CONTRATO No. 2506090757

INFORME DE EJECUCIÓN #3

(12 DE AGOSTO AL 11 DE SEPTIEMBRE DE 2025)

AUNAR ESFUERZOS PARA IDENTIFICAR CAPACIDADES, BRECHAS Y OPORTUNIDADES DE LAS INSTITUCIONES DE APOYO, UNIVERSIDADES Y AGENTES QUE DINAMIZAN EL ECOSISTEMA DE ECONOMÍA PLATEADA EN EL MUNICIPIO DE MANIZALES

Programa de:

Operado por:

Apoyo de:

Manizales, septiembre de 2025

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

Contenido

1. INTRODUCCIÓN 3
2. ASPECTOS GENERALES 4
2.1. Propósito del Documento 4
2.2. Alcance del Documento 4
2.3. Audiencia de Documento 4
3. INFORMACIÓN DEL CONTRATISTA 5
4. OBJETO CONTRACTUAL 5
5. DESARROLLO DE ACTIVIDADES CONTRACTUALES 5
5.1. Entrevistas semiestructuradas a actores estratégicos 5
5.2. Realización de mínimo 2 focus groups segmentados (emprendedores y entidades de soporte). 8
5.2.1. FOCUS GROUP - EMPRENDEDORES 8
5.2.2. FOCUS GROUP – ENTIDADES DE SOPORTE 16
5.2.2.1. Primera sesión 16
5.2.2.2. Segunda sesión 23
6. ANEXOS 32

1. INTRODUCCIÓN

La ciudad de Manizales enfrenta un cambio demográfico profundo y acelerado que redefine su estructura poblacional, sus dinámicas sociales y sus oportunidades económicas. Según el DANE, en el municipio el 23,6% de la población tiene 60 años o más, una proporción que continuará aumentando de forma sostenida durante las próximas décadas. Este fenómeno convierte a Manizales en una de las ciudades más longevas del país, lo que representa no solo un reto en términos de protección social y salud, sino también una oportunidad estratégica para el desarrollo económico e innovación empresarial.

En este nuevo escenario, se impone la necesidad de transitar de una visión asistencialista del envejecimiento a una perspectiva que reconozca a las personas mayores como agentes activos, consumidores con poder adquisitivo, productores de conocimiento y potenciales emprendedores. La economía plateada, entendida como el conjunto de actividades económicas orientadas a satisfacer las necesidades, aspiraciones y capacidades de las personas mayores, se configura como un mercado emergente con alto potencial de crecimiento. Sectores como la salud digital, el turismo accesible, la vivienda adaptada, los servicios financieros inclusivos, la educación continua y la tecnología para el bienestar están siendo transformados por este cambio poblacional.

Este enfoque se alinea con la Década del Envejecimiento Saludable 2021–2030, declarada por la Organización Mundial de la Salud (OMS), que llama a los gobiernos, empresas, academia y sociedad civil a desarrollar estrategias que promuevan la inclusión, la participación activa y el bienestar de las personas mayores en todas las dimensiones de la vida. En este marco, ciudades como Bilbao (España) han consolidado estrategias de economía plateada combinando innovación, política pública y emprendimiento, transformando el envejecimiento en una fuente de valor económico, cohesión social y liderazgo regional.

Para capitalizar estas oportunidades, es indispensable fortalecer el ecosistema de emprendimiento con enfoque en longevidad, dotando a los actores de soporte empresarial —incubadoras, cámaras de comercio, instituciones educativas, centros de innovación, entre otros— de herramientas, información y metodologías adaptadas a las nuevas realidades del envejecimiento. Este proceso requiere un esfuerzo colectivo de aprendizaje, sensibilización y actualización, en el que los datos, la articulación interinstitucional y el enfoque intergeneracional serán claves.

Por ello, esta propuesta tiene como propósito realizar un mapeo participativo del ecosistema de emprendimiento en la economía plateada de Manizales, permitiendo identificar actores clave, vacíos de conocimiento, iniciativas existentes y potenciales líneas de acción que fortalezcan esta

agenda en la ciudad. Se trata de construir, con base en evidencia local, una hoja de ruta que permita consolidar a Manizales como un referente nacional en la nueva longevidad y el emprendimiento intergeneracional.

2. ASPECTOS GENERALES

2.1. Propósito del Documento

Este documento tiene como propósito dar reporte de cumplimiento mensual para "aunar esfuerzos para identificar capacidades, brechas y oportunidades de las instituciones de apoyo, universidades y agentes que dinamizan el ecosistema de economía plateada en el municipio de Manizales", en el marco del contrato No. 2506090757 Municipio de Manizales - secretaria de Tic y Competitividad y la Corporación Incubadora y Aceleradora de Empresas de base Tecnológica de Manizales.

2.2. Alcance del Documento

Identificar, caracterizar y visibilizar los actores, relaciones, servicios, oportunidades y brechas del ecosistema de emprendimiento en la economía plateada de Manizales, con base en una metodología participativa, territorializada y de bajo costo, de manera articulada y coordinada Alcaldía de Manizales y sus aliados, lo que permita establecer una línea base y el diseño de acciones estratégicas en esta agenda emergente.

2.3. Audiencia de Documento

Este documento está dirigido a los involucrados en la ejecución de "aunar esfuerzos para identificar capacidades, brechas y oportunidades de las instituciones de apoyo, universidades y agentes que dinamizan el ecosistema de economía plateada en el municipio de Manizales", a las entidades de control aplicables al programa como Contraloría General de la Nación, Procuraduría General de la Nación, Contraloría Departamental de Caldas, Procuraduría Departamental de Caldas y demás que soliciten reporte sobre el desarrollo de actividades ejecutadas en pro del cumplimiento de lo establecido en el contrato.

Este documento es de manejo interno de la Alcaldía de Manizales y su propósito no es ser publicado ni divulgado de manera abierta en ningún medio de comunicación masivo, a menos que así lo requiera el contratante.

3. INFORMACIÓN DEL CONTRATISTA

RAZÓN SOCIAL	Corporación Incubadora y Aceleradora de Empresas de base Tecnológica de Manizales - INCUBAR
REPRESENTANTE LEGAL	Blanca Nidia Sánchez Cortés
DIRECTORA EJECUTIVA	Claudia Patricia Benavides Salazar
COORDINADORA PROGRAMA	Juan Camilo Galvis Diaz
NIT	810.004.699-4
DIRECCIÓN WEB	www.incubar.org
E-MAIL	administrativa@incubar.org claudiabenavides@incubar.org juan.galvis@incubar.org
TELÉFONOS	320 2064790 313 6862989

4. OBJETO CONTRACTUAL

Aunar esfuerzos para identificar capacidades, brechas y oportunidades de las instituciones de apoyo, universidades y agentes que dinamizan el ecosistema de economía plateada en Manizales

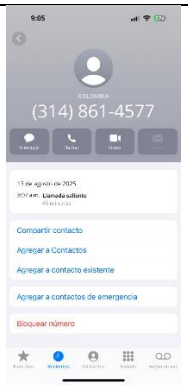
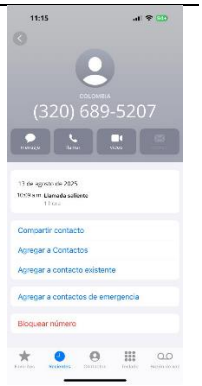
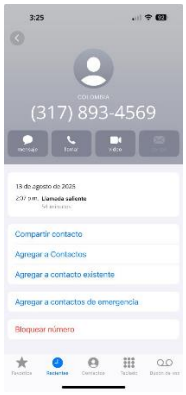
5. DESARROLLO DE ACTIVIDADES CONTRACTUALES

5.1. Entrevistas semiestructuradas a actores estratégicos

Se fortaleció la línea cualitativa de entrevistas semiestructuradas a actores estratégicos manteniendo la modalidad telefónica como vía principal de levantamiento de información, dado que se ha evidenciado una brecha tecnológica en los emprendedores mayores de 50 años que dificulta el uso de plataformas virtuales como Zoom o Meet para realizar las entrevistas. Optar por la llamada permitió remover fricciones logísticas (enlaces, contraseñas, actualizaciones de software, cámaras o micrófonos) y de conectividad, habilitando un contacto directo, simple y oportuno con cada participante. Este enfoque, centrado en la conversación guiada, la repregunta y la aclaración en tiempo real, no solo favoreció la calidad del dato, sino que facilitó concretar efectivamente las entrevistas, al ofrecer flexibilidad horaria y reducir al mínimo las barreras que suelen derivar en reprogramaciones.

Bajo este criterio, la priorización de perfiles vinculados al programa Fondo Mayor, el cual busca mejorar la autonomía e inclusión financiera de emprendedores mayores de 60 años impulsando el desarrollo económico territorial sostenible e integrando sus emprendimientos al ecosistema en el departamento de Caldas, esto aportó los contactos del público objetivo, lo que agilizó el alistamiento, acortó los tiempos de coordinación y contribuyó a asegurar la participación de los actores previstos.

El resultado fue la realización efectiva de seis entrevistas semiestructuradas adicionales, materializadas en conversaciones telefónicas que pudieron agendarse y completarse con fluidez, garantizando el logro esperado de esta actividad y robusteciendo el proceso de comprensión de capacidades, brechas y oportunidades del ecosistema de economía plateada.

ACTOR	SERVICIO	EVIDENCIA	ACTOR	SERVICIO	EVIDENCIA
ALIAR S.A.	Consultoría empresarial, procesos de Insolvencia, Avalúos, Dictámenes Periciales, Auxiliar de Justicia.		**ASADOS CHAVITAS**	Restaurantes de asados tradicionales en la ciudad de Manizales	
SABORES DE ANTAÑO	Rescatamos los sabores tradiciones de la época de antaño. Brevas caladas, arequipe artesanal, hojuelas, cáscaras y naranja cubierta con chocolate, jalea de uchuva.		**CHOCOLATE SANTO AROMA**	Transformación de cacao en barras de chocolate de mesa y en chocolatina.	

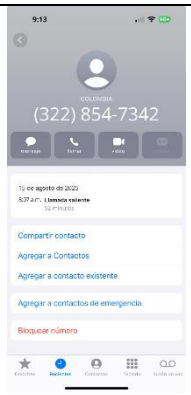
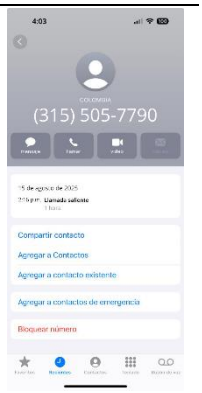
INMOBILIARIA RESTREPO ECHEVERRI S.A.S	Vendemos, arrendamos y administramos propiedades.		**EDITORIAL TIZÁN**	Servicios de impresión litográfica, plastificados, troquelados y diferentes clases de terminados.	

Tabla 1 - Registro Entrevistas Semiestructuradas

ANEXO 1: DATOS ENTREVISTAS SEMIESTRUCTURADAS

En todos los casos se aplicó la misma guía de conversación, con preguntas abiertas orientadas a detonar relato y repreguntas para precisar información crítica sobre trayectorias, necesidades de apoyo, barreras para la adopción tecnológica, aprendizajes en comercialización y acceso a recursos, así como percepciones sobre la oferta institucional disponible.

El uso del formulario en línea y la asistencia por vía telefónica aportó cercanía y confianza, condiciones necesarias para que emergieran tensiones culturales, dudas operativas y decisiones de negocio que difícilmente afloran en instrumentos estáticos. Esta metodología permitió, además, diferenciar entre obstáculos coyunturales y barreras estructurales, identificar puntos de fricción en el acceso a programas y servicios, explorar la adecuación de procesos de acompañamiento a las particularidades de la nueva longevidad y reconocer oportunidades de fortalecimiento en competencias comerciales, digitales y de gestión.

La incorporación de estas seis conversaciones amplía el alcance de la lectura del ecosistema desde la voz directa de emprendedores vinculados al Fondo Mayor, refuerza la pertinencia del canal telefónico para la inclusión de grupos con menor apropiación tecnológica y aporta una capa de profundidad que será fundamental para la interpretación técnica y la formulación de recomendaciones orientadas a la economía plateada en Manizales.

5.2. Realización de mínimo 2 focus groups segmentados (emprendedores y entidades de soporte).

5.2.1. FOCUS GROUP - EMPRENDEDORES

La segunda sesión del grupo focal con emprendedores y empresas lideradas por personas mayores de 50 años se desarrolló el 12 de agosto, entre las 4:00 y las 5:30 p. m., en el Área de Innovación y Desarrollo de la Universidad Autónoma de Manizales (UAM). El espacio se gestionó mediante articulación con la Red de Emprendimiento de Caldas (REC) y se eligió por su facilidad de acceso para los emprendedores mayores de 50 años.

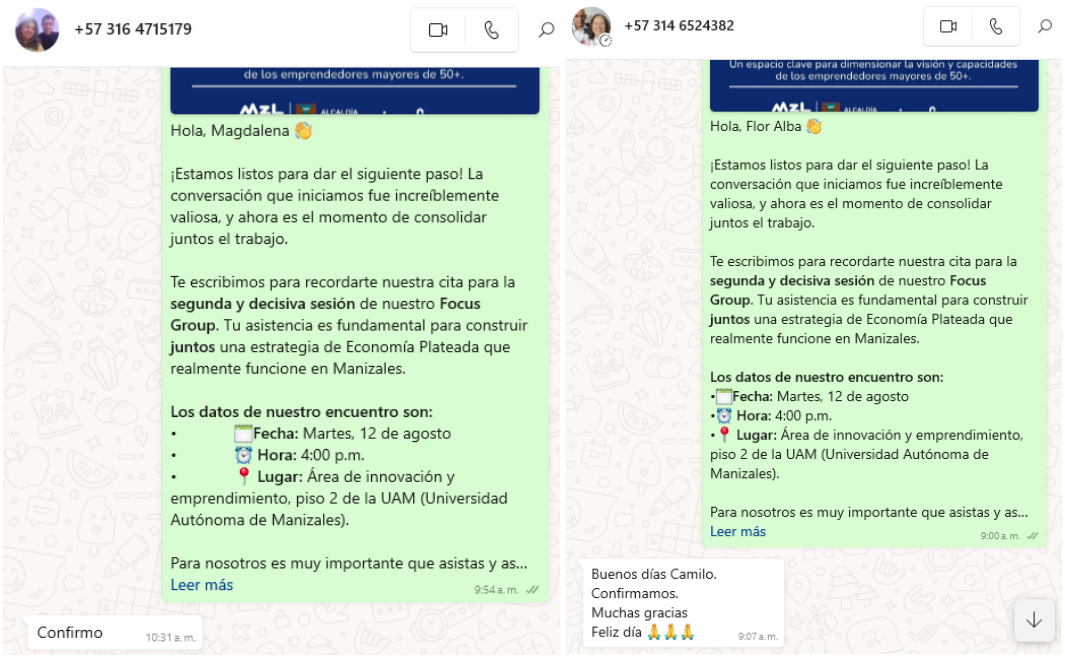


Ilustración 1 - Mensajes de confirmación de asistencia al Focus Group

En esta oportunidad se tuvo la presencia de 13 participantes. Esta jornada dio continuidad a la ruta metodológica definida, tras el avance previo en el eje 1, orientado a comprender el origen del emprendimiento y la percepción del mercado, se abordaron los ejes temáticos 2 y 3, destinados a levantar barreras y necesidades por dominios críticos del ecosistema y a priorizarlas con una matriz IGO para orientar decisiones tácticas y coordinación interinstitucional.

ANEXO 2: LISTADO DE ASISTENCIA SESIÓN 2 FOCUS GROUP EMPRENDEDORES

Como conexión con la conversación inicial, se consolidó la percepción predominante del segmento 50+. Persiste baja claridad sobre la existencia de un ecosistema que reconozca y atienda específicamente al emprendimiento silver en Manizales, en particular, sobre las rutas y etapas de acompañamiento disponibles. Se evidencian brechas tecnológicas que afectan la comercialización como es el uso de redes sociales, marketing digital, herramientas de gestión y transaccionales, lo cual limita la prospección, el relacionamiento y el cierre de ventas. Aunque la experiencia sectorial y la reputación personal se reconocen como activos, no compensan por sí solos las asimetrías frente a emprendimientos con mayor madurez digital.

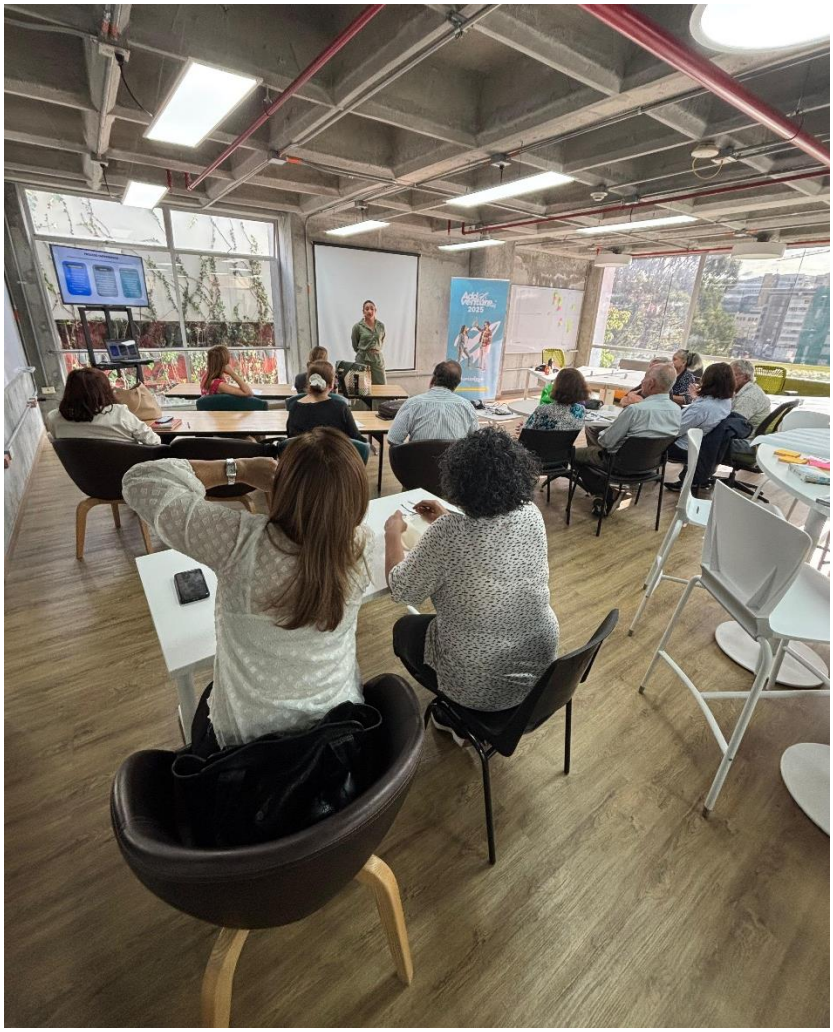


Ilustración 2 - Momento eje temático 1 percepción del mercado

En el Eje 2 se trabajó con post-its por categorías, clasificando y agrupando por patrones para hacer explícitas las brechas y necesidades clave por cada una de las categorías que se diseñaron para asegurar una discusión que cubra todas las dimensiones críticas que son recursos, el fin, las capacidades y el entorno.

CATEGORÍA	CONCLUSIÓN
FINANCIACIÓN Y ACCESO A CAPITAL	En financiación y acceso a capital, los relatos señalaron fenómenos de autoexclusión por edad, exigencias de respaldo financiero difíciles de cumplir en etapas tempranas, tasas de interés altas, eventuales antecedentes en centrales de riesgo que bloquean solicitudes, ausencia o fragilidad de historial crediticio y requerimientos de inversión en maquinaria y adecuaciones productivas.
MERCADO Y ACCESO A CLIENTES	En mercado y acceso a clientes afloraron vacíos en planeación comercial, segmentación y canales; limitaciones en el uso estratégico de redes sociales y vitrinas digitales; ausencia de punto de venta o vitrinas estables; y restricciones de capacidad de producción para responder a crecimientos de demanda.
CONOCIMIENTO Y TALENTO HUMANO	En conocimiento y talento humano se reiteró la operación unipersonal “trabajo prácticamente solo”, con dificultad para conformar equipos mixtos e incorporar competencias digitales.
ENTIDADES DE APOYO Y ESPACIOS FÍSICOS PARA ESCALAR	En entidades de apoyo y espacios físicos para escalar se solicitaron apoyos para encadenamientos y vitrinas comerciales regionales, junto con la necesidad de cumplir requisitos regulatorios —por ejemplo, exigencias sanitarias— que incrementan costos y plazos.
MENTORES Y ASESORES	En mentores y asesores se reportó desajuste entre metodologías ofrecidas y necesidades puntuales del negocio, así como repetición de contenidos formativos generalistas sin enfoque en personas mayores. De forma transversal, se recogieron mensajes sobre desconocimiento de la oferta de programas y servicios disponibles y sobre la conveniencia de incorporar hábitos de vida saludable como habilitador de sostenibilidad del liderazgo emprendedor en este grupo etario.



Ilustración 3 - Momento eje temático 2 barrera y necesidades clave

Con estos insumos, el eje temático 3 priorización y foco, permitió organizar las problemáticas según impacto y gobernabilidad, construyendo un mapa de acción colectiva.



Ilustración 4 - Momento eje temático 3 visión y futuro

La lectura de la matriz IGO construida en base a la conversación generada en el momento 2 que busca mostrar una distribución consistente entre los frentes que el grupo estima de alto impacto y alta gobernabilidad y aquellos que, aun siendo críticos, dependen de arreglos externos y, por tanto, se entienden como retos de largo plazo.

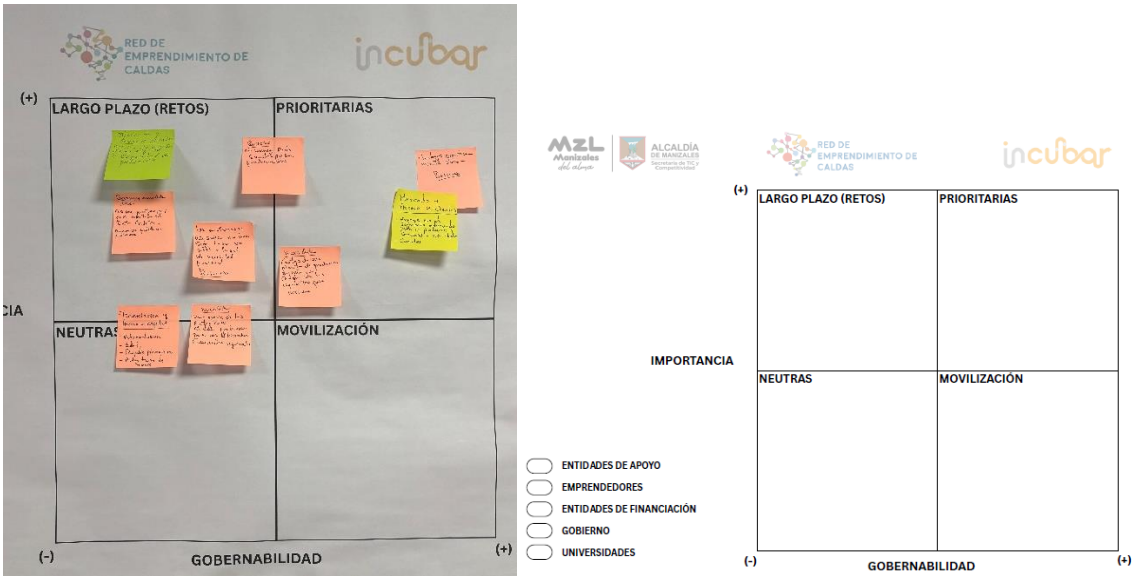


Ilustración 5 - Formato Momento 3 visión y futuro

En el cuadrante de Prioritarias se observan tres concentradores de acción inmediata.

- El primero corresponde a la dimensión de conocimiento y talento humano, donde queda claro la condición de operación unipersonal (“trabajo prácticamente solo”) como un cuello de botella que limita la productividad, la continuidad y la capacidad de respuesta comercial; su ubicación en este cuadrante es coherente porque la reducción de esa dependencia puede resolverse con decisiones internas de organización, definición de roles, protocolos mínimos y apoyos operativos, sin esperar transformaciones del entorno.

- El segundo se ubica en mercado y acceso a clientes y no alude a una apertura genérica de mercados sino a ordenar la función comercial en el negocio, identificar el segmento adecuado, precisar el público objetivo, ajustar la propuesta de productos y servicios y activar los canales pertinentes, incluidos los usos básicos de redes sociales para prospección y cierre; se trata de un paquete de tareas gobernables por el propio equipo, con efectos directos en ingresos y aprendizaje comercial.

- El tercero se relaciona con las condiciones operativas para vender de manera formal en sectores regulados; la nota sobre los costos de una planta de producción que cumpla requisitos aparece como prioritaria porque el dolor actual es concreto y su resolución puede abordarse con planes de adecuación por etapas, decisiones “make or buy” temporales como el uso de maquila y listas de verificación que destraben ventas y habiliten canales institucionales sin requerir, de inicio, grandes inversiones.

En el cuadrante de Largo Plazo (retos) se agrupan problemáticas de alto impacto que exceden la capacidad de resolución individual.

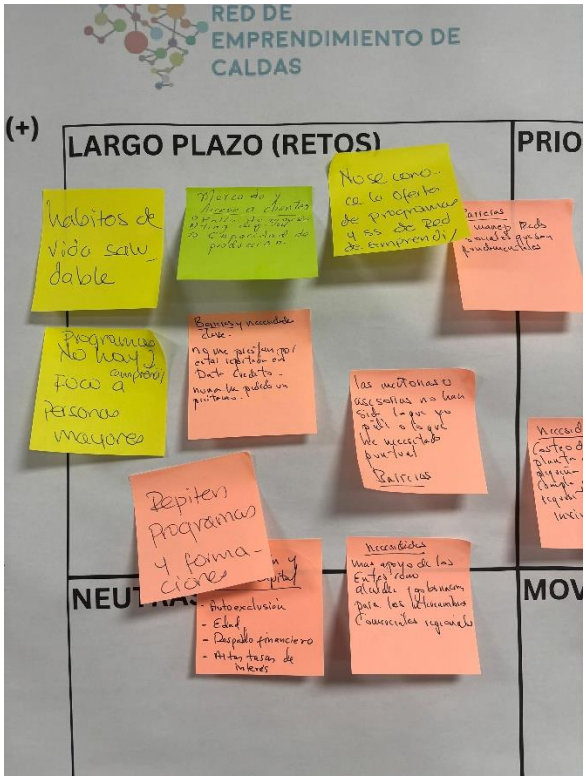


Ilustración 6 - Cuadrante de Largo Plazo (retos) Matriz IGO

Se destaca el desconocimiento de la oferta de programas y servicios de la red de emprendimiento de Caldas, que no se explica solo por falta de información puntual sino por la ausencia de un mapa de ruta claro con puertas de entrada, secuencias de servicios y criterios de elegibilidad; su tratamiento exige curaduría y señalización a nivel de ecosistema. Se suman los desajustes metodológicos en asesorías y formación, con la percepción de que “no es lo que se pidió”, repetición de contenidos y falta de foco en personas mayores, cuya corrección supone rediseño pedagógico en las entidades oferentes y, por tanto, baja gobernabilidad para cada empresa.

En mercado y acceso a clientes, el énfasis en este cuadrante cambia de la microgestión comercial a la tracción de escala con vitrinas y distribución con mayor alcance, contratos y expansión sostenida de la capacidad productiva, asuntos que requieren alianzas, inversión y maduración de capacidades más allá del corto plazo.

En financiación se evidencia una doble barrera, de inclusión y de información, la primera asociada a criterios de riesgo que ponderan la edad y a tasas de interés elevadas, y la segunda ligada a historiales crediticios inexistentes o frágiles y a reportes en centrales que clausuran solicitudes; ambos planos necesitan preparación financiera previa y acuerdos con actores del sistema para habilitar rutas de acceso.

Se reconoce un habilitador personal, los hábitos de vida saludable los cuales inciden en la continuidad del liderazgo y en la energía para sostener procesos de cambio, pero cuya mejora no depende exclusivamente del ámbito empresarial.

Esta configuración explica por qué “mercado” aparece en ambos cuadrantes sin generar contradicción. En el cuadrante de prioritarias, el grupo fijó lo que puede ejecutar de inmediato desde el interior del negocio por medio de la segmentación, propuesta de valor, guion comercial, activación de canales y usos básicos de herramientas digitales; en el cuadrante de largo plazo, en cambio, posicionó el salto de escala que demanda infraestructuras y acuerdos de mayor complejidad, como vitrinas, distribución, contratos y sincronía entre demanda y capacidad productiva. La coexistencia de ambos niveles refleja una lectura fina del problema comercial, primero se ordena la base gobernable y luego se construyen las palancas sistémicas para crecer.

La ausencia de post-its en los cuadrantes de movilización (bajo impacto y alta gobernabilidad) y neutras (bajo impacto y baja gobernabilidad) añade una señal relevante. Para el grupo, prácticamente todos los asuntos que hoy importan son de alto impacto; la diferencia radica en la gobernabilidad. En contextos de ordenamiento inicial esta concentración es típica, porque los participantes priorizan aquello que puede mejorar en temas de resultados y relegan, sin descartar, tareas de mantenimiento o de bajo retorno marginal. En términos operativos, la matriz indica que el foco de corto plazo debe permanecer en la reducción de la dependencia del emprendedor único, en el ordenamiento de la función comercial y en la preparación operativa mínima para vender en forma, mientras que las conversaciones de articulación con el ecosistema han de orientarse a clarificar rutas de servicios, ajustar metodologías con enfoque 50+, habilitar mecanismos de inclusión financiera y construir plataformas de comercialización que soporten el salto de escala.

ANEXO 3: EVIDENCIA FOTOGRAFICA SESION 2 FOCUS GROUP EMEPRENDEDORES

5.2.1.1. Resultado Focus Group - emprendedores

A partir del trabajo realizado en el focus group con emprendedores 50+, se complementó la interpretación con hallazgos operativos y de diseño empresarial que hacen explícita la naturaleza de las brechas priorizadas.

DIMENSIÓN	DESCRIPCIÓN
ORGANIZACIONAL	En la dimensión organizacional emergió la necesidad de "aterrizar los negocios" con una arquitectura empresarial básica y una estructura operativa proporcional al estado de desarrollo. Clarificación de roles y organigrama mínimo, definición de procesos y responsabilidades, y una planeación que conecte la visión con metas, capacidades y flujos de trabajo. Este aterrizaje es coherente con la prioridad de reducir la dependencia del emprendedor único, porque habilita delegación progresiva y facilita la incorporación de talento incluida la gestión de rotación en cargos operativos, donde la combinación de experiencia y nuevas habilidades es determinante.
FORMALIZACIÓN	En formalización se discutió la ruta práctica para sectores regulados, destacando tres capas que suelen superponerse: • requerimientos tributarios y contables que demandan formación y asesoría • El "ABC" operativo de las empresas de productos, donde los costos de planta física, el cumplimiento normativo, la capacidad instalada y la logística condicionan la posibilidad de crecer.
COMERCIAL Y DE MARKETING DIGITAL	En el frente comercial y de marketing digital se delineó un paquete de tareas conectadas con la matriz IGO: diseño de la propuesta de valor evitando ofertas indiferenciadas ("más de lo mismo"), definición de niveles de servicio y narrativa de marca que expresen el valor agregado del emprendimiento silver, construcción del embudo comercial para prospección y cierre, uso gradual y guiado de redes sociales, y una estrategia de canales de distribución. La priorización de "segmentación, público objetivo y canales" se traduce, así, en un plan operativo de corto plazo con indicadores de adopción y aprendizaje que no dependen de inversiones mayores.

la sesión consolidó evidencia cualitativa suficiente para orientar acciones inmediatas y conversaciones de política sectorial. La priorización resultante organiza el esfuerzo en torno a capacidades internas como el equipo y la función comercial como habilitadores operativos para el crecimiento y preparación financiera, mientras se avanza en coordinación con actores del ecosistema para retos de escala, diseño de servicios diferenciados y visibilización de rutas de acompañamiento específicas para emprendedoras mayores de 50 años.

5.2.2. FOCUS GROUP – ENTIDADES DE SOPORTE

El encuentro se diseñó con una lógica participativa, orientada a contrastar la oferta institucional con las necesidades reales del segmento 50+. En coherencia con la metodología, la sesión se estructuró en dos momentos, primero, la interpretación de los hallazgos del focus group de emprendedores mayores de 50 años; y, segundo, un diagnóstico colaborativo del ecosistema mediante la herramienta **Customer Journey Map**

Dado que el tiempo disponible no permitió abordar la totalidad de las actividades de este focus group, y con el fin de respetar la agenda de los invitados y dar continuidad a la conversación detonada por el "Ice Breaker", se acordó realizar una **segunda sesión** para completar el trabajo previsto y profundizar en los acuerdos surgidos.

5.2.2.1. Primera sesión

La sesión del Focus Group con entidades de apoyo se programó para el viernes 29 de agosto a las 2:00 p. m., con una duración estimada de 90 minutos, de manera presencial en las instalaciones de la Secretaría de TIC y Competitividad de Manizales. La convocatoria se realizó mediante invitación formal enviada desde el correo institucional de la Secretaría de TIC y Competitividad, dirigida a los miembros de la Red de Emprendimiento de Caldas (REC) con influencia directa en el ecosistema de emprendimiento silver en Manizales. La comunicación estuvo firmada por Daniel Felipe Toro Rendón, secretario de TIC y Competitividad, y por la directoria ejecutiva de INCUBAR, Claudia Benavides, subrayando la relevancia estratégica del espacio y facilitando el contacto directo de las entidades con el secretario para enriquecer la discusión sobre el acompañamiento a emprendedores 50+.



Ilustración 7 - Palabras del Secretario TIC y Competitividad Daniel Felipe Toro Rendón

En cuanto a la asistencia y acompañamiento institucional, se logró la participación de representantes de las siguientes entidades de la Red de Emprendimiento de Caldas (REC):

#	ENTIDAD
1	Universidad Católica Luis Amigó
2	Universidad Autónoma de Manizales
3	Manizales +
4	Universidad Católica de Manizales
5	Comisión Regional de Competitividad e Innovación de Caldas
6	Red de Emprendimiento de Caldas
7	Corporación para el Desarrollo Empresarial Finanfuturo
8	Universidad Nacional de Colombia
9	Centro de Bioinformática y Biología Computacional de Colombia BIOS.

A esto se sumó el acompañamiento constante del equipo de la Secretaría de TIC y Competitividad, fortaleciendo la articulación interinstitucional durante el desarrollo de la sesión.

ANEXO 4: LISTADO DE ASISTENCIA SESIÓN 1 FOCUS GROUP ENTIDADES DE APOYO

La primera sesión fue liderada por Disney Cardona, Profesional del Área de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas y Juliana Trujillo, Líder Comercial de Incubar, con experiencia en iniciativas como Silver Partner, personal con trayectoria en facilitación y coordinación de espacios de co-creación, lo que permitió conducir la discusión hacia los objetivos metodológicos previstos.

Se comenzó la jornada reiterando el propósito del focus group con las entidades de apoyo, el cual es comprender, desde su propia mirada, cómo están acompañando hoy a los emprendedores mayores de 50 años en Manizales, para reconocer brechas, oportunidades y retos y avanzar hacia acciones conjuntas que fortalezcan el emprendimiento plateado en la ciudad. Esto alineó a los participantes sobre el sentido estratégico de la conversación y su conexión con el mapeo del ecosistema.

Antes de entrar de lleno al Momento 1, se desarrolló un ice breaker cuidadosamente diseñado para "detonar" la conversación, generar confianza y pre-activar una mirada sistémica. Empezamos con una ronda de presentación para conocer a cada entidad y, de inmediato, lanzamos preguntas que humanizan el diálogo y ponen sobre la mesa el valor diferencial de cada actor. Esta dinámica, ayudó a que las instituciones se reconocieran entre sí y a que emergieran expectativas y roles desde el principio.

El ice breaker continuó con un segundo set de preguntas para mirar hacia adentro de cada organización: *"¿Qué brecha o limitación sienten al atender este segmento?"* y *"Si tuvieran que describir con una palabra el reto principal de su institución frente a la economía plateada, ¿cuál sería?"*. Con esto no solo se activó la reflexión sobre capacidades y vacíos, sino que se creó un puente natural hacia la discusión posterior sobre brechas del ecosistema.



Ilustración 8 - Momento Ice Breaker - sesion 1

En el Momento 1 se decidió que fueran las propias entidades de apoyo quienes reconstruyeran, con base en la voz de los emprendedores mayores de 50 años, cuáles son las necesidades reales del segmento y cómo se expresan en su práctica cotidiana. Para lograrlo se trabajó primero con la Ficha 1, concebida como un disparador de lectura y traducción que cada entidad diligenció de manera individual debido al tamaño del grupo.

Este instrumento obliga a pasar de la frase literal al enunciado de necesidad y brecha concreta, permitiendo reducir sesgos de grupo, capturar matices sectoriales antes del debate y visibilizar el lugar que ocupa cada institución frente a aquello que los emprendedores están diciendo. En ese ejercicio, el equipo facilitador evitó introducir conclusiones, de modo que fueran las interpretaciones de las entidades las que dieran forma al diagnóstico preliminar y no una lectura impuesta desde afuera.

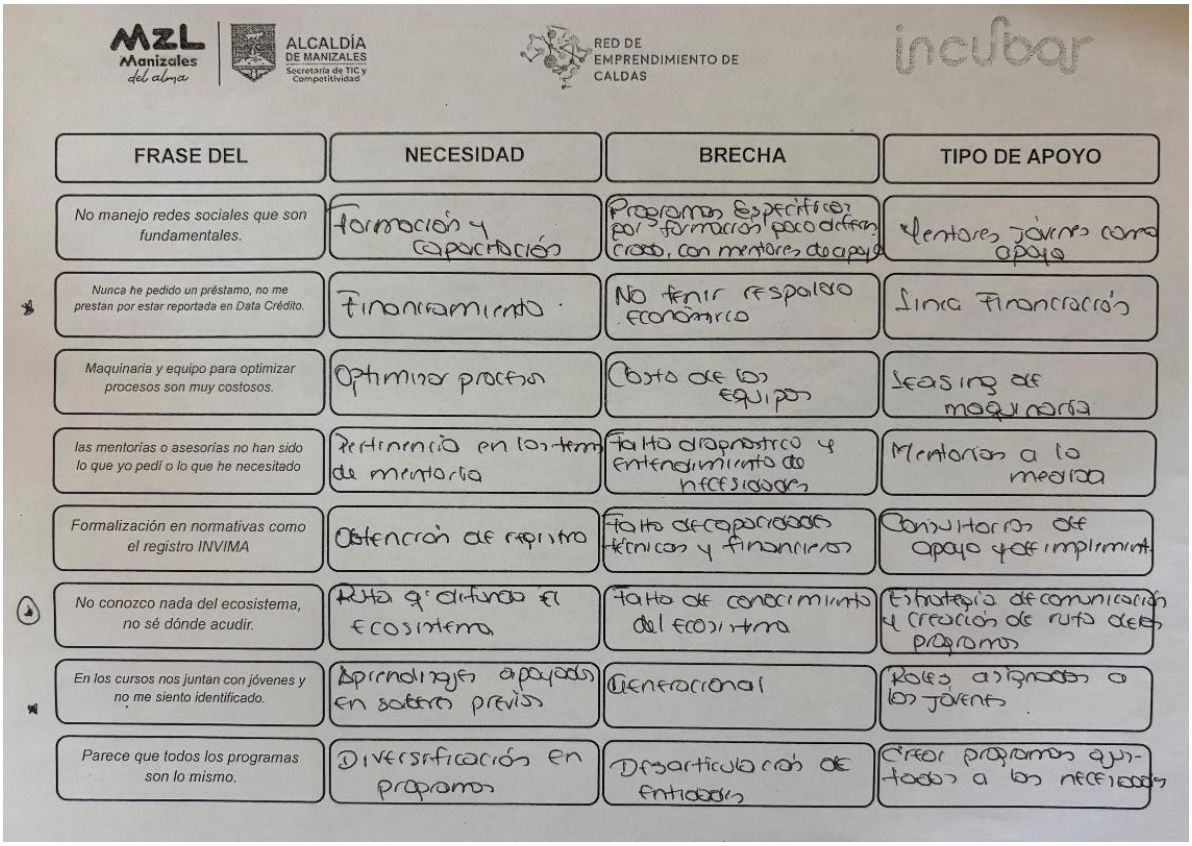


Ilustración 9 - Ficha 1 Momento 1 - ***hallazgos de emprendedores +50***

ANEXO 5: FICHAS 1, MOMENTO 1 HALLAZGOS DE EMPRENDEDORES +50

Con ese insumo, la conversación migró a la Ficha 2, cuyo propósito es transformar interpretaciones individuales en un consenso argumentado, en plenaria el moderador fue agrupando necesidades equivalentes, registró la frecuencia con que aparecían y consignó comentarios cualitativos que explicaban causas, condiciones de implementación y primeras ideas de solución. La intención de esta segunda ficha es medir recurrencias para identificar lo que más duele y lo que más afecta a los actores, construir un lenguaje común entre instituciones y dejar insumos accionables, como criterios de pertinencia para mentorías o lineamientos para mecanismos de financiación adecuados al perfil senior.

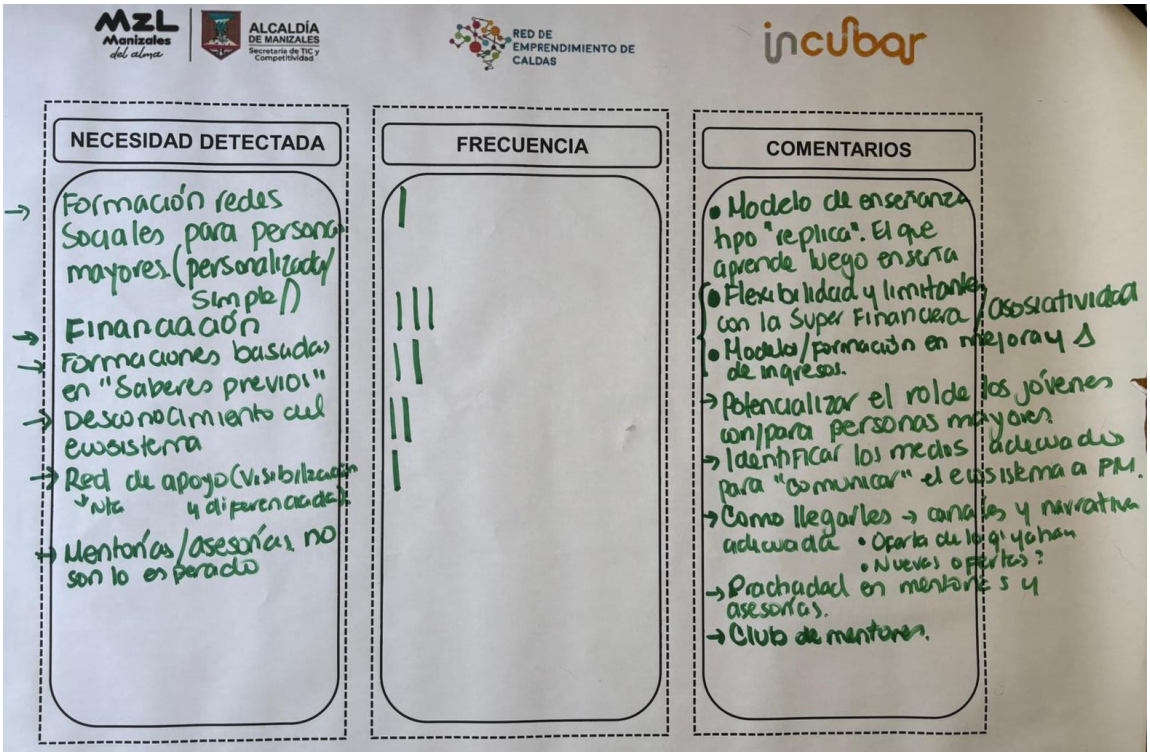


Ilustración 10 - Ficha 2 Momento 1 - hallazgos de emprendedores +50

El porqué de las necesidades priorizadas se aclara cuando se reconstruye el hilo entre las frases y su interpretación. Cuando una entidad lee *"no manejo redes sociales que son fundamentales",* lo que emerge no es la recomendación genérica de un curso más, sino la constatación de que se requiere formación digital y de marketing adaptada al perfil senior, con lenguaje simple, ejercicios guiados y acompañamiento en el uso real de plataformas de venta; por su recurrencia y por la claridad de su efecto sobre ingresos y visibilidad, esta necesidad ascendió rápidamente en la priorización. Del mismo modo, la afirmación *"las mentorías o asesorías no han sido lo que yo pedí o lo que he necesitado"* empuja a redefinir el servicio hacia procesos más prácticos, centrados en el hacer y en resultados verificables, lo que a su vez detonó propuestas como una comunidad o bolsa de mentores y esquemas de aprendizaje entre pares, tipo réplica, donde quien aprende luego enseña y multiplica el conocimiento.

El testimonio *"nunca he pedido un préstamo, no me prestan por estar reportada en DataCrédito"* orientó otra prioridad clave, la necesidad de una financiación inclusiva y de un acceso efectivo a recursos, entendidos más allá de la existencia de líneas de crédito. Las entidades argumentaron la importancia de flexibilidades regulatorias, de acompañamiento para cumplir requisitos y de fórmulas asociativas que reduzcan costos, habiliten compras

compartidas o faciliten el acceso a equipo y tecnología. En esa misma lógica, frases como *"maquinaria y equipo son costosos"* o *"formalización en normativas como INVIMA"* conectaron con el requerimiento de apoyos técnico-regulatorios que bajen barreras de entrada y aseguren el cumplimiento normativo sin dejar solo al emprendedor senior frente a la burocracia.

Otra observación recurrente fue *"no conozco el ecosistema, no sé dónde acudir"*, que explica por qué la visibilización de rutas y las derivaciones entre actores quedaron priorizadas. Más que crear ofertas nuevas, el grupo coincidió en la urgencia de hacer explícito quién hace qué y cómo se conectan las instituciones, de modo que una persona mayor encuentre puertas de entrada, acompañamiento continuo y transiciones claras entre entidades. Aquí apareció un matiz comunicacional decisivo, llegar a este segmento implica revisar canales, narrativas y medios adecuados para mayores, en lugar de replicar la comunicación pensada para jóvenes. Finalmente, comentarios como *"en los cursos nos juntan con jóvenes y no me siento identificado"* llevaron a valorar enfoques formativos que partan de los saberes previos y de las trayectorias acumuladas, reconociendo esa experiencia como punto de partida pedagógico más efectivo para el aprendizaje y la adopción de nuevas prácticas.

Así, el resultado de este momento no fue un listado caprichoso, sino la traducción fiel de la voz de los emprendedores a un lenguaje de necesidades accionables por parte de las entidades. Quedaron consolidadas, por recurrencia y por la solidez de los argumentos:

- la formación digital y comercial adaptada al perfil senior y a casos de uso reales
- las mentorías prácticas y pertinentes apoyadas por una comunidad de mentores y esquemas de aprendizaje entre pares
- la financiación inclusiva con acompañamiento regulatorio y alivios para costos críticos
- el soporte técnico para trámites como los asociados a INVIMA
- la visibilización del ecosistema con mecanismos de derivación efectivos y el diseño pedagógico que parte de los saberes previos de las personas mayores.

Estas prioridades guardan plena coherencia con lo hallado en el focus group de emprendedores, especialmente en lo comercial-digital y en formalización, y ofrecen la materia prima necesaria para que, en el Momento 2, el grupo ubique cada necesidad dentro del Customer Journey, identifique el punto del recorrido en el que se rompe el camino y diseñe flujos de articulación que conviertan esas necesidades en acciones concretas del ecosistema.

ANEXO 6: EVIDENCIA FOTOGRAFICA SESION 1 FOCUS GROUP ENTIDADES DE APOYO

5.2.2.2. Segunda sesión

Para asegurar la continuidad técnica del proceso, la convocatoria a la segunda sesión se gestionó en primera instancia mediante contacto directo por WhatsApp con cada uno de los asistentes de la jornada del 29 de agosto.

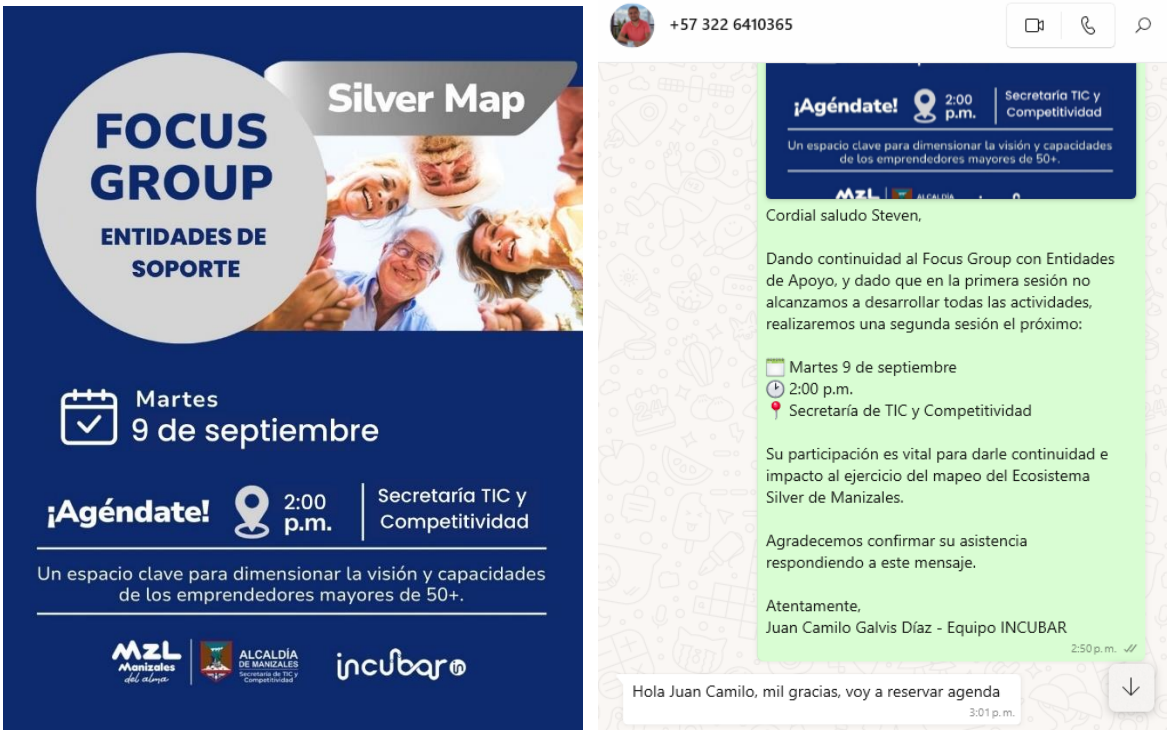


Ilustración 11 - Confirmación asistencia sesión 2 focus group entidades de apoyo

ANEXO 7: PIEZA GRAFICA INVITACION SEGUNDA SESION FOCUS GROUP ENTIDADES DE APOYO

Este esquema de invitación permitió mantener la trazabilidad con la cohorte inicial, consolidar confirmaciones, garantizando así las condiciones de inicio para la fase de trabajo colaborativo.

Con la asistencia confirmada, la segunda sesión del focus group se realizó el 9 de septiembre a las 2:00 p. m. en la Secretaría de TIC y Competitividad y abrió con un primer momento centrado en la revisión y validación de los resultados construidos en la jornada del 29 de agosto.

ANEXO 8: LISTA DE ASISTENCIA SEGUNDA SESION FOCUS GROUP ENTIDADES DE APOYO

Este repaso se abordó como ejercicio de verificación y ajuste, se comprobó la vigencia de los enunciados priorizados, se explicitó su relación causal con las fricciones de la ruta del emprendedor mayor de 50 años y se precisaron los supuestos que orientarían el diligenciamiento posterior del customer journey map. A partir de la discusión, se reafirmó que la formación en redes y marketing digital requiere un diseño sencillo, lenguaje cercano y orientación a adopción efectiva; que el acceso a financiación continúa siendo una barrera estructural que demanda acompañamiento para lectura de requisitos y gestión de riesgo; que las formaciones ancladas en los saberes previos de las personas mayores incrementan pertinencia y reducen la curva de aprendizaje; que el desconocimiento del ecosistema, *por dónde entrar, qué oferta existe, cómo navegarla*, desincentiva la demanda y fragmenta servicios; que la visibilización de la oferta y la activación de derivaciones entre actores son condiciones habilitantes para dar continuidad a la ruta, y que la pertinencia de mentorías y asesorías es determinante para evitar desalineaciones y fatiga del usuario.



Ilustración 12 – Introducción Sesión 2 focus group entidades de apoyo

Se retomaron hallazgos cualitativos que orientan la arquitectura de la intervención, la utilidad de un modelo pedagógico de réplica para escalar capacidades entre pares; la necesidad de considerar restricciones y flexibilidades regulatorias del sistema financiero con un énfasis en asociatividad como estrategia de perfilamiento; la orientación de los procesos formativos a resultados observables en ingresos y práctica aplicada; el potencial de los vínculos intergeneracionales para adopción tecnológica e innovación; la selección cuidadosa de medios y narrativas adecuadas a públicos mayores; y la conveniencia de consolidar una comunidad de mentores que permita emparejamientos pertinentes.

Como puente metodológico entre el cierre de la Sesión 1 y el inicio del Momento 2, se realizó una conversación técnica breve pero profunda. Este espacio no buscó reabrir las priorizaciones ya acordadas, sino depurarlas en clave operativa, afinando supuestos, precisando definiciones y explicando condiciones de borde para que el mapeo del flujo del emprendedor 50+ parta de una base compartida y verificable. El grupo ordenó los temas que hoy tensionan el desempeño del ecosistema desde dentro de las entidades que son, cómo se hace visible y comparable la oferta, cómo se narra con precisión la propuesta de valor, cómo se calibra la puerta de entrada según la madurez real del proyecto y de la

persona, cómo se conecta la financiación con hitos de negocio y cómo se asegura continuidad organizacional, comunicación y articulación efectiva entre programas.



Ilustración 13 - Conversatorio Sesión 2 focus group entidades de apoyo

La siguiente tabla sintetiza aquello que se dijo y se acordó interpretar como orientaciones inmediatas para el trabajo del diligenciamiento del customer journey map . No es un listado de problemas ni un inventario de actividades; es una traducción de la conversación en hipótesis de diseño y criterios operativos que servirán de guía para ubicar servicios por etapas, definir umbrales de entrada y salida, trazar derivaciones y evitar duplicidades.

TEMA DE LA CONVERSACIÓN	QUÉ SE CONVERSÓ	IMPLICACIONES / ORIENTACIONES QUE SURGIERON EN LA SESIÓN
Visibilidad de la oferta y	Se manifestó que las entidades “no se conocen” y que la oferta actual no es fácilmente descubrible; no está claro quién	Ordenar la información de servicios y contar con descriptores mínimos estandarizados que permitan

reconocimiento entre actores	hace qué ni para quién. Esto reduce derivaciones y confunde al usuario final.	comparar, derivar y complementar la oferta.
Claridad de la propuesta de valor y portafolio	La pregunta "¿qué ofrecemos?" evidenció descripciones demasiado generales y poco diferenciadas entre sensibilización, formación, acompañamiento técnico, acceso a recursos y articulación.	Traducir cada servicio a un portafolio claro en formatos comparables y con lenguaje funcional para el público mayor, delimitando alcance y criterios de elegibilidad.
Madurez del producto / servicio y de la persona emprendedora	Se habló de "nivel de producto" y "nivel de madurez de la persona"; la puerta de entrada debe ajustarse al estado del emprendimiento (idea, validación, tracción, expansión) y a las capacidades del equipo.	Segmentar por trayectorias y saberes previos; alinear contenidos, instrumentos y metas con la madurez dual producto–persona.
Financiamiento	La financiación apareció como crítico, se requiere adecuar instrumentos al riesgo y al flujo de caja; falta acompañamiento para interpretar requisitos, perfilar solicitudes y pactar condiciones realistas.	Vincular financiación a hitos de negocio verificables; explicitar "puentes" claros hacia fuentes de recursos e incorporar preparación, elegibilidad y seguimiento.
Estructura y continuidad del emprendimiento	Preocupación por la dependencia del "líder de la empresa", los reemplazos, acuerdos entre socios y dinámicas de empresa de familia.	Fortalecer gobernanza básica (roles, protocolos, sustituciones temporales), formalizar acuerdos societarios y asegurar continuidad comercial.
Comunicación y posicionamiento	Se discutieron tácticas de visibilidad (eventos, publicaciones) y la pregunta	Pasar a una estrategia coordinada de visibilidad con vitrinas, contenidos y presencia territorial

	"¿cómo nos visibilizamos?", hoy con acciones dispersas.	articuladas para facilitar descubrimiento y seguimiento.
Articulación operativa entre entidades	Se preguntó "¿cómo nos articulamos?" y se reconocieron duplicidades y vacíos de coordinación que fragmentan la ruta.	Acordar reglas simples de interoperabilidad: umbrales de entrada / salida entre programas, mecanismos de derivación con responsables y un lenguaje común de etapas.

El segundo momento se desarrolló como un ejercicio de mapeo operativo de servicios en el que los participantes, divididos en dos grupos, debían consignar únicamente ofertas vigentes y activas de sus instituciones y ubicarlas en la etapa correspondiente del recorrido emprendedor. Esta restricción permitió capturar una línea base realista del portafolio que hoy está disponible para la población 50+ en Manizales y, al cierre de la jornada, dejó un panorama claro de dónde se concentra el esfuerzo institucional y dónde aparecen vacíos.





Ilustración 14 - Momento 2, sesión 2 focus group entidades de apoyo

Como resultado del ejercicio de mapeo, se consolidó una línea base exclusivamente con servicios vigentes y activos ofrecidos por las entidades del ecosistema, organizados según las etapas del recorrido emprendedor. Esta delimitación permitió observar con precisión dónde se concentra hoy la oferta y en qué tramos aparecen vacíos o solapamientos, ofreciendo una lectura operativa de *"quién hace qué y en qué momento"* de la ruta. A partir de esto, se presenta a continuación la síntesis por cada etapa, captación, formación, acompañamiento, acceso a recursos y escalamiento, entendida como un insumo técnico para la toma de decisiones sobre articulación, derivaciones y cierre de brechas.

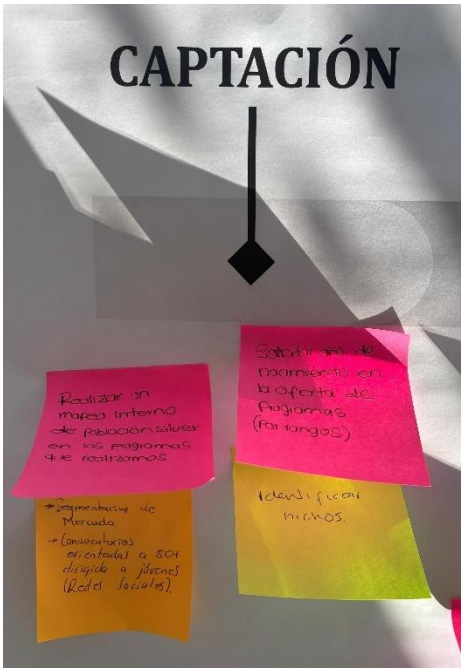


Ilustración 15 - Resultado Captación - customer journey map

- En captación se evidenció una actividad intensa orientada a identificar y atraer población objetivo dentro y fuera de los programas existentes. Se registraron prácticas como el mapeo interno de personas mayores en los propios programas, la segmentación de mercado para perfilar mejor los llamados, la identificación de nichos y el uso sistemático de convocatorias y difusión en redes sociales. También se anotó la necesidad de ordenar y hacer más visible la oferta institucional para que la primera aproximación del emprendedor encuentre un portafolio comprensible y actualizado. En conjunto, estas prácticas indican que la puerta de entrada del ecosistema está activa y que las entidades han desarrollado rutinas de alcance,

aunque aún requieren mayor fineza en la forma de presentar y organizar su portafolio.

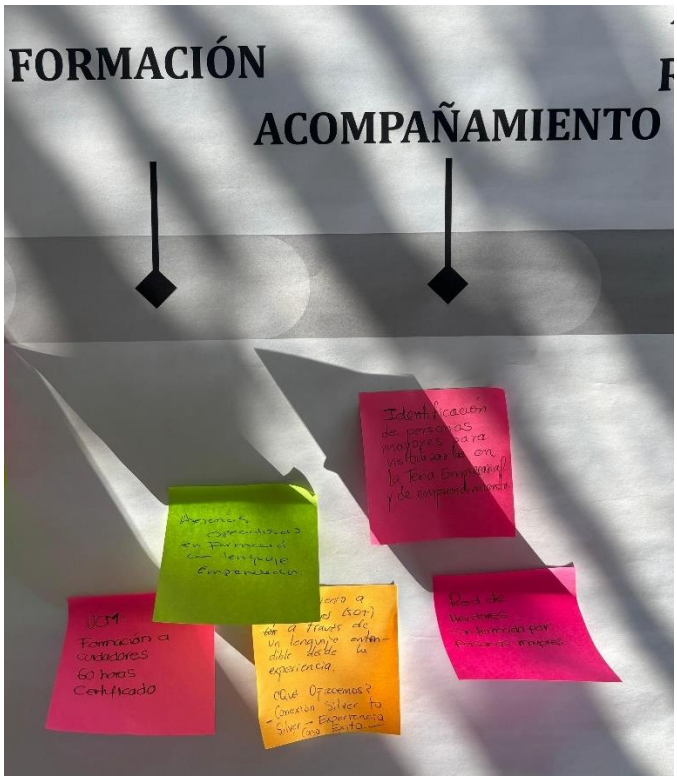


Ilustración 16 - Resultado Formación y Acompañamiento - customer journey map

- El bloque de formación y acompañamiento mostró la mayor densidad de iniciativas. Quedaron consignados programas especializados en emprendimiento, procesos certificados como la formación de cuidadores con carga horaria definida y dispositivos de apoyo basados en experiencias y casos de éxito que se enuncian como "*conexión Silver to Silver*". Se agregaron acciones de visibilización de emprendedores mayores en ferias empresariales para activar rol y reputación, así como la existencia de una red de mentores conformada por personas mayores, que opera como soporte par y transferencia de experiencia. En este tramo se observa una combinación de contenidos formativos y acompañamiento práctico que no solo desarrolla capacidades, sino que también refuerza pertenencia y comunidad, con un énfasis explícito en utilizar un lenguaje acorde a la experiencia acumulada del público objetivo.

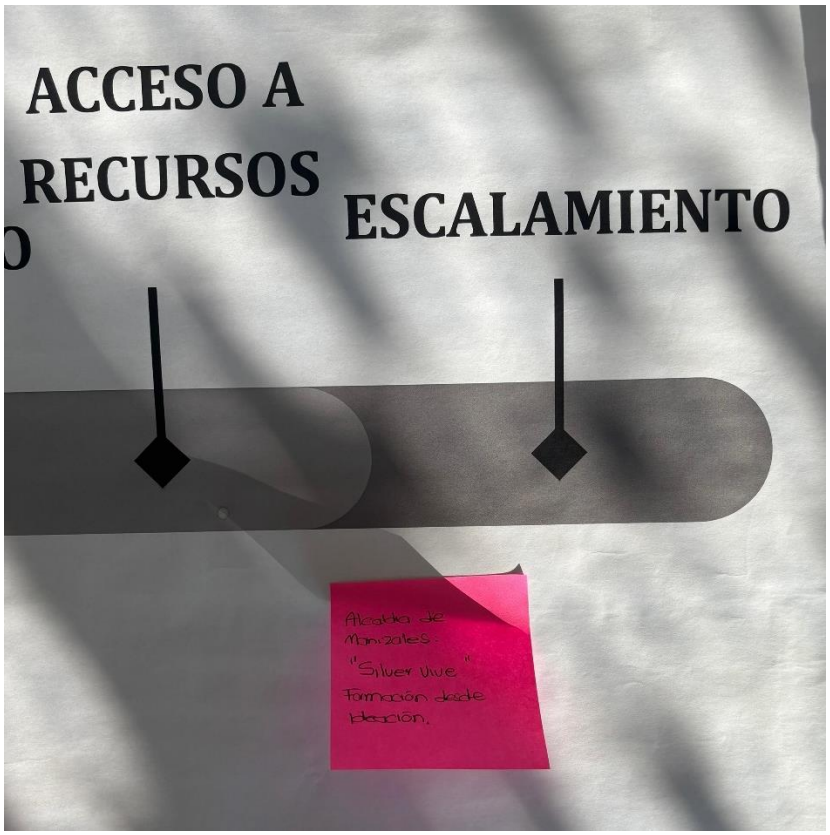


Ilustración 17 - Resultados Acceso a recursos y Escalamiento - customer journey map

- En acceso a recursos la evidencia fue más limitada. Se identificó una iniciativa pública municipal que canaliza formación y recursos asociados a la agenda de longevidad, lo que confirma la existencia de un punto de apoyo institucional, pero al mismo tiempo, sugiere una concentración de la oferta en pocos actores y escasa diversidad de instrumentos activos para financiar, conectar con redes o abrir vitrinas comerciales en esta etapa.
- La ausencia de registros en escalamiento es el hallazgo más notorio del mapeo: ninguna entidad consignó servicios actualmente activos orientados específicamente a crecer, internacionalizar o sofisticar emprendimientos de personas mayores. La lectura operativa más plausible es que el ecosistema local se robustece en las fases de entrada y desarrollo de capacidades, pero adelgaza en los tramos donde se requieren instrumentos especializados para el acceso a capital inteligente, inserción a mercados más exigentes, sofisticación de la oferta, gestión de propiedad intelectual o expansión comercial que no están hoy configurados con foco Silver o

que, de existir de manera general, no se reconocen como parte de una ruta explícita para este público.

ANEXO 9: EVIDENCIA FOTOGRAFICA SESION 2 FOCUS GROUP ENTIDADES DE APOYO

El resultado global del ejercicio es una distribución asimétrica del portafolio, es decir, mucha tracción en captación, formación y acompañamiento; señales puntuales en acceso a recursos; y un vacío en escalamiento. Este patrón aporta evidencia concreta para orientar el trabajo y servirá como línea base verificable para contrastar la oferta por etapas, identificar responsables naturales en cada eslabón, y priorizar cierres de brecha allí donde la ruta se corta. Con esta información es posible avanzar hacia acuerdos de articulación que conecten lo que ya funciona en la entrada y en el desarrollo de capacidades con mecanismos efectivos de financiación, mercado y crecimiento, de manera que la trayectoria de los emprendedores 50+ no termine en la formación, sino que encuentre condiciones reales para escalar.

6. ANEXOS

ANEXO 1: DATOS ENTREVISTAS SEMIESTRUCTURADAS

ANEXO 2: LISTADO DE ASISTENCIA SESIÓN 2 FOCUS GROUP EMPRENDEDORES

ANEXO 3: EVIDENCIA FOTOGRAFICA SESION 2 FOCUS GROUP EMEPRENDEDORES

ANEXO 4: LISTADO DE ASISTENCIA SESIÓN 1 FOCUS GROUP ENTIDADES DE APOYO

ANEXO 5: FICHAS 1, MOMENTO 1 HALLAZGOS DE EMPRENDEDORES +50

ANEXO 6: EVIDENCIA FOTOGRAFICA SESION 1 FOCUS GROUP ENTIDADES DE APOYO

ANEXO 7: PIEZA GRAFICA INVITACION SEGUNDA SESION FOCUS GROUP ENTIDADES DE APOYO

ANEXO 8: LISTA DE ASISTENCIA SEGUNDA SESION FOCUS GROUP ENTIDADES DE APOYO

ANEXO 9: EVIDENCIA FOTOGRAFICA SESION 2 FOCUS GROUP ENTIDADES DE APOYO

Los anexos relacionados en el presente documento, se encuentran alojados en una carpeta drive, que puede ser consultada en el siguiente link:

https://drive.google.com/drive/folders/1qTdCdVRAyUVHl4TJCEwNhcuncAJcX4BS?usp=sharing

ELABORADO POR:	APROBADO POR:	FECHA DE ELABORACIÓN:
JUAN CAMILO GALVIS DIAZ Coordinador de Programa INCUBAR	**CLAUDIA BENAVIDES SALAZAR** Directora Ejecutiva INCUBAR	SEPTIEMBRE DE 2025

MZL Manizales del alma | ALCALDÍA DE MANIZALES Secretaría de TIC y Competitividad

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

incubar

FOCUS GROUP ENTIDADES DE APOYO SILVER MAP

Fecha: 29/08/2025 Hora: 14:00 Lugar: Sec tic y competitividad.

ID	NOMBRE COMPLETO	CÉDULA	TELÉFONO	ORGANIZACION	CORREO ELECTRÓNICO	FIRMA
1	Viviana Rincón López	30391775	3117698081	U. Catolica Luis Amigo	viviana.rinconlo@amigo.edu.co	
2	Angie Lorena Bedoyas	1053871716	3137977360	U. Autónoma de Mzles	angiel.bedoyas@autonoma.edu.co	Angie B S.
3	Nolma G. Giraldo G.	30395267	3006121707	MANIZALES +	nolmagiraldo@manizalesmas.com.co	
4	[illegible]	30301441	3116274256	U. Catolica de Mzles	chincapie@ucm.edu.co	
5	Laura Vanessa Rodriguez	1053850215	3137809826	UCM.	emprende@ucm.edu.co	
6	Carlos David Muñoz Ortiz	1007400556	3218997901	CRCI CALDAS	crcicaldas@ccm.org.co	Carlos M. O.
7	Karen Daniela Patiño López	1090481632	3016017547	ANDI Caldas	Kpatino@andi.com.co	
8	[illegible]	1072446[illegible]	3154410170	REC	[illegible] gmail.com	
9	Sandra Patricia Giraldo	41933271	3166018188	Finanfuturo	sandra.giraldo@finanfuturo.org.co	
10	Steven Delgado Cortes	1053820789	3226410365	Unal Manizales	consultorio_man@unal.edu.co	
11	Juan Carlos Jiménez Sanz	10124435	3103904105	BIOS	juan.jimenez@bios.co	
12	Carlos A. Valencia	16747962	3174295471	Sec TIC competi.	carlos.valencia@manizales.gov.co	
13						
14						
15						
16						
17						
18						

Powered by CamScanner

MZL Manizales del alma | ALCALDÍA DE MANIZALES Secretaría de TIC y Competitividad

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

incubar

FRASE DEL	NECESIDAD	BRECHA	TIPO DE APOYO
No manejo redes sociales que son fundamentales.	Presencia en el mundo digital	Adaptación generacional / Resistencia al cambio	CAPACITACIÓN. Acompañamiento
Nunca he pedido un préstamo, no me prestan por estar reportada en Data Crédito.	Recursos económicos	Desconocimiento Financiero	CAPACITACION EN CONTABILIDAD Y FINANZAS
Maquinaria y equipo para optimizar procesos son muy costosos.	Infraestructura	CAPACIDAD PRODUCTIVA TIR, ROI.	Sensibilidad y formación
las mentorías o asesorías no han sido lo que yo pedí o lo que he necesitado	Apropiación	Apersonarse y comprometerse	motivación
Formalización en normativas como el registro INVIMA	conocer Oportunidades/Amenazas	Formalización, legalización	motivación
No conozco nada del ecosistema, no sé dónde acudir.	visibilizar el Ecosistema.	conocimiento	visibilización
En los cursos nos juntan con jóvenes y no me siento identificado.	Romper Paradigmas	Adaptación generacional	Trabajo en Equipo
Parece que todos los programas son lo mismo.	Identificación de necesidades	Definición de alcance	claridad en contenidos y objetivos.

Scanned with CamScanner

MZL Manizales del alma | ALCALDÍA DE MANIZALES Secretaría de TIC y Competitividad

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

incubar

FRASE DEL	NECESIDAD	BRECHA	TIPO DE APOYO
No manejo redes sociales que son fundamentales.	Formación - capacit.	Cursos poco diferenciados	Aprovechar los jóvenes como mentores de los
* *Nunca he pedido un préstamo, no me prestan por estar reportada en Data Crédito.*	Financiamiento	no contar con respaldo económico	Línea de financiación
Maquinaria y equipo para optimizar procesos son muy costosos.	Optimizar proces	El costo de los equipos	Leasing
las mentorías o asesorías no han sido lo que yo pedí o lo que he necesitado	Pertinencia en los temas de mentoría	Falta de diagnostico y comprensión de la necesi	mentorías a la medida
Formalización en normativas como el registro INVIMA	Obtención de registro	Falta de capacidad técnica y económica	Consultorías de apoyo e implementación
* *No conozco nada del ecosistema, no sé dónde acudir.*	Comunicación efectiva del quehacer	Falta de difusión del ecosistem	Estrategia de comunicación y Ruta de progra
* *En los cursos nos juntan con jóvenes y no me siento identificado.*	Aprendizaje postmod de saberes previ	Intergeneracional	Roles sistémicos de los jóvenes en
Parece que todos los programas son lo mismo.	Diversificación de los programas	desarticulación	Crear programas a la medida de los emprendedores

Scanned with CamScanner

	FRASE DEL	NECESIDAD	BRECHA	TIPO DE APOYO
	No manejo redes sociales que son fundamentales.	Formación en Marketing Digital	Falta de oferta para Cursos enfocados en Silver Economy	Cursos enfocados
X	Nunca he pedido un préstamo/no me prestan por estar reportada en Data Crédito.	Acceso a financiación	Desconocimiento finanzas	Cursos Finanzas Formación en
	Maquinaria y equipo para optimizar procesos son muy costosos.	Adquisición de Maquinaria y Equip	Falta de Financiación	Oportunidades en Convocatorias de Financiamiento
	las mentorías o asesorías no han sido lo que yo pedí o lo que he necesitado			
X	Formalización en normativas como el registro INVIMA	Facilitación de Tramitología	Tramitología	Mentorías en Registro Invima cercano
X	No conozco nada del ecosistema, no sé dónde acudir.	Desconocimiento del Ecosistema	Comunicación	Difusión Medios de Comunicación enfocado en Silver
	En los cursos nos juntan con jóvenes y no me siento identificado.			
	Parece que todos los programas son lo mismo.			

Scanned with CamScanner

MZL Manizales del alma | ALCALDÍA DE MANIZALES Secretaría de TIC y Competitividad

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

incubar

FRASE DEL	NECESIDAD	BRECHA	TIPO DE APOYO
No manejo redes sociales que son fundamentales.	Formación Glowly Personalizada		Mesas de trabajo colectivas
Nunca he pedido un préstamo, no me prestan por estar reportada en Data Crédito.	Financiación		Conformación redes de asociatividad
Maquinaria y equipo para optimizar procesos son muy costosos.	Financiación asociativa		Asesoría asociativa
las mentorías o asesorías no han sido lo que yo pedí o lo que he necesitado	Mentorías colectivas y prácticas	aumentar # de mentores	Programas de capacitación de la Red
Formalización en normativas como el registro INVIMA			
No conozco nada del ecosistema, no sé dónde acudir.	dar a conocer la OF. Especializada		citas con los asesores de la OFICINA
En los cursos nos juntan con jóvenes y no me siento identificado.			
Parece que todos los programas son lo mismo.			

Scanned with CamScanner

MZL Manizales del alma | ALCALDÍA DE MANIZALES Secretaría de TIC y Competitividad

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

incubar

¿Qué percentaron el emprend?

FRASE DEL	NECESIDAD	BRECHA Inst.	TIPO DE APOYO
No manejo redes sociales que son fundamentales.	Formación en Marketing digital a la medida.	oferta enfocada a Silver.	Apertura de cursos y formaciones adaptadas.
Nunca he pedido un préstamo, no me prestan por estar reportada en Data Crédito.	Acceso a recursos de financiación.	Desconocimiento	Cursos en finanzas Personales.
Maquinaria y equipo para optimizar procesos son muy costosos.	Adquirir maquinaria y equipo.	oportunidades de Financiación	Programas de recursos de financiación.
las mentorías o asesorías no han sido lo que yo pedí o lo que he necesitado			
Formalización en normativas como el registro INVIMA	Facilitar los trámites	Programas Tramitología.	Asesorías o mentorías que acompañen a los emprendedores
No conozco nada del ecosistema, no sé dónde acudir.		Comunicación	Mayor difusión de servicios del ecosistema.
En los cursos nos juntan con jóvenes y no me siento identificado.			
Parece que todos los programas son lo mismo.			

Scanned with CamScanner

MZL Manizales del alma | ALCALDÍA DE MANIZALES Secretaría de TIC y Competitividad

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

incubar

FRASE DEL	NECESIDAD	BRECHA	TIPO DE APOYO
No manejo redes sociales que son fundamentales.	Formación en marketing digital	Oferta enfocada a Silver	Apertura de cursos de Mkt digital con foco Silver
Nunca he pedido un préstamo, no me prestan por estar reportada en Data Crédito.	Acceso a financiación	Desconoc. en finanzas.	Cursos enfocados.
Maquinaria y equipo para optimizar procesos son muy costosos.	Adquirir maquinaria y equipo.	Oportunidades de financiación.	Programas para consecución de recursos (financiación).
las mentorías o asesorías no han sido lo que yo pedí o lo que he necesitado			
Formalización en normativas como el registro INVIMA	Facilitar procesos de trámite	Tramitología	Mentorías/específicas/cursos
No conozco nada del ecosistema, no sé dónde acudir.		Comunicación.	Campaña de difusión.
En los cursos nos juntan con jóvenes y no me siento identificado.			
Parece que todos los programas son lo mismo.			

Scanned with CamScanner

MZL Manizales del alma | ALCALDÍA DE MANIZALES Secretaría de TIC y Competitividad

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

incubar

FRASE DEL	NECESIDAD	BRECHA	TIPO DE APOYO
No manejo redes sociales que son fundamentales.	Acceso a canales de venta digitales	habilidades digitales acceso a la tecnología	capacitación o prestación de servicios para el manejo [illegible]
Nunca he pedido un préstamo, no me prestan por estar reportada en Data Crédito.	financiación, capital de trabajo	capacidad en la generación de ingresos ~~formales~~ presentes.	líneas de crédito especializadas
Maquinaria y equipo para optimizar procesos son muy costosos.	tecnificación, sofisticación del negocio.	baja apropiación tecnológica	acceso a tecnologías o desarrollos a la medida
las mentorías o asesorías no han sido lo que yo pedí o lo que he necesitado	Diagnóstico inadecuado	bajo entendimiento entre el asesor y el beneficiario	mejorar la identificación de la necesidad, capacitar al asesor
Formalización en normativas como el registro INVIMA	Cumplimiento. aspecto regulatorio	desconocimiento de alternativas regulatorias	Asesoría especializada en mentoría empresarial
No conozco nada del ecosistema, no sé dónde acudir.	Identificación de actores.	Información insuficiente	Socialización de servicios.
En los cursos nos juntan con jóvenes y no me siento identificado.	mejorar segmentación	Baja diferenciación en las necesidades y capacidades	Transición desde la andragogía a adaptación de contenidos
Parece que todos los programas son lo mismo.	Especialización de los programas	Bajo diferenciación Identificación de la necesidad	mejorar el filtro de atención

Scanned with CamScanner

MZL Manizales del alma | ALCALDÍA DE MANIZALES Secretaría de TIC y Competitividad

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

incubar

FRASE DEL	NECESIDAD	BRECHA	TIPO DE APOYO
No manejo redes sociales que son fundamentales.	Facilitar la alfabetización digital con enfoque empresarial	Pequeños emprendedores con bajo conocimiento digital y barreras mentales (Miedo - tiempo) para adquirir conocimiento	- Microformación vía WhatsApp - Fortalecer programas de Alfabetización Digital - Programas de Apoyo en sitio
Nunca he pedido un préstamo, no me prestan por estar reportada en Data Crédito.	financiación para apoyo y confianza en el emprendedor Silver	Encontrar alternativas que puedan integrar otros activos con la seguridad para financiación	* Financiación flexible - Programas de Asocatividad - Co-Colaboración entre Silver → Co-financiación SILVER
Maquinaria y equipo para optimizar procesos son muy costosos.	Conocimiento - falta de oportunidad de acquirir la tecnología	* Información técnica y financiera	* Leasing para SILVER * Programas de análisis de Vigilancia tecnológica para SILVER
las mentorías o asesorías no han sido lo que yo pedí o lo que he necesitado	Entender necesidad y sentirse escuchado	Entidades Digitalizadas	Programas en el Barrio
Formalización en normativas como el registro INVIMA	Encontrar espacios en barrio que puedan contar con Invima si altos Inversiones	Dificultad en Inversión y Cumplimiento, Además Financiera	- Plantas productivas con Invima que puedan alquilar servicio a los Emprendedores
No conozco nada del ecosistema, no sé dónde acudir.	Personas con grandes angustias por sentirse solos	Desconexión con los emprendedores de Subsistencia	* Programas con los propios emprendedores en sus negocios
En los cursos nos juntan con jóvenes y no me siento identificado.			
Parece que todos los programas son lo mismo.	Falta de Integración Institucional para evitar replicar	Programas poco priorizados	- Programas con asesorías personalizadas y Enfoque - Integrar otro tipo de formación dirigida a lo Administrativo - Ventas - Modelo de Negocio

Scanned with CamScanner

MZL Manizales del alma | ALCALDÍA DE MANIZALES Secretaría de TIC y Competitividad

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

incubar

FRASE DEL A PERSONA MAYOR.	NECESIDAD	BRECHA	TIPO DE APOYO
No manejo redes sociales que son fundamentales.	falta de formación	incomunicación	formación diferenciada
Nunca he pedido un préstamo; no me prestan por estar reportada en Data Crédito.	linea de crédito diferencia	falta de financiación	Apoyo con garantía Estatal. Fondo Nal de garantía.
Maquinaria y equipo para optimizar procesos son muy costosos.	falta de equipamiento técnico	Empresarios sin capacidad de crecer.	linea especial de financiación para adquisición de equipos
las mentorías o asesorías no han sido lo que yo pedí o lo que he necesitado	Falta de Asesoria efectiva	falta de capacitación	Asesorías Especializadas enfocadas y prácticas
Formalización en normativas como el registro INVIMA			
No conozco nada del ecosistema, no sé dónde acudir.	falta de información del ecosistema	Desconocimiento	información efectiva.
En los cursos nos juntan con jóvenes y no me siento identificado.			
Parece que todos los programas son lo mismo.			

Scanned with CamScanner

MZL Manizales del alma | ALCALDÍA DE MANIZALES Secretaría de TIC y Competitividad

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

incubar

FRASE DEL	NECESIDAD	BRECHA	TIPO DE APOYO
No manejo redes sociales que son fundamentales.	Aplendizaje Inclusión	Habilidad para procesar información Cultura	Formaciones habilidas
Nunca he pedido un préstamo, no me prestan por estar reportada en Data Crédito.	Apalancamiento financiero.	Políticas crediticias para atender este tipo de población	Regulación políticas acceso a crédito
Maquinaria y equipo para optimizar procesos son muy costosos.	Acompañamiento en las rutas de crecimiento/análisis negocio	Desconocimiento de programas de mentalia / bitusión	Programas direccionados a atender planes de negocio y tiracturación
las mentorías o asesorías no han sido lo que yo pedí o lo que he necesitado	Atender el dolor de la empresa, muchas solo ofrecen lo gratuito	Oferta limitada - para no cubrir necesidad puntual.	Temas menos masivos y de mayor impacto
Formalización en normativas como el registro INVIMA			
No conozco nada del ecosistema, no sé dónde acudir.			
En los cursos nos juntan con jóvenes y no me siento identificado.			
Parece que todos los programas son lo mismo.			

Scanned with CamScanner

MZL Manizales del alma | ALCALDÍA DE MANIZALES Secretaría de TIC y Competitividad

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

incubar

	FRASE DEL	NECESIDAD	BRECHA	TIPO DE APOYO
	No manejo redes sociales que son fundamentales.	formación y capacitación en redes sociales	programas y cursos poco diferenciados	Realizar un programa especial para per. may. pero conmentores (jovenes)
3.	*Nunca he pedido un préstamo, no me prestan por estar reportada en Data Crédito.*	Financiación.	No tener un respaldo economico.	Linea de financiación para emp. personas mayores
	Maquinaria y equipo para optimizar procesos son muy costosos.	Optimizar procesos.	Costo de equipos	Leasing de maquinas y equipos.
	las mentorías o asesorías no han sido lo que yo pedí o lo que he necesitado	Pertinencia en los temas de Mentoria	Falta de diagnostico y de mayor entendimiento de las necesidades	Mentorios personalizados e individuales.
	Formalización en normativas como el registro INVIMA	Obtención de registros.	Falta de capacidades técnicas y economicas	Consultoria de apoyo de Implemetación
1.	*No conozco nada del ecosistema, no sé dónde acudir.*	Como falta de difusión de los progra del ecosistema	Comunicación acertiva	Estrategia de comunica y creación de rutas de los programas del ecosis
2.	*En los cursos nos juntan con jóvenes y no me siento identificado.*	Aprendizaje partiendo de saberes previos	Intergeneracional	Definir y asignar los roles a los jovenes y participantes.
	Parece que todos los programas son lo mismo.	Diversificación de los programas.	Desarticulación institucional.	Crear programas basados en las necesidades los empresarios.

Scanned with CamScanner

MZL Manizales del alma | ALCALDÍA DE MANIZALES Secretaría de TIC y Competitividad

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

incubar

FRASE DEL	NECESIDAD	BRECHA	TIPO DE APOYO
No manejo redes sociales que son fundamentales.	Formación y capacitación	Programas específicos por formación poco diferenciados, con mentores de apoyo	Mentores jóvenes como apoyo
Nunca he pedido un préstamo, no me prestan por estar reportada en Data Crédito.	Financiamiento.	No tener respaldo económico	Línea Financiación
Maquinaria y equipo para optimizar procesos son muy costosos.	Optimizar procesos	Costo de los equipos	Leasing de maquinaria
las mentorías o asesorías no han sido lo que yo pedí o lo que he necesitado	Pertinencia en los temas de mentoría	Falta diagnóstico y entendimiento de necesidades	Mentorías a la medida
Formalización en normativas como el registro INVIMA	Obtención de registro	Falta de capacidades técnicas y financieras	Consultorías de apoyo y de implimint.
No conozco nada del ecosistema, no sé dónde acudir.	Ruta q' difunda el ecosistema	Falta de conocimiento del ecosistema	Estrategia de comunicación y creación de ruta de los programas
En los cursos nos juntan con jóvenes y no me siento identificado.	Aprendizajes apoyados en saberes previos	Generacional	Roles asignados a los jóvenes
Parece que todos los programas son lo mismo.	Diversificación en programas	Desarticulación de entidades	Crear programas ajustados a las necesidades

Scanned with CamScanner

MZL Manizales del alma | ALCALDÍA DE MANIZALES Secretaría de TIC y Competitividad

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

incubar

SILVER MAP – FOCUS GROUP EMPRENDEDORES

Fecha: _____ Hora: _____ Lugar: _____

ID	NOMBRE COMPLETO	CÉDULA	TELÉFONO	ORGANIZACION	CORREO ELECTRÓNICO	FIRMA
1	Maria Leonor Restrepo	30.283.209	3228547342	inmobiliaria restrepo echeverri	mrestrepo@restrepoecheverri.com	Maria Leonor Restrepo
2	Maria Isabel Velez T	24.318.269	3146878326	By Maria Velez	mariza1981@gmail.com	
3	Fernando Orozco	10.254.837	3218121993	Particular	fernandojc@gmail.com	
4	Jhoe Alba Alvarez C.	25.211.611	3146524382	AGROMIEL	agromielmanizales@gmail.com	
5	Jose Libardo Moreno L.	16.347.921	3117470936	AGROMIEL	agromielmanizales@gmail.com	Libardo Moreno L.
6	CARLOS ROJAS	10.103.937	312 8875341	RAINLOOK SAS	carlos.rojas@rainlook.com	
7	AMPARO ORTIZ	24.315.883	3103472313	RAINLOOK SAS	gerencia@rainlook.com	
8	Eugenia Restrepo Lloyd	10.2[illegible].983	3216117697	AFINCADOS	afincados2022@hotmail.com	
9	Adriana Segura P	30282145	3163624248	Cacao de sabor artesanal	adriana0462@hotmail.com	
10	Viviana Gutierrez G	25221069	3213083631	chocolate Don Gerardo	Chocolatedongerardo@gmail.com	
11	Yaquiam Cardona B.	30284448	3105340452	Delicias chyslan	[illegible]	
12	Carlos Valencia	16747962	3174295471	Sec TIC Gobierno	carlos.valencia@manizales.gov.co	
13	Luz Eugenia Narvaez M	30.281.088	3128713084	particular	luzeugenianarvaez@gmail.com	
14	Gloria Patricia Grajales	30323481	3173779605	Kiwa - Alimentos fermentados	gpgrajales54@gmail.com	
15						
16						
17						
18						

Silver Map

FOCUS GROUP

ENTIDADES DE SOPORTE



Martes
9 de septiembre

¡Agéndate! 2:00 p.m. | Secretaría TIC y Competitividad

Un espacio clave para dimensionar la visión y capacidades de los emprendedores mayores de 50+.

MZL Manizales del alma | ALCALDÍA DE MANIZALES Secretaría de TIC y Competitividad | incubar in

MZL Manizales del alma | ALCALDÍA DE MANIZALES Secretaría de TIC y Competitividad

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

incubar

FOCUS GROUP - ENTIDADES DE APOYO SILVER MAP

Fecha: _____ **Hora:** _____ **Lugar:** _____

ID	NOMBRE COMPLETO	CÉDULA	TELÉFONO	ORGANIZACION	CORREO ELECTRÓNICO	FIRMA
1	Viviana Rincón L	30391275	3117698087	U. Católica L. Amigó	viviana.rincon1@amigo.edu.co	
2	Juan Campos Pabon	1053850215	3137609426	UCM	emprendedor@ucm.edu.co	
3	Agosto Londoño	10.224.464	3155410170	DEL	aloudouno96@gmail.com	
4	Santiago Cruz G.	1026265489	3112140652	CRCI	gerenciacrci@ccm.org.co	
5	Carlos Muñoz Q	1007400556	3218997901	CRCI	crcicaldas@ccm.org.co	Carlos M.O
6	Jhoana Montoya	1053796852	3128408820	Umanizales	emprendimiento@umanizales.edu.co	
7	David Hincapie M	30301444	3116274256	UCM	dhincapie@ucm.edu.co	
8	Juan Carlos Jimenez	10124435	3103904105	BIOS	juan.jimenez@bios.co	
9	Steven Delgado Cortes	1053882789	3226110455	Unal	stdelgadoc@unal.edu.co	
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						

fintfu.

Retos

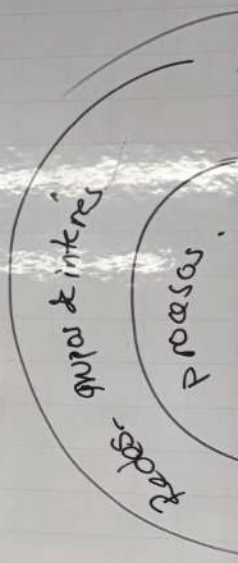
contratación → Jurídico - SST

1) Talento - Rotación
   Jóvenes - Rol/cargo
   Buenos conocimientos.

2) Formalización → Tributarios
   Formación y asesoría.
   Normativo → Invima. *
   Análisis de alimentos → Fisicoquímicos
   Organolépticos

3) ABC de empresas de Alimentos → Costeo planta física *
   Cumplimiento normativo
   Capacidad instalada. → Producción
   Logística.

***x 4) Marketing Digital - Comercial y cierre de ventas + Redes sociales **
   Canal de distribución + Contratación estatal



finttu.

Gloria Patri
Cel 317

Kiwa

idico - SST

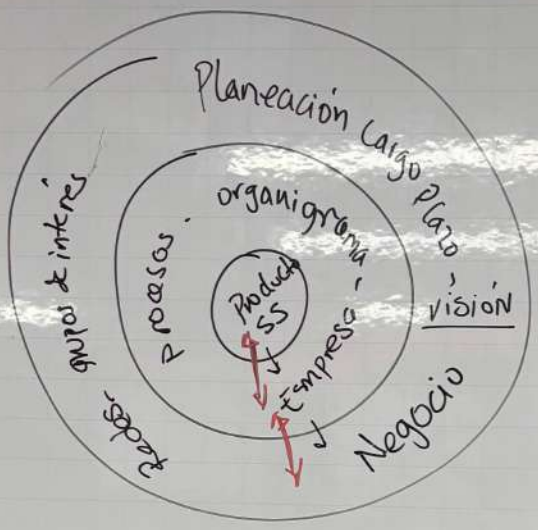
ergo

mientos.

arios
ción y asesoria.
tivo → Invima. ✳
sis de alimentos → Fisicoquimicos
Organolépticos

os => Costeo planta fisica ✳
Cumplimiento normativo
Capacidad instalada. ⇒ Producción → ¡Maquilas ✳
Logistica. → Satelites

cierre de ventas + Redes sociales ✳✳
istribución + Contratación estatal



Aterrizar los Negocios

→ Arquitectura em
→ Estructura oper

Verlo como Ne

OFERTA SS → "

Gloria Patricia Grajales
Cel 3173779605

kiwa.buenvivir



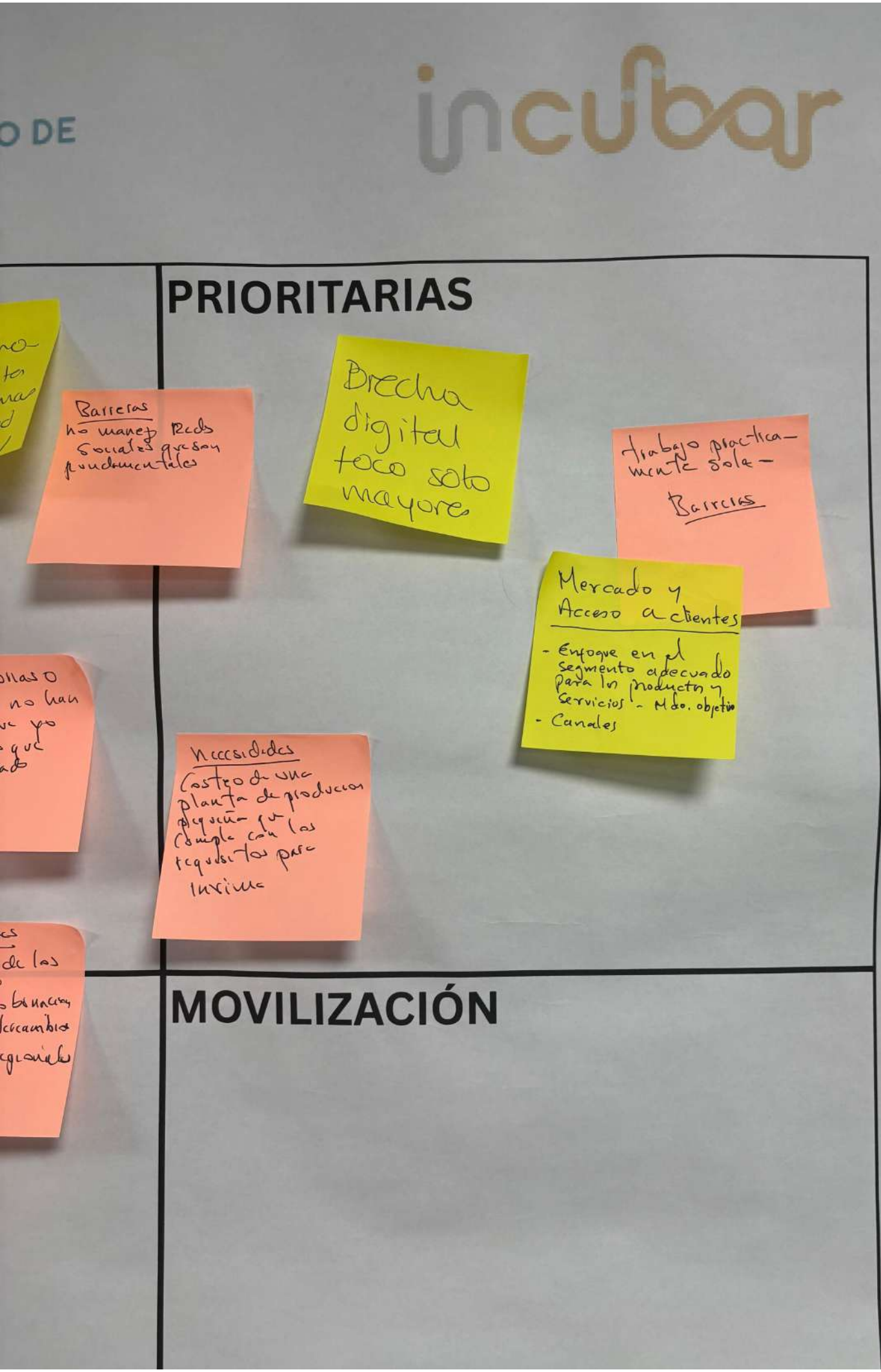
Alquilar *
Satelites

Atenizar
los
Negocios

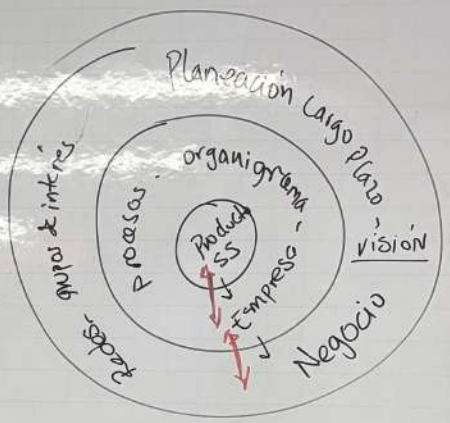
→ Arquitectura empresarial
→ Estructura operativa.

Verlo como Negocio

OFERTA SS → "Más de lo mismo"
⇓
Niveles = ej: Innovación Neurocity


O DE
incubar
PRIORITARIAS
Barreras
no manej Redes Sociales que son fundamentales
Brecha digital toco solo mayores
trabajo practica- mente sola -
Barreras
Mercado y Acceso a clientes
- Enfoque en el segmento adecuado para los productos y servicios - Mdo. objetivo
- Canales
Necesidades
Costeo de una planta de produccion pequeña que cumpla con los requisitos para inviima
MOVILIZACIÓN

finftu.



Retos

1) Talento - Contratación → Jurídico - SST
Rotación
Jóvenes - Rol/cargo
Buenos conocimientos.

2) Formalización → Tributarios
Formación y asesoría.
Normativo → Invima. *
Análisis de alimentos → Fisicoquímicos
Organolépticos

3) ABC de Empresas de Alimentos → Costeo planta física *
Cumplimiento normativo
Capacidad instalada → Producción → Maquila *
Logística. → Satelites

***x 4) Marketing Digital - Comercial y cierre de ventas + Redes sociales **
Canal de distribución + Contratación estatal

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

incubar

(+)

LARGO PLAZO (RETOS)

PRIORITARIAS

Habitos de vida saludable

Mercado y Acceso a clientes
1) Falta de mercado
2) Capacidad de producción.

No se conoce la oferta de programas y ss de Red de emprendi/

Barreras
No manejo Redes Sociales (pensar fundamentales)

Brecha digital foco solo mayores

Trabajo practicamente solo -
Barreras

Programas No hay / emprend/ Foco a personas mayores

Barreras y necesidades claves.
No me prestan por estar reportado en Data Crédito - Nunca he podido un préstamo.

las motonaves ascensoras no han sido lo que yo pedí o lo que he necesitado puntual
Barreras

Mercado y Acceso a clientes
- Enfoque en el segmento adecuado para los productos y servicios - Mdo. objetivo
- Canales

Necesidades
Costo de una planta de producción alguien que cumpla con los requisitos para iniciar

Repiten Programas y formaciones

NEUTRAS

...ón y ...eso a capital
- Auto exclusión
- Edad
- Respaldo financiero
- Altas tasas de interés

Necesidades
Una apoyo de las Entes como alcaldía y gobernación para las intercambios Comerciales regionales

MOVILIZACIÓN

A

(-)

GOBERNABILIDAD

(+)

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

O PLAZO (RETOS)

PRIORITARIAS

Marca de
Acceso a clientes
1) Falta de marketing digital
2) Capacidad de producción.

Barreras
No manejo Redes Sociales que son fundamentales

Trabajo practicamente solo -
Barreras

Barreras y necesidades
- no me prestan por estar reportado en Data Crédito -
- nunca he pedido un préstamo.

Mercado y Acceso a clientes
- Enfoque en el segmento adecuado para los productos y servicios - Mdo. objetivo
- Canales

las metodologías o asesorías no han sido lo que yo pido o lo que he necesitado puntual
Barreras

Necesidades
Costeo de una planta de producción pequeña que cumpla con los requisitos para iniciar

UTRAS

Financiación y Acceso a capital
- Autoexclusión
- Edad
- Respaldo financiero
- Altas tasas de interes

Necesidades
Mas apoyo de las Entes como alcaldía y gobernación para las intercambios comerciales regionales

MOVILIZACIÓN

GOBERNABILIDAD

(+)

MZL Manizales del alma | ALCALDÍA DE MANIZALES Secretaría de TIC y Competitividad

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

incubar

- **FINANCIACIÓN Y ACCESO A CAPITAL**

Plante de [illegible] Políticas

- **MERCADO Y ACCESO A CLIENTES**

Necesidades

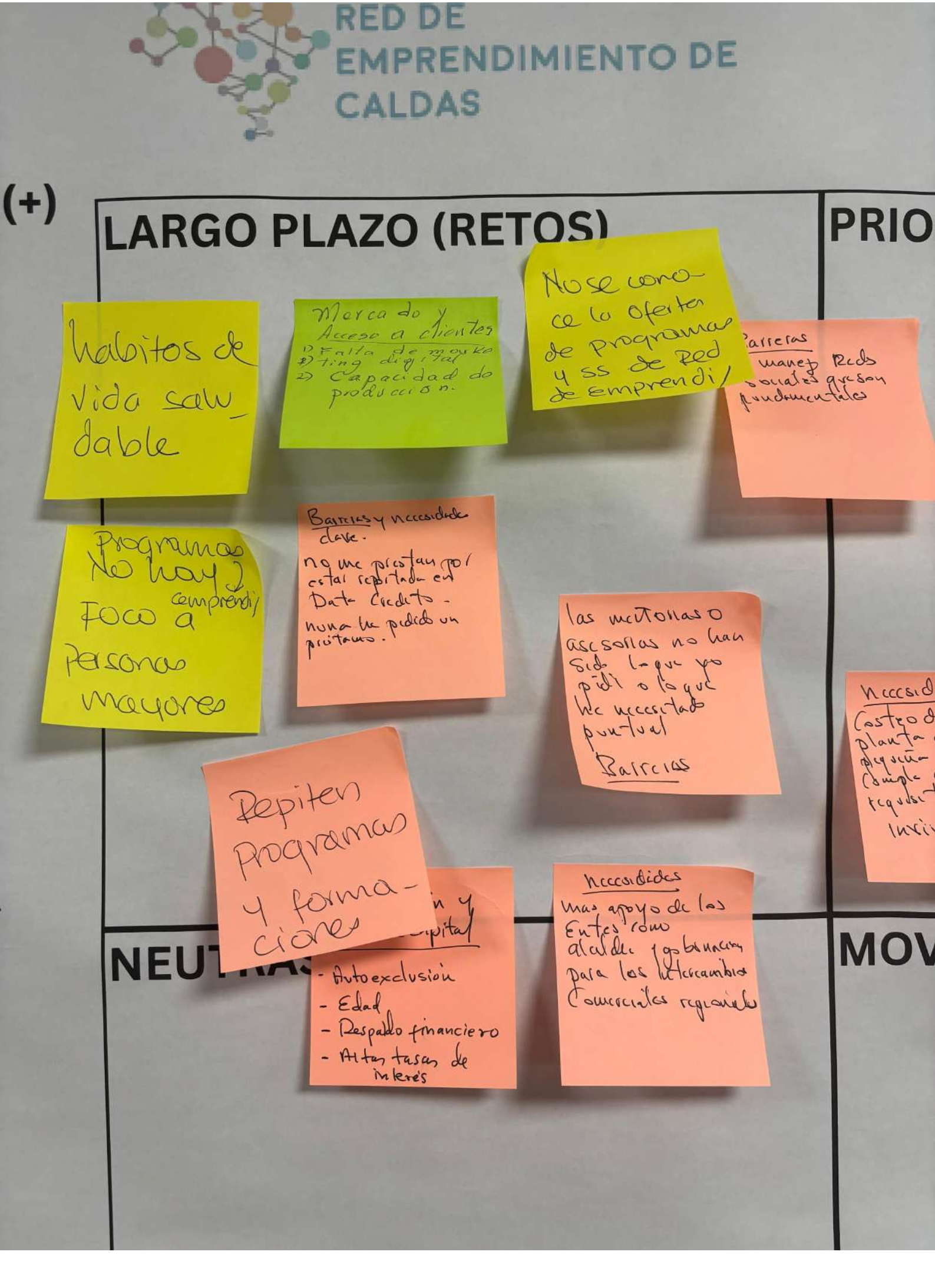
- **CONOCIMIENTO Y TALENTO HUMANO**

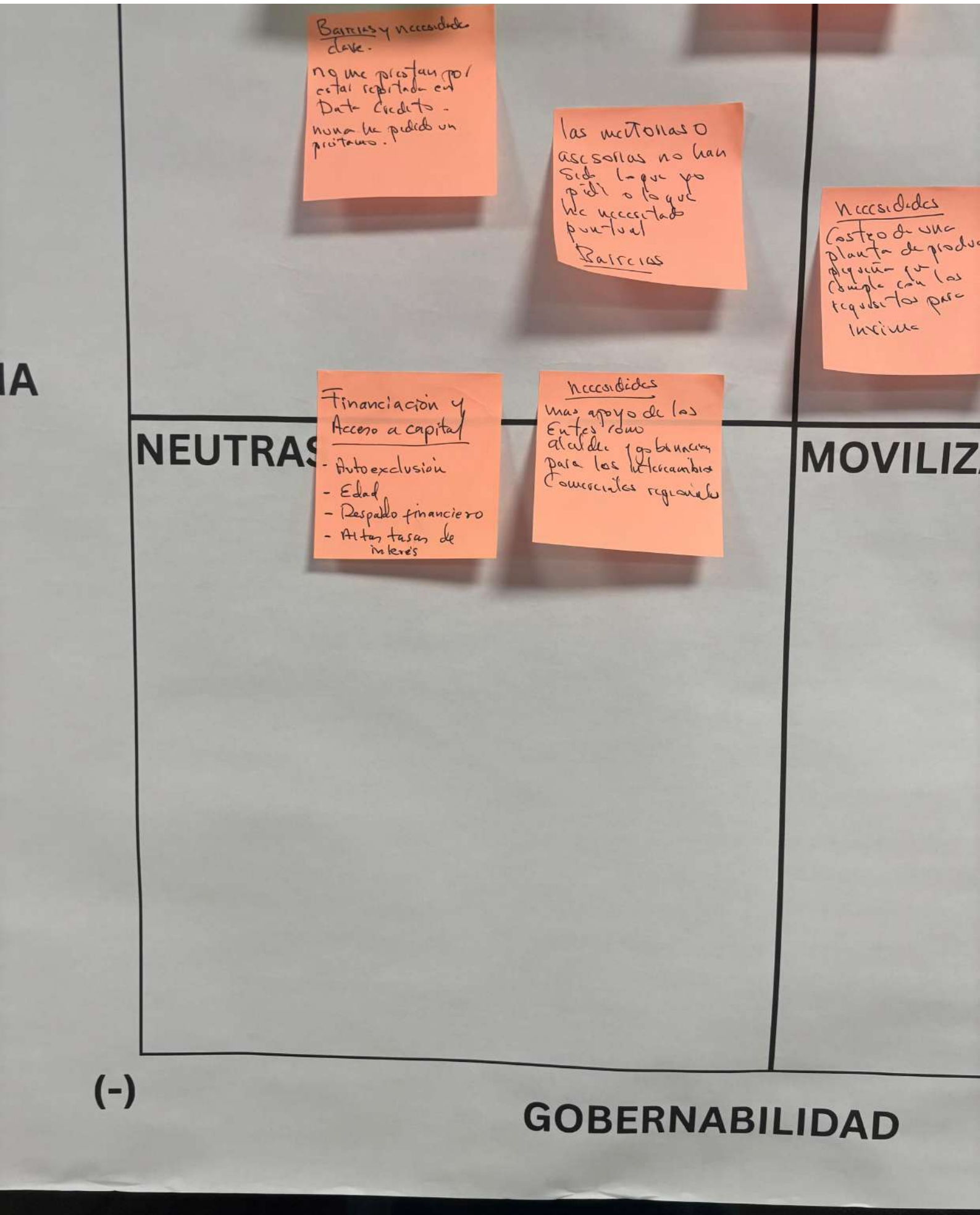
Conocimiento y Talento humano

Programas personas mayores

- **ENTIDADES DE APOYO Y ESPACIOS FÍSICOS PARA ESCALAR**

- **MENTORES Y ASESORES**


RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS
(+)
LARGO PLAZO (RETOS)
PRIO
Habitos de vida saludable
Mercado y Acceso a clientes
1) Falta de marketing digital
2) Capacidad de producción.
No se conoce la oferta de programas y ss de Red de emprendi/
Barreras
manejo Redes sociales que son fundamentales
Programas No hay/ emprendi/ Foco a personas mayores
Barreras y necesidades clave.
no me prestan por estar reportada en Data Crédito.
nunca he pedido un prestamo.
las mentorias o asesorias no han sido la que yo pedí o lo que he necesitado puntual
Barreras
Repiten Programas y formaciones
NEUTRAS
- Autoexclusión
- Edad
- Respaldo financiero
- Altas tasas de interés
Necesidades
mas apoyo de los Entes como alcaldía y gobernación para los intercambios comerciales regionales
MOV


Barreras y necesidades clave.
no me prestan por estar reportada en Data Crédito - nunca he pedido un préstamo.
las mentoras o asesorías no han sido lo que yo pedí o lo que he necesitado puntual
Barreras
Necesidades
Costeo de una planta de produc pequeña que cumpla con los requisitos para incivic
Financiación y Acceso a capital
- Autoexclusión
- Edad
- Respaldo financiero
- Altas tasas de interés
Necesidades
Más apoyo de las Entes como alcaldía y gobernación para las intercambios comerciales regionales
NEUTRAS
MOVILIZ
(-)
GOBERNABILIDAD

incubar

PRIORITARIAS

rreras
manet Redes
ociales gresan
dmuentales

Trabajo practica-
mente sola -

Barreras

Mercado y
Acceso a clientes

- Enfoque en el segmento adecuado para los productos y servicios - Mdo. objetivo
- Canales

Necesidades

Costeo de una planta de produccion pequeña que cumpla con los requisitos para invima

MOVILIZACIÓN

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

+)

LARGO PLAZO (RETOS)

PRI

Marcado y Acceso a clientes
1) Falta de marketing digital
2) Capacidad de producción.

Barreras
no manejo Redes Sociales que son fundamentales

Barreras y necesidades clave.
no me prestan por estar reportada en Data Crédito.
nunca he pedido un préstamo.

las mentorías o asesorías no han sido lo que yo pidí o lo que he necesitado puntual

Barreras

Necesid
Costeo d
planta
pequeña
Cumple
requisi
inici

Financiación y Acceso a capital
- Autoexclusión
- Edad
- Respaldo financiero
- Altas tasas de interés

Necesidades
Mas apoyo de las Entes como alcaldía y gobernación para los intercambios comerciales regionales

NEUTRAS

MOV

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

incubar

(+)

LARGO PLAZO (RETOS)

PRIORITARIAS

Marca do y Acceso a clientes
1) Falta de gente
2) Capacidad de producción

Barreras
no manejo Redes Sociales que son fundamentales

Trabajo practicamente solo - Barreras

Barreras y necesidades:
no me prestan por estar reportado en Data Crédito - nunca he pedido un préstamo.

Mercado y Acceso a clientes
- Enfoque en el segmento adecuado para los productos y servicios - Más objetivo
- Canales

las mentorías o asesorías no han sido lo que yo pido o lo que me hace necesitado puntual
Barreras

Necesidades
Costeo de una planta de producción propia con las capacitaciones para lanzarme

NCIA

NEUTRAS

MOVILIZACIÓN

Financiación y Acceso a capital
- Autoexclusión
- Edad
- Desapego financiero
- Altas tasas de interés

Necesidades
Mas apoyo de las Entes y alcaldes gubernamentales para los intercambios comerciales regionales

(-) GOBERNABILIDAD (+)


Add Venture más
2025



- **MENTORES Y ASESORES**

las mentorías o asesorías no han sido lo que yo pedí o lo que he necesitado puntual

Barrios

- **ENTIDADES DE APOYO Y ESPACIOS FÍSICOS PARA ESCALAR**

Necesidades
Mas apoyo de las Entes como alcaldía y gobernación para los intercambios comerciales regionales

Necesidades
Costeo de una planta de producción pequeña que cumple con los requisitos para inviima






ALCALDÍA
DE MANIZALES
CUSTOMER JOURNEY MAP
CAPTACIÓN
FORMACIÓN
ACOMPAÑAMIENTO


ALCALDÍA
DE MANIZALES




ALCALDÍA
DE MANIZALES


ALCALDÍA
DE MANIZALES


ALDÍA
ANIZALES

MZL Manizales del alma | ALCALDÍA DE MANIZALES Secretaría de TIC y Competitividad

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

incubar

FOCUS GROUP - ENTIDADES DE APOYO SILVER MAP

Fecha: _____ **Hora:** _____ **Lugar:** _____

ID	NOMBRE COMPLETO	CÉDULA	TELÉFONO	ORGANIZACION	CORREO ELECTRÓNICO	FIRMA
1	Viviana Rincón L	30391275	3117698087	U. Católica L. Amigó	viviana.rincon1@amigo.edu.co	
2	Juan Campos Pabon	1053850215	3137609426	UCM	emprendedor@ucm.edu.co	
3	Agosto Londoño	10.224.464	3155410170	DEL	aloudouno96@gmail.com	
4	Santiago Cruz G.	1026265489	3112140652	CRCI	gerenciacrci@ccm.org.co	
5	Carlos Muñoz Q	1007400556	3218997901	CRCI	crcicaldas@ccm.org.co	Carlos M.O
6	Jhoana Montoya	1053796852	3128408820	Umanizales	emprendimiento@umanizales.edu.co	
7	David Hincapie M	30301444	3116274256	UCM	dhincapie@ucm.edu.co	
8	Juan Carlos Jimenez	10124435	3103904105	BIOS	juan.jimenez@bios.co	
9	Steven Delgado Cortes	1053882789	3226110455	Unal	stdelgadoc@unal.edu.co	
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						

MZL Manizales del alma | ALCALDÍA DE MANIZALES Secretaría de TIC y Competitividad

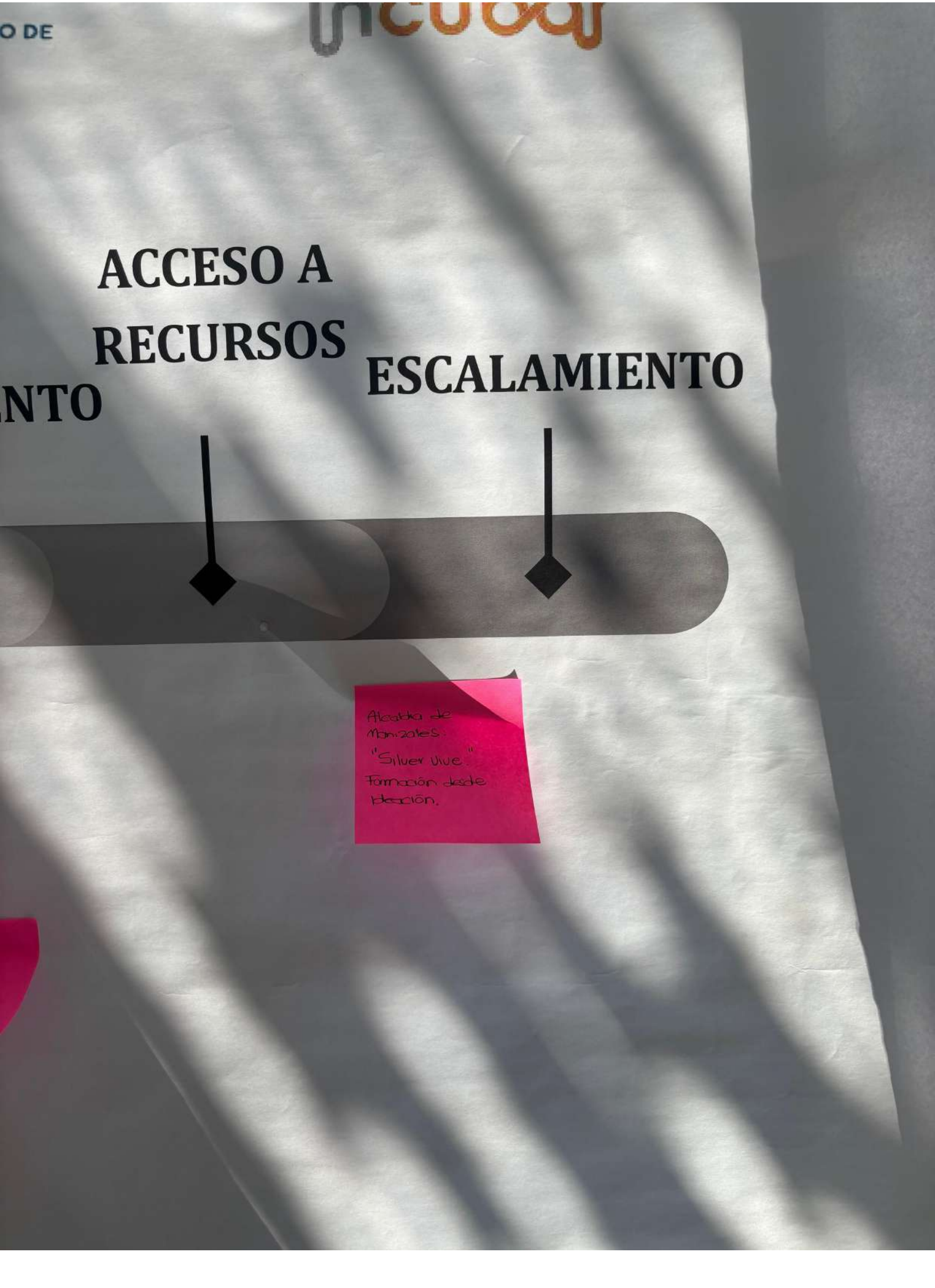
RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

incubar

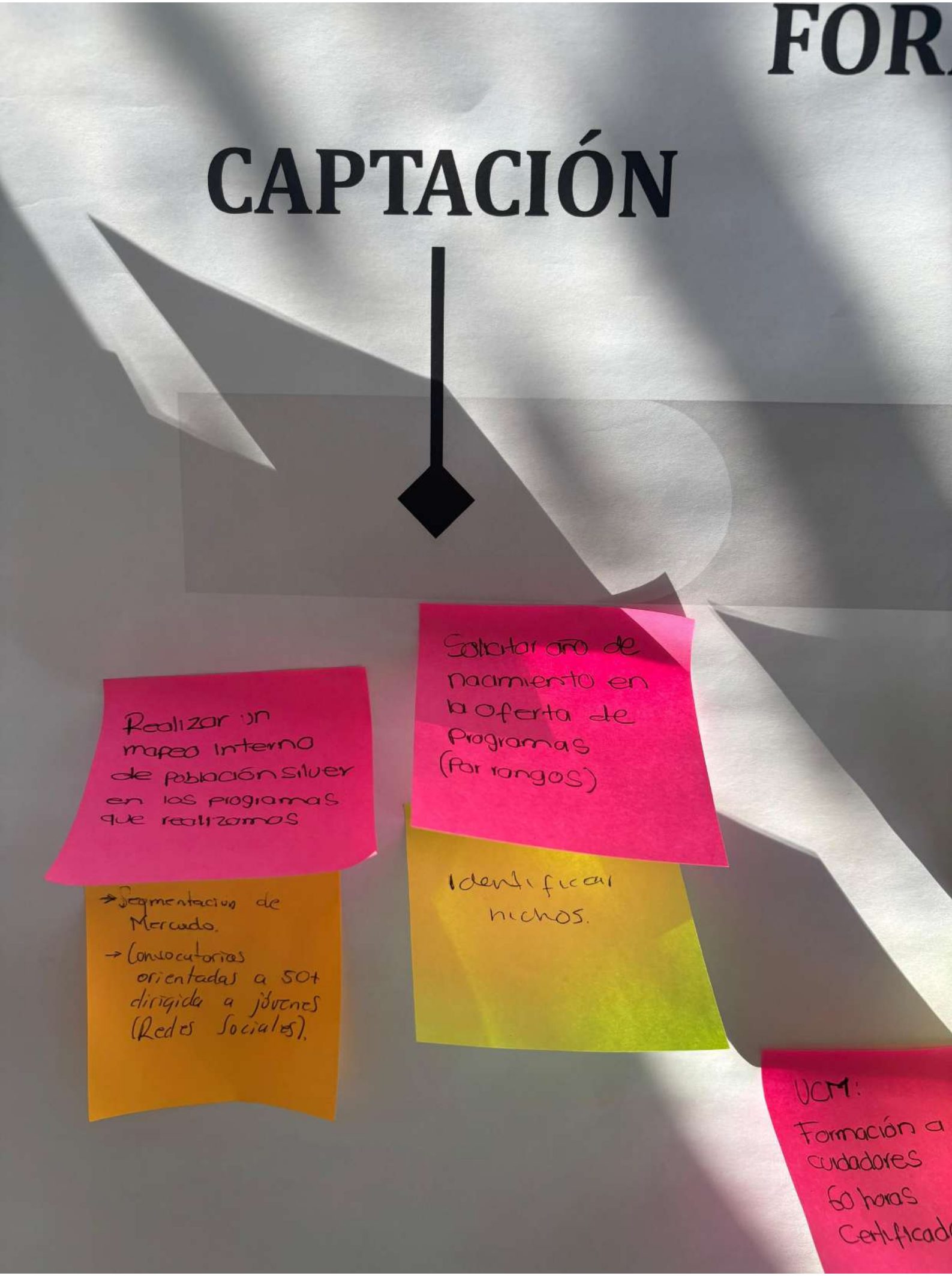
FOCUS GROUP - ENTIDADES DE APOYO SILVER MAP

Fecha: _____ **Hora:** _____ **Lugar:** _____

ID	NOMBRE COMPLETO	CÉDULA	TELÉFONO	ORGANIZACION	CORREO ELECTRÓNICO	FIRMA
1	Viviana Rincón L	30391275	3117698087	U. Católica L. Amigó	viviana.rincon1@amigo.edu.co	
2	Juan Camilo Parra	1053850215	3137809926	UCM	emprendedor@ucm.edu.co	
3	Augusto Londoño	10.224.464	3155410170	DEL	aloudoño09@gmail.com	
4	Santiago Cruz G.	1026265489	3112140652	CRCI	gerencia.crci@ccm.org.co	
5	Carlos Muñoz Q	1007400556	3218997901	CRCI	crcicaldas@ccm.org.co	Carlos M.Q
6	Jhoana Montoya	1053796852	3128409810	Unmanizales	emprendimiento@umanizales.edu.co	
7	Dora Hincapié M	30301444	3116274256	UCM	dhincapie@ucm.edu.co	
8	Juan Carlos Jiménez	10124435	3103904105	BIOS	juan.jimenez@bios.co	
9	Steven Delgado Cortés	1053842789	3226110365	Unal	stdelgadoc@unal.edu.co	
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						


O DE
ACCESO A
RECURSOS
NTO
ESCALAMIENTO
Alcaldía de
Manizales:
"Silver Vive."
Formación desde
Educación.


Secretaría de TIC y Competitividad
CALDAS
FORMACIÓN
ACOMPAÑAMIENTO
Identificación de personas mayores para visibilizarlas en la Feria Empresarial y de emprendimiento.
Asesorías especializadas en Formación con lenguaje Empresarial.
UCM: Formación a cuidadores 60 horas Certificado
a través de un lenguaje entendible desde la experiencia.
¿Qué Ofrecemos?
Conexion Silver to Silver → Experiencia Caso Exito.
Red de Mentores Conformada por Personas mayores.


FOR
CAPTACIÓN
Realizar un mapeo interno de población silver en los programas que realizamos
→ Segmentación de Mercado.
→ Convocatorias orientadas a SOt dirigida a jóvenes (Redes Sociales).
Solicitar año de nacimiento en la oferta de Programas (Por rangos)
Identificar nichos.
UCM:
Formación a cuidadores
60 horas
Certificad


ALCALDÍA
DE MANIZALES
PUESTA EN COMÚN Y MAPEO COLECTIVO
Flexy


incubar
ACCESO A
RECURSOS
ESCALAMIENTO
Alcaldía de Manizales: "Silver Vive" Formador desde ideación.


MZL
Manizales
del alma
ALCALDÍA
RED DE
EMPRENDIMIENTO DE
CALDAS
incubar
CAPTACIÓN
FORMACIÓN
ACOMPAÑAMIENTO
ACCESO A
RECURSOS
ESCALAMIENTO


MzL
Manizales
del alma
ALCALDÍA
DE MANIZALES
Secretaría de TIC y
Competitividad
FORMACIÓN
CAPTACIÓN
ACOMPA

ALCALDÍA DE MANIZALES
Secretaría de TIC y Competitividad

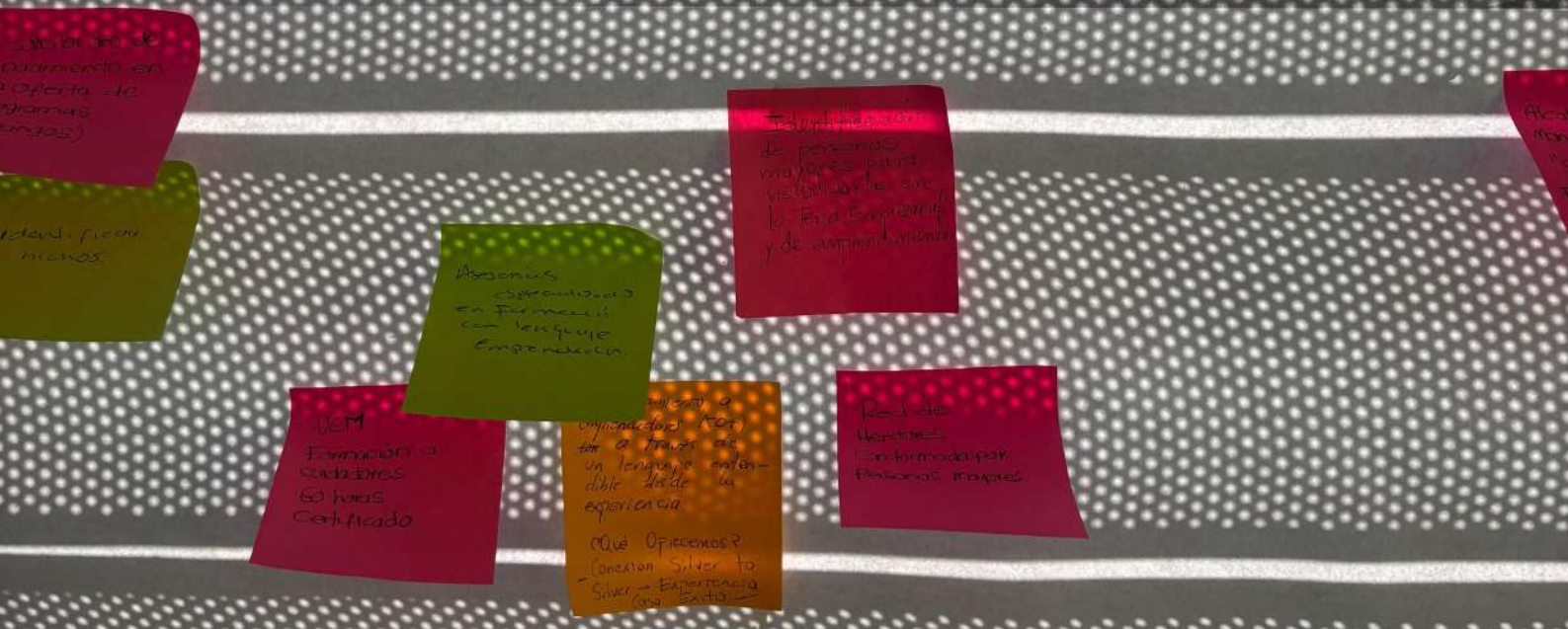
RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

ACCESO A RECURSOS

FORMACIÓN

ACIÓN

ACOMPAÑAMIENTO




ALCALDÍA
DE MANIZALES
PUESTA EN COMÚN Y MAPEO COLECTIVO
Flexy