que el emprendimiento, nace de crear una cultura donde sea más sencillo generar nuevas oportunidades o de realizar o crear nuevas empresas, con el fin de mejorar las condiciones de trabajo de una determinada empresa o de desarrollar nuevas formas de ejecutar un trabajo, aprender y crecer como sociedad. Para que esto produzca un impacto positivo es importante promover la iniciativa empresarial y la cultura emprendedora, fomentando:

- ✓ La promoción del desarrollo relacionado con el espíritu empresarial.
- ✓ La sensibilización de las personas en cuanto al trabajo por cuenta propia y la mejora de ambientes laborales.
- ✓ La formación y cualificación emprendedora para poner en marcha ideas útiles y/o innovadoras

Para lo cual el componente contempla el desarrollo de los siguientes aspectos:

Forma de ejecución: se tendrá en cuenta para su ejecución las siguientes etapas:

Primera Etapa, Alistamiento: Diseño y elaboración del plan de trabajo que contenga el desarrollo metodológico de cada una de las actividades contempladas en el proyecto.

Segunda Etapa, Convocatoria. El proceso de convocatorias tiene por objetivo lograr atraer el mayor número de futuros emprendedores con ideas o proyectos de emprendimiento individuales y asociativos. La convocatoria se deberá realizar a través de medios escritos, medios sociales y/o comunicados de prensa, por un tiempo de dos semanas.

Tercera Etapa, Factores o criterios de selección. Se seleccionarán los primeros cuarenta (40) participantes a participar en el proceso de formación quienes deberán cumplir con los siguientes factores o criterios:

- o Ser mayo de dieciocho (18) años.
- o Contar con una idea emprendedora o emprendimiento ubicado en el municipio de Arauca.
- o No haberse beneficiado con los programas de fortalecimiento empresarial por parte del municipio de Arauca, dentro de los dos (02) años anteriores a la fecha de la convocatoria.
- o Carta de compromiso donde se indique el total compromiso para participar de las actividades contempladas en el proyecto, además de cumplir con los compromisos y/o recomendaciones hechas por el equipo consultor.

Cuarta etapa, Selección de ideas de negocio. Una vez finalizadas la etapa de la convocatoria, se realizará la clasificación, tabulación, para seleccionar las ideas de negocio o emprendimientos a fortalecer.

De acuerdo al orden de selección se elabora la base de datos en Excel, donde se consigne la información que dará lugar a la inclusión del proyecto. La selección deberá enfocarse preferiblemente a emprendimientos direccionados a líneas de producción de bienes y servicios que tengan demanda en el mercado local.

Quinta etapa, Criterios de desempate. En caso de que exista empate, se tendrá en cuenta los siguientes criterios:

- Por orden de inscripción y/o envío de documentos.
- Por años de antigüedad
- Por el mayor número de empleados.

Sexta etapa, conformación del equipo técnico evaluador. Para evaluar el cumplimiento de requisitos y selección de los emprendimientos, se deberá conformar un equipo técnico, integrado dos (02) evaluadores uno designado por la Secretaria de Desarrollo económico y sostenible y otro designado por el operador, quienes consignaran en un acta los primeros cuarenta (40) seleccionados de cada unidad productiva y/o emprendimiento, acorde a los criterios de selección.

Quinta Etapa Desarrollo de las actividades programadas. Darán inicio previo cronograma de actividades. Los profesionales a cargo del desarrollo de cada una de ellas, utilizarán un lenguaje claro y asequible a la comunidad participante, así como los elementos necesarios; con el fin de garantizar la participación de la población beneficiaria.

Actividad 1.1. Estrategia de comunicación y difusión

Una vez realizada la convocatoria, antes de iniciar el proceso de inscripción y selección, se realizará la campaña publicitaria, que tendrá una duración de quince (15) días y contemplará los siguientes elementos a saber:

Realización de una pieza publicitaria de 35 segundos con el texto y efectos de audios acordados para emisión en radio u otro medio que permita la difusión sonora. Se realizará la producción de una (1) cuña radial para la promoción de la convocatoria del proyecto haciendo énfasis en la población a beneficiar y la temática a tener en cuenta para el desarrollo de las actividades (audio, video, fotografía).

Se tendrá en cuenta para la producción las características contempladas en el plan de medios vigente para la administración municipal. El material debe ser aprobado por el área de comunicaciones de la Alcaldía de Arauca y el supervisor del proyecto, antes de ser publicado.

Emisión de cuñas radiales. Con el objetivo de llegar a la mayor cantidad de la población objetivo del proyecto, se debe pautar un total de 20 cuñas radiales que se distribuirán en el transcurso de quince (15) días en emisoras locales y preferiblemente en espacios noticiosos. Las cuñas deben ser emitidas en mínimo dos (02) emisoras del municipio de Arauca en el noticiero de la mañana y noticiero del medio día).

La emisión de cuñas se realizará conforme a las características del plan de medios vigente en la administración municipal.

Difusión en Redes Sociales y/o Plataformas Combo banners: Banner principal, Boletines, Cubrimiento de eventos, Mención de redes sociales (Facebook, Twitter) y audio por una semana. En la actualidad las redes sociales son una herramienta de difusión con gran efectividad lo cual permite llegar a gran cantidad de personas con la información que se quiere dar a conocer.

Para ello esta difusión se realizará de acuerdo a las características del plan de medios vigente en la administración municipal y por un período de una semana, con el propósito de promocionar y difundir el alcance del proyecto y así garantizar un mayor número de personas, para lo cual se deberá realizar lo siguiente:

- ✓ Pautar segmento emprendedor para la ciudad de Arauca en Facebook por una semana
- ✓ Video Tik Tok de 30 segundos
- ✓ Flyer para redes sociales (Facebook, Instagram, Historias)
- ✓ Banner para cabezote del home del portal institucional www.arauca-arauca.gov.co

Producción de una pieza publicitaria de 25 segundos en video. Usando los parámetros del guion entregado por la entidad. De igual forma se debe elaborar un material de video que a través de las plataformas de Facebook, Instagram y Youtube permita incentivar el interés de los emprendedores en participar en las actividades del proyecto de manera asertiva. Esta actividad se realizará de acuerdo a las características del plan de medios vigente en la administración municipal.

Productos a entregar:
Una (01) estrategia de promoción y difusión realizada realizada.

Soportes:

- ✓ Video de 25 segundos para Facebook, Instagram y Youtube
- ✓ Pauta segmento emprendedor para la ciudad de Arauca para Facebook por una semana
- ✓ Video Tik Tok de 30 segundos
- ✓ Flyer para redes sociales (Facebook, Instagram, Historias)
- ✓ Banner para cabezote del home del portal institucional www.arauca-arauca.gov.co
- ✓ Certificado o pantallazos de la difusión en redes sociales
- ✓ Pieza publicitaria de 35 segundos para emisión en radio u otro medio
- ✓ Certificado de la emisión de las cuñas radiales

Actividad 1.2. Servicio de Perifoneo por las calles de la ciudad de Arauca

Se realizará una estrategia de promoción y difusión de las diferentes actividades que se ejecutarán en este proyecto, para lo cual es necesario el desarrollo de lo siguiente:

- Servicio de perifoneo de 20 horas, y se deberá prestar entre 4 horas diarias por los diferentes barrios de cada comuna durante 5 días.

Producto entregable:
Un (01) Cd con mensaje de las 20 horas de servicio de perifoneo realizadas.

Soportes:
✓ Certificación de la emisión del perifoneo.

Actividad 3. Suministro de camisas tipo polo con bordado

La actividad consiste en la entrega de cuatro (04) camisetas tipo polo para cada uno de los integrantes del grupo de apoyo y profesional involucrado, quienes participarán en el desarrollo del evento para la exposición y promoción de emprendimientos en la zona urbana del municipio de araucana.

La camisa será de algodón tipo polo (tallas y color a convenir), cada camisa deberá llevar el logotipo de la administración municipal y mensajes inherentes a la ejecución de la actividad, como estrategia de conexión e información visual, las cuales se enfocarán a promover el trabajo digno a partir de una idea emprendedora, y para motivar a otras personas a ser parte de este gran propósito que se tiene: lograr la mayor incidencia en la comunidad hacia una cultura emprendedora.

Productos a entregar:
Cuatro (04) camisetas tipo polo con bordado entregadas

Soportes:
Registro fotográfico

Actividad 4. Suministro de agendas personalizadas a una tinta

La actividad consiste en el suministro de treinta (30) agendas de nota tamaño media carta con anillado metálico en pasta dura de 300 gr a full color de 30 hojas internas a una tinta con mensajes inherente a las actividades contempladas en el proyecto.

Productos a entregar:
Treinta (30) de nota tamaño media carta con anillado metálico en pasta dura de 300 gr a full color de 30 hojas internas.

Soportes:
Registro fotográfico.

Actividad 1.5. Realización de un evento para la exposición y promoción de emprendimientos.

La actividad consiste en realizar un evento, con el propósito de exponer y promocionar las experiencias de cada uno de los participantes, obtenidas en el transcurso del desarrollo de cada taller. Cada participante expondrá cada uno de los emprendimientos, bien sea formalizados o en proceso de formalización, cuyo fin es atraer los posibles clientes y con ello dar a conocerlos y aumentar sus ventas y mejorar su economía. Para ello, se debe establecer cada stand acorde al número de participantes, organizado e identificado de acuerdo al trabajo de cada participante.

Esta exposición se realizará en horario de 8:00 a.m. a 12:00 m, para lo cual se requiere de la adecuación del espacio, que sea lo más amplio posible y atractivo para el público que visitará la exhibición. Las características que deben tomarse en cuenta serán:

- ✓ Ser de fácil acceso.
- ✓ Proporcionar un área peatonal amplia para el público.
- ✓ El espacio debe estar señalizado.
- ✓ Iluminación adecuada.
- ✓ La ambientación debe ser adecuada al evento.

Pantallas Led: se requieren tres (03) pantallas por un término de tres (03) horas, las pantallas deben estar compuesta por módulos de 50x50 cm, lo que facilita tanto su transporte como su montaje y desmontaje. Cada uno de estos módulos debe contar con un pitch de 3.9, lo que se traduce en una densidad de píxeles lo suficientemente alta como para garantizar una imagen nítida y detallada, incluso cuando se observe la pantalla desde una distancia corta, las

dimensiones de la pantalla deben ser de 3x2 metros, lo que proporcionará un tamaño considerable y adecuado para garantizar que la información a proyectar sea visible desde diferentes puntos del espacio.

Por último, para el procesamiento de la señal de video y asegurar un rendimiento óptimo, es necesario utilizar un procesador Dewwall LPS905. Este procesador está diseñado para manejar grandes volúmenes de datos y proporcionar una transmisión de imagen fluida, sin retardos ni interrupciones, lo que es crucial para mantener la calidad y sincronización de los contenidos visuales.

Talento humano:

Profesional conferencista: Para el desarrollo de la actividad, se requiere de los servicios de un (1) conferencista, quién será el profesional que se encargará de planificar, organizar y desarrollar el evento.

El profesional deberá ser avalados por la supervisión y/organización del evento, con el fin de preservar la calidad del mismo y deberá ubicarse a la hora y lugar requerido por los organizadores.

Disponibilidad de personal y/o equipo logístico, conformado por tres (03) personas, para apoyo al desarrollo del evento, estar pendiente del acceso y seguridad del espacio asignado, este personal deberá estar identificado con una escarapela alusiva a la exhibición, estar disponible durante la organización y desarrollo del evento. Además, deberán estar atentos al espacio adaptado para los diferentes expositores.

Productos a entregar:
Un (1) evento para la exposición y promoción de emprendimientos realizado.

Soportes:
- ✓ Listas de asistencia con enfoque diferencial
- ✓ Fotografías del evento
- ✓ Certificación de la presentación del conferencista, durante el tiempo de duración del evento.

9.1.2. COMPONENTE 2: ESTRATEGIAS DE APOYO PARA EL FORTALECIMIENTO DE EMPRENDIMIENTOS ENFOCADOS AL EMPLEO FORMAL

Para fortalecer emprendimientos enfocados en el empleo formal, es crucial implementar estrategias que aborden tanto las necesidades de los emprendedores como las del mercado laboral. Estas estrategias incluyen capacitación, asistencia técnica, apoyo financiero, asesoría en gestión y comercialización, y fomento de la asociatividad y redes de contacto. Además, es fundamental sensibilizar a la comunidad con ideas in novadoras sobre la importancia del emprendimiento y brindarles el apoyo necesario para el desarrollo de emprendimientos competitivos. De acuerdo a lo anterior se realizarán las siguientes actividades:

Actividad 2.1Talleres teóricos para la asociatividad y creación de empresas

La asociatividad en el ámbito empresarial representa la calidad de trabajo cooperativo que vincula diferentes tipos de negocios a un objetivo en común, vinculadas a las estrategias empresariales que desarrollan las organizaciones con el fin de mejorar tanto factores internos (operativos y administrativos) de la empresa como factores externos de la misma (competencia, imagen, relaciones, clientes y otros) propios del modelo de negocio y el entorno en que se desarrolla dicha organización.

De acuerdo a lo anterior, los talleres sobre asociatividad y creación de empresas en el municipio de Arauca, se enfocarán al desarrollo de una metodología clara cuyo propósito es empoderar a los participantes para que puedan identificar oportunidades de negocio, desarrollar habilidades empresariales y crear o fortalecer sus propias asociaciones y empresas.

Metodología: Comprende el desarrollo de dos (02) talleres de nueve (09) horas de clase teórica magistral cada uno, con una participación máxima de veinte (20) personas por cada taller. Para el desarrollo de cada taller se dispondrá de un espacio y/o auditorio adecuado con buenas condiciones de ventilación e iluminación, equipos tecnológicos y sonido. La temática a desarrollar en los talleres teóricos contempla lo siguiente:

CONTENIDO TEÓRICO:

- Definición de asociatividad empresarial
- Beneficios de la asociatividad
- Modelos de asociatividad
- Creación de empresas asociativas
- Factores clave para el éxito de la asociatividad
- Herramientas y metodologías
- Desafíos de la asociatividad
- Impacto de la asociatividad en el desarrollo económico

Recurso humano:

Perfil requerido: Para la ejecución de esta actividad se contará con un (01) profesional de la ingeniería, administración o áreas afines con experiencia certificada en temas relacionados con las actividades a desarrollar.

Servicio de refrigerios. Se deberá contar con refrigerios para los asistentes al evento, el refrigerio a entregar, será tipo ración preparada, no industrializada, y corresponde a:

ALIMENTOS	PRINCIPAL	BEBIDAS
Refrigerio (42)	Picado de frutas Sándwich (jamón y queso) Empanadas (carne, pollo o guiso)	Malta o jugos en Tetra Pack

Los alimentos estarán debidamente empacados y servidos acorde a las normas de higiene y manipulación respectiva.

Productos a entregar:
Dos (02) talleres teóricos para la asociatividad y creación de empresas realizados.

Soportes:

- Informe ejecutivo del desarrollo de la actividad.
- Memorias del taller en medio magnético.
- Listado de asistencia con enfoque diferencial
- Registro fotográfico

Actividad 2.2. Talleres de fortalecimiento de iniciativas empresariales que fomenten el emprendimiento para la generación de empleo.

Los talleres de fortalecimiento de iniciativas empresariales se desarrollarán con el propósito de fomentar el emprendimiento, enfocado a la creación de un ecosistema propicio para la innovación, la creación de empleo y el crecimiento económico. Esto se logrará teniendo en cuenta aspectos claves como apoyo financiero, capacitación, mentoría y creación de redes de colaboración, así como la simplificación de trámites y la promoción de una cultura emprendedora.

Metodología: Comprende el desarrollo de dos (02) talleres de nueve (09) horas de clase teórica magistral cada uno, con una participación máxima de veinte (20) personas por cada taller. Para el desarrollo de cada taller se dispondrá de un espacio y/o auditorio adecuado con buenas condiciones de ventilación e iluminación, equipos tecnológicos y sonido. El fortalecimiento empresarial comprenderá la siguiente temática:

CONTENIDO TEÓRICO:

- Aspectos para la tramitación y formalización de empresas
- Aspectos administrativos, laboral, financieros y legal
- Aspectos de mentoría
- Acceso a redes de negocios y servicios
- Cultura emprendedora
- Formación y desarrollo de competencias
- Establecimiento de alianzas estratégicas
- Modelo de negocio
- Plan de inversión

Durante el desarrollo del taller se deberá elaborar un documento tipo cartilla con el modelo de negocio y el respectivo plan de inversión requerido para su ejecución.

Recurso humano:

Perfil requerido: Para la ejecución de esta actividad se contará con un (01) profesional de la ingeniería, administración o áreas afines con experiencia certificada en temas relacionados con las actividades a desarrollar.

Servicio de refrigerios. Se deberá contar con refrigerios para los asistentes al evento, el refrigerio a entregar, será tipo ración preparada, no industrializada, y corresponde a:

ALIMENTOS	PRINCIPAL	BEBIDAS
Refrigerio (42)	Picado de frutas Sándwich (jamón y queso) Empanadas (carne, pollo o guiso)	Malta o jugos en Tetra Pack

Los alimentos estarán debidamente empacados y servidos acorde a las normas de higiene y manipulación respectiva.

Productos a entregar:
Dos (02) talleres teóricos de fortalecimiento de iniciativas empresariales que fomenten el emprendimiento para la generación de empleo realizados.

Soportes:
- Informe ejecutivo del desarrollo de la actividad.
- Memorias del taller en medio magnético.
- Listado de asistencia con enfoque diferencial
- Registro fotográfico

Actividad 2.3. Talleres teóricos en mercadeo, ventas y servicio al cliente.

El mercadeo (o marketing) se refiere a las estrategias y acciones que una empresa utiliza para promocionar y vender sus productos o servicios, generando demanda y estableciendo una relación con el cliente. Ventas son las acciones concretas que convierten un cliente potencial en un comprador, cerrando negocios y generando ingresos. Servicio al cliente es la asistencia y soporte que una empresa proporciona a sus clientes, antes, durante y después de la compra, para garantizar su satisfacción y lealtad. Para las PYMES en mercadeo, ventas y servicio al cliente es la innovación, la digitalización, la personalización y la creación de relaciones de confianza con los clientes[2].

Para lo cual los talleres de mercadeo, ventas y servicio al cliente, estarán orientados en dotar a los futuros empresarios de los conocimientos y habilidades necesarias para mejorar su desempeño comercial, aumentar sus ventas y generar una experiencia de cliente positiva.

Metodología: Comprende el desarrollo de dos (02) talleres de nueve (09) horas de clase teórica magistral cada uno, con una participación máxima de veinte (20) personas por cada taller. Para el desarrollo de cada taller se dispondrá de un espacio y/o auditorio adecuado con buenas condiciones de ventilación e iluminación, equipos tecnológicos y sonido. El fortalecimiento empresarial comprenderá la siguiente temática:

CONTENIDO TEÓRICO:
Mercadeo
- Análisis del mercado
- Plan de marketing
- Marketing digital
- Marketing de contenidos

Ventas
- Técnicas de venta
- Atención al cliente
- Venta cruzada y venta adicional
- Metodologías de ventas
- Herramientas de gestión

Servicio al cliente
- Atención al cliente

[2] https://www.google.com/search?q=define+mercadeo%2C+ventas+y+servicio+al+cliente&sca_esv=

- Comunicación efectiva
- Resolución de conflictos

Recurso humano:

Perfil requerido: Para la ejecución de esta actividad se contará con un (01) profesional de la ingeniería, administración o áreas afines con experiencia certificada en temas relacionados con las actividades a desarrollar.

Servicio de refrigerios. Se deberá contar con refrigerios para los asistentes al evento, el refrigerio a entregar, será tipo ración preparada, no industrializada, y corresponde a:

ALIMENTOS	PRINCIPAL	BEBIDAS
Refrigerio (42)	Picado de frutas Sándwich (jamón y queso) Empanadas (carne, pollo o guiso)	Malta o jugos en Tetra Pack

Los alimentos estarán debidamente empacados y servidos acorde a las normas de higiene y manipulación respectiva.

Productos a entregar:
Dos (02) talleres teóricos en mercadeo, ventas y servicio al cliente realizados.

Soportes:
- Informe ejecutivo del desarrollo de la actividad.
- Memorias del taller en medio magnético.
- Listado de asistencia con enfoque diferencial
- Registro fotográfico

Actividad 2.4. Talleres teóricos en procesos de comercialización.

Los procesos de comercialización son el conjunto de actividades que una empresa realiza para llevar sus productos o servicios al mercado y obtener beneficios. Se trata de una serie de pasos que abarcan desde la identificación del mercado objetivo hasta la venta final y el servicio postventa.
En otras palabras, la comercialización es la forma en que una empresa organiza y ejecuta todas las etapas necesarias para que su producto o servicio llegue a los consumidores, desde la producción o creación hasta la venta fina[3].
De acuerdo a lo anterior los talleres, estarán orientados en dotar a los futuros empresarios de los conocimientos y habilidades necesarias para mejorar su desempeño en los procesos y canales de comercialización.

Metodología: Comprende el desarrollo de dos (02) talleres de nueve (09) horas de clase teórica magistral cada uno, con una participación máxima de veinte (20) personas por cada taller. Para el desarrollo de cada taller se dispondrá de un espacio y/o auditorio adecuado con buenas condiciones de ventilación e iluminación, equipos tecnológicos y sonido. El fortalecimiento empresarial comprenderá la siguiente temática:

[3] https://www.google.com/search?q=define+procesos+de+comercializaci%C3%B3n.&sca_esv=

CONTENIDO TEÓRICO:

- Definición de comercialización
- Identificación del mercado objetivo
- Elaboración de estrategias de marketing
- Definición de un plan de marketing
- Diseño del producto o servicio
- Identificación de los canales de distribución
- Ventas y cierre de ventas
- Servicio postventa

Recurso humano:

Perfil requerido: Para la ejecución de esta actividad se contará con un (01) profesional de la ingeniería, administración o áreas afines con experiencia certificada en temas relacionados con las actividades a desarrollar.

Servicio de refrigerios. Se deberá contar con refrigerios para los asistentes al evento, el refrigerio a entregar, será tipo ración preparada, no industrializada, y corresponde a:

ALIMENTOS	PRINCIPAL	BEBIDAS
Refrigerio (42)	Picado de frutas Sándwich (jamón y queso) Empanadas (carne, pollo o guiso)	Malta o jugos en Tetra Pack

Los alimentos estarán debidamente empacados y servidos acorde a las normas de higiene y manipulación respectiva.

Productos a entregar:
Dos (02) talleres teóricos en procesos de comercialización realizados.

Soportes:

- Informe ejecutivo del desarrollo de la actividad.
- Memorias del taller en medio magnético.
- Listado de asistencia con enfoque diferencial
- Registro fotográfico

Actividad 2.5. Talleres teóricos - practico en marketin digital.

El marketing digital comprende un conjunto de estrategias y técnicas utilizadas para promocionar productos o servicios a través de internet, utilizando canales como redes sociales, motores de búsqueda, sitios web y correo electrónico. Se diferencia del marketing tradicional por su enfoque en la comunicación y la interacción en línea, así como por su capacidad para medir y analizar los resultados en tiempo real[4].

[4] https://www.google.com/search?q=define+marketin+digital&sca_esv=38312a7202a7ceff&rlz=1C1GCEU_enCO1162&sxsrf=

Para ello los talleres, estarán orientados en dotar a los futuros empresarios de los conocimientos y habilidades necesarias para mejorar su desempeño en los procesos de marketing digital.

Metodología: Comprende el desarrollo de cuatro (04) talleres de nueve (09) horas de clase teórica magistral y prácticas cada taller, con una participación máxima de veinte (20) personas por cada taller. Para el desarrollo de cada taller se dispondrá de un espacio y/o auditorio adecuado con buenas condiciones de ventilación e iluminación, equipos tecnológicos y sonido. Se desarrollarán dos (02 talleres de acuerdo al siguiente contenido:

TEMÁTICA	CANTIDAD	HORAS	# DE PARTICIPANTES	TALENTO HUMANO	REFRIGERIOS
Taller teórico: • Definición de Marketing Digital • Fundamentos del Marketing Digital • Canales de Marketing Digital • Herramientas de Marketing Digital • Estrategias y Métricas • Marketing de Transparencia	2 talleres	9 horas por cada taller, para un total de 18 horas	20 personas por cada taller para un total de 40 personas	1 profesional con experiencia en la temática a realizar.	21 refrigerios por taller para un total de 42 refrigerios

Y dos (02) talleres prácticos, para lo cual se deberá contar con la infraestructura adecuada para garantizar el desarrollo de las actividades del taller, aplicando ejercicios participativos a través de la metodología aprender-haciendo, como estrategia que permita afianzar las competencias y habilidades de los participantes.

TEMÁTICA	CANTIDAD	HORAS	# DE PARTICIPANTES	TALENTO HUMANO	REFRIGERIOS
Taller práctico: • Diseño publicidad digital • Diseño de marketing de contenidos • Diseño de marketing para redes sociales	2 talleres	9 horas por cada taller, para un total de 18 horas	20 personas por cada taller para un total de 40 personas	1 profesional con experiencia en la temática a realizar.	21 refrigerios por taller para un total de 42 refrigerios

Recurso humano:

Perfil requerido: Para la ejecución de esta actividad se contará con un (01) profesional de la ingeniería, administración o áreas afines con experiencia certificada en temas relacionados con las actividades a desarrollar.

Servicio de refrigerios y bebidas calientes. Se deberá contar con bebidas calientes y refrigerios para los profesionales, el refrigerio a entregar, será tipo ración preparada, no industrializada, y corresponde a:

ALIMENTOS	PRINCIPAL	BEBIDAS
Refrigerio (84)	Picado de frutas Sándwich (jamón y queso) Empanadas (carne, pollo o guiso)	Malta o jugos en Tetra Pack

Los alimentos estarán debidamente empacados y servidos acorde a las normas de higiene y manipulación respectiva.

Productos a entregar:
Cuatro (04) talleres teóricos – práctico en marketin digital realizados.

Soportes:
- Informe ejecutivo del desarrollo de la actividad.
- Memorias del taller en medio magnético.
- Listado de asistencia con enfoque diferencial
- Registro fotográfico

Actividad 2.6. Talleres teóricos - prácticos en posicionamiento de marca.

El posicionamiento de marca se refiere a la forma en que una marca es percibida y distinguida por los consumidores en comparación con sus competidores. Corresponde al proceso de diseñar la imagen y la oferta de la marca para ocupar un lugar distintivo en la mente del público objetivo

En otras palabras, el posicionamiento de marca:
- Define el valor único de la marca
- Construye una identidad
- Transmite la propuesta de valor
- Se diferencia de la competencia
- Influye en la percepción del consumidor[5].

De acuerdo a lo anterior, los talleres estarán orientados en dotar a los futuros empresarios de los conocimientos y habilidades necesarias para mejorar su desempeño en los procesos de posicionamiento de marca.

Metodología: Comprende el desarrollo de cuatro (04) talleres de nueve (09) horas de clase teórica magistral y prácticas cada taller, con una participación máxima de veinte (20) personas por cada taller. Para el desarrollo de cada taller se dispondrá de un espacio y/o auditorio adecuado con buenas condiciones de ventilación e iluminación, equipos tecnológicos y sonido. Se desarrollarán dos (02 talleres de acuerdo al siguiente contenido:

TEMÁTICA	CANTIDAD	HORAS	# DE PARTICIPANTES	TALENTO HUMANO	REFRIGERIOS

[5] https://www.google.com/search?q=define+posicionamiento+de+marca&sca_esv=38312a7202a7ceff&rlz=

Taller teórico: • ¿Qué es el Posicionamiento de Marca? • Importancia del Posicionamiento de Marca • Tipos de Posicionamiento de Marca • Estrategias para Mejorar el Posicionamiento de Marca • Instrumentos para desarrollar el posicionamiento de marca	2 talleres	9 horas por cada taller, para un total de 18 horas	20 personas por cada taller para un total de 40 personas	1 profesional con experiencia en la temática a realizar.	21 refrigerios por taller para un total de 42 refrigerios

Y dos (02) talleres prácticos, para lo cual se deberá contar con la infraestructura adecuada para garantizar el desarrollo de las actividades del taller, aplicando ejercicios participativos a través de la metodología aprender-haciendo, como estrategia que permita afianzar las competencias y habilidades de los participantes.

TEMÁTICA	CANTIDAD	HORAS	# DE PARTICIPANTES	TALENTO HUMANO	REFRIGERIOS
Taller práctico: • Definición de la marca. • Nombre de negocio • Creación del eslogan • Diseño del logotipo • Definición del lenguaje visual. • Construcción de la voz para la marca. • Construcción del branding	2 talleres	9 horas por cada taller, para un total de 18 horas	20 personas por cada taller para un total de 40 personas	1 profesional con experiencia en la temática a realizar.	21 refrigerios por taller para un total de 42 refrigerios

Recurso humano:

Perfil requerido: Para la ejecución de esta actividad se contará con un (01) profesional de la ingeniería, administración o áreas afines con experiencia certificada en temas relacionados con las actividades a desarrollar.

Servicio de refrigerios y bebidas calientes. Se deberá contar con bebidas calientes y refrigerios para los profesionales, el refrigerio a entregar, será tipo ración preparada, no industrializada, y corresponde a:

ALIMENTOS	PRINCIPAL	BEBIDAS
Refrigerio	Picado de frutas	

(84)	Sándwich (jamón y queso) Empanadas (carne, pollo o guiso)	Malta o jugos en Tetra Pack

Los alimentos estarán debidamente empacados y servidos acorde a las normas de higiene y manipulación respectiva.

Productos a entregar:
Cuatro (04) talleres teóricos – práctico en en posicionamiento de marca realizados.

Soportes:
- Informe ejecutivo del desarrollo de la actividad.
- Memorias del taller en medio magnético.
- Listado de asistencia con enfoque diferencial
- Registro fotográfico

De acuerdo a lo anterior, se actualizará la viabilidad acorde al rubro y a la fuente de financiación contemplada en el acuerdo anteriormente mencionado.

VALOR TOTAL PROYECTO	VALOR VIABILIZADO	FUENTE	TIEMPO	FECHA VIABILIDAD
$85.000.000.00	$80.000.000,00	S.G.P LI	Tres (03) meses	29/07/2025
	$5.000.000,00	I.C.L.D		

Las actividades relacionadas fueron ajustadas a los requerimientos vigentes, especificaciones técnicas y soportes incluidos en el ajuste solicitado; para lo cual se adjunta el estudio de mercados, presupuesto, cronograma y viabilidad técnica para su respectiva aprobación.

Lo anterior para su conocimiento y fines pertinentes.

Atentamente,

NANCY PEÑA HIDALGO
Secretaria de Agricultura, Desarrollo Económico y Sostenible Municipal

Proyectó: William Gómez
Cargo: profesional Universitario SADES