SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE - SENA
DIRECCIÓN DEL SISTEMA NACIONAL DE FORMACIÓN PARA EL TRABAJO
GRUPO DE GESTIÓN PARA LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD
PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA - CONVOCATORIA - DSNFT-0001-FCE-2025

DATOS GENERALES DE LA ENTIDAD PROPONENTE

NOMBRE DE LA ENTIDAD PROPONENTE	**ASOCIACIÓN EMPRESARIAL MULTISECTORIAL**			**SIGLA**	**GRUPO MULTISECTORIAL**
TIPO DE IDENTIFICACIÓN	NIT (NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA)	**NUMERO DE IDENTIFICACIÓN**	**900392421**	**DÍGITO DE VERIFICACION**	**3**
DEPARTAMENTO DE DOMICILIO	VALLE DEL CAUCA	**CIUDAD/MUNICIPIO DE DOMICILIO**	CALI		
DIRECCIÓN DE DOMICILIO	AVENIDA 4N # 7N – 46 CENTRO COMERCIAL CENTENARIO YOFFICE PISO 3			**MODALIDAD DE PARTICIPACIÓN**	**GREMIO**
COBERTURA	NACIONAL	**INDICATIVO TELEFÓNICO**	602	**NÚMERO DE TELÉFONO**	0
NÚMERO DE CELULAR	3183516634	**CORREO ELECTRÓNICO**	direjecutivo@grupomultisectorial.com	**PÁGINA WEB**	https://grupomultisectorial.com/
ACTIVIDAD ECONÓMICA DE ACUERDO CON EL RUT	9411 - ACTIVIDADES DE ASOCIACIONES EMPRESARIALES Y DE EMPLEADORES	**TIPO DE ORGANIZACIÓN**	PRIVADA	**TAMAÑO DE LA EMPRESA/GREMIO**	MICROEMPRESA - SERVICIOS (HASTA $1.642.769.412)
MESAS SECTORIALES	CONSULTORÍA EMPRESARIAL	**¿LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA O DE LAS EMPRESAS AFILIADAS HAN OBTENIDO CERTFICACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES DEL SENA?**	SI	**¿LA EMPRESA / GREMIO HA VINCULADO EXPERTOS TÉCNICOS PARA LA ELABORACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES?**	SI

CONTACTOS DE CONTACTO DE LA ENTIDAD PROPONENTE

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA O GREMIO PROPONENTE

NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN	16711781	**TIPO IDENTIFICACIÓN**	CÉDULA DE CIUDADANÍA	**TELÉFONO/CELULAR**	3165264043
NOMBRE COMPLETO	GUSTAVO MUÑOZ SINISTERRA			**EMAIL**	presidencia@grupomultisectorial.com

DATOS DE CONTACTO DEL PROFESIONAL DE TALENTO HUMANO DE LA EMPRESA O GREMIO PROPONENTE

NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN	4192994	**TIPO IDENTIFICACIÓN**	CÉDULA DE CIUDADANÍA	**TELÉFONO/CELULAR**	3183516634
NOMBRE COMPLETO	OLGA LUCÍA FRANCO LEAL			**EMAIL**	diradministrativa@grupomultisectorial.com

DATOS DE CONTACTO PERSONA ENCARGADA DEL ÁREA DE COMUNICACIONES EN LA ENTIDAD PROPONENTE

NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN	1112388678	**TIPO IDENTIFICACIÓN**	CÉDULA DE CIUDADANÍA	**TELÉFONO/CELULAR**	3053086747
NOMBRE COMPLETO	MARÍA JOSÉ VERGARA GARCÍA			**EMAIL**	coordinacionadmin@grupomultisectorial.com

GENERALIDADES DE LA ENTIDAD PROPONENTE

OBJETO SOCIAL DE LA EMPRESA / GREMIO

EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE VÍNCULOS PERMANENTES CON EMPRESAS DE SECTORES COMO AGROINDUSTRIA, TECNOLOGÍA, COMERCIO, MANUFACTURA, GASTRONOMÍA, SERVICIOS Y ECONOMÍA NARANJA. NO SOLO REPRESENTA SUS INTERESES ANTE MÁS DE 60 INSTANCIAS NACIONALES Y REGIONALES, SINO QUE GENERA VALOR MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS COLABORATIVOS, ANÁLISIS DE NECESIDADES DE FORMACIÓN, DISEÑO DE RUTAS DE INNOVACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE REDES EMPRESARIALES. ESTA CERCANÍA PERMITE QUE LAS ACCIONES FORMATIVAS SE DISEÑEN DESDE LAS BRECHAS REALES DETECTADAS POR LAS EMPRESAS AFILIADAS.
EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE VÍNCULOS PERMANENTES CON EMPRESAS DE SECTORES COMO AGROINDUSTRIA, TECNOLOGÍA, COMERCIO, MANUFACTURA, GASTRONOMÍA, SERVICIOS Y ECONOMÍA NARANJA. NO SOLO REPRESENTA SUS INTERESES ANTE MÁS DE 60 INSTANCIAS NACIONALES Y REGIONALES, SINO QUE GENERA VALOR MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS COLABORATIVOS, ANÁLISIS DE NECESIDADES DE FORMACIÓN, DISEÑO DE RUTAS DE INNOVACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE REDES EMPRESARIALES. ESTA CERCANÍA PERMITE QUE LAS ACCIONES FORMATIVAS SE DISEÑEN DESDE LAS BRECHAS REALES DETECTADAS POR LAS EMPRESAS AFILIADAS.

LA ASOCIACIÓN TIENE COMO OBJETO SOCIAL, GENERAR LIDERAZGO, PROGRESO E INNOVACIÓN EN LA MIPYME, REPRESENTÁNDOLAS MULTISECTORIALMENTE ANTE LOS DIFERENTES ORGANISMOS PÚBLICOS Y PRIVADOS, GARANTIZANDO INCLUSIÓN, ASOCIATIVIDAD Y PARTICIPACIÓN DE NUESTROS GREMIOS Y EMPRESAS AFILIADAS.
CUENTA CON UNA ESTRUCTURA DIRECTIVA CONSOLIDADA QUE GARANTIZA GOBERNANZA DEMOCRÁTICA Y VISIÓN ESTRATÉGICA: ASAMBLEA GENERAL, JUNTA DIRECTIVA, PRESIDENCIA EJECUTIVA Y DIRECCIONES MISIONALES EN PROYECTOS, COMPETITIVIDAD, ADMINISTRACIÓN, INTERNACIONALIZACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL. ADEMÁS, SE APOYA EN UN COMITÉ DE LÍDERES DE LÍNEA MULTISECTORIAL, CONFORMADO POR MÁS DE 40 EXPERTOS SECTORIALES QUE ORIENTAN TÉCNICAMENTE LAS ACCIONES GREMIALES Y FORMATIVAS, APORTANDO DESDE SU EXPERIENCIA SECTORIAL A LOS DIAGNÓSTICOS Y DISEÑO DE SOLUCIONES.

EN DESARROLLO DEL ANTERIOR OBJETO SOCIAL LA ASOCIACIÓN PODRÁ:
-ELABORAR, DESARROLLAR, CONTRATAR Y EJECUTAR POLÍTICAS, A TRAVÉS DE ENTIDADES PÚBLICAS O PRIVADAS, PROGRAMAS Y PROYECTOS INSTITUCIONALES E INTERINSTITUCIONALES DE CARÁCTER PÚBLICO O PRIVADO TENDIENTES AL DESARROLLO INTEGRAL DE LOS DIFERENTES SECTORES ECONÓMICOS.
-DISEÑAR Y PROPONER PROYECTOS DE LEY O ACTOS ADMINISTRATIVOS DE CARÁCTER GENERAL, ANTE LOS ÓRGANOS COMPETENTES, CON MIRAS AL DESARROLLO DE LOS DIFERENTES SECTORES ECONÓMICOS EN COLOMBIA.
-GENERAR ACUERDOS Y ALIANZAS CON PERSONAS PÚBLICAS Y PRIVADAS, NACIONALES E INTERNACIONALES QUE PERMITAN BENEFICIOS DIRECTOS A LOS DIFERENTES SECTORES EMPRESARIALES ASOCIADOS.
-BRINDAR APOYO A LOS CAPÍTULOS REGIONALES Y/O MUNICIPALES EN LOS CASOS EN QUE LO SOLICITEN, E INTERVENIR DIRECTAMENTE CUANDO SE REQUIERA EN LA SOLUCIÓN DE LOS CONFLICTOS QUE SE SUSCITEN EN SU INTERIOR.
-EJERCER EN CUALQUIER TIEMPO Y LUGAR, LA REPRESENTACIÓN Y PROMOCIÓN EFECTIVAS ANTE LOS DISTINTOS ORGANISMOS, ENTIDADES E INSTITUCIONES GREMIALES DE NATURALEZA PÚBLICA O PRIVADA NACIONAL E INTERNACIONAL, ESTATALES E INTERNACIONALES, DE LOS DIVERSOS INTERESES Y DERECHOS DE LOS DIFERENTES SECTORES ECONÓMICOS, ASÍ COMO DE LAS ENTIDADES Y EMPRESAS AFILIADAS A LA ASOCIACIÓN.

ALINEACIÓN DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN ON OBJETO SOCIAL
LAS ACCIONES DE FORMACIÓN FORMULADAS SE ALINEAN DE MANERA DIRECTA CON EL OBJETO SOCIAL DEL GRUPO MULTISECTORIAL, AL FORTALECER EL LIDERAZGO, LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO DE CAPACIDADES EN LAS MIPYMES AFILIADAS, CON UN ENFOQUE MULTISECTORIAL, INCLUSIVO Y ADAPTADO A LAS DINÁMICAS REALES DEL ENTORNO EMPRESARIAL. A TRAVÉS DE TEMÁTICAS COMO INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA, NARRATIVA ESTRATÉGICA, METODOLOGÍAS ÁGILES, REALIDAD AUMENTADA Y DISEÑO DE EXPERIENCIAS HIPERPERSONALIZADAS, EL PROYECTO IMPULSA EL PROGRESO DE LAS EMPRESAS EN ÁREAS CRÍTICAS PARA SU SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD, PROMOVIENDO UNA TRANSFORMACIÓN DIGITAL ACCESIBLE Y CONTEXTUALIZADA. ESTAS ACCIONES RESPONDEN AL MANDATO GREMIAL DE DISEÑAR Y EJECUTAR PROGRAMAS CON ENTIDADES PÚBLICAS O PRIVADAS QUE CONTRIBUYAN AL DESARROLLO INTEGRAL DE LOS SECTORES REPRESENTADOS, Y OFRECEN HERRAMIENTAS CONCRETAS PARA QUE LAS MIPYMES PUEDAN ARTICULARSE A POLÍTICAS PÚBLICAS, ASUMIR CON MAYOR PREPARACIÓN LOS DESAFÍOS DEL MERCADO, Y PARTICIPAR DE PROCESOS DE INNOVACIÓN ABIERTA Y ASOCIATIVIDAD. ADEMÁS, EL ALCANCE TERRITORIAL DE LA PROPUESTA —CON ÉNFASIS EN REGIONES COMO VALLE DEL CAUCA Y CAUCA— PERMITE MATERIALIZAR EL APOYO A CAPÍTULOS REGIONALES, GARANTIZANDO LA INCLUSIÓN DE DISTINTAS VOCACIONES PRODUCTIVAS. EN CONJUNTO, EL PROYECTO APORTA AL POSICIONAMIENTO DE LA ASOCIACIÓN COMO ACTOR CLAVE EN LA REPRESENTACIÓN, PROMOCIÓN Y FORTALECIMIENTO EFECTIVO DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL QUE AGRUPA.

PRODUCTOS Y/O SERVICIOS OFRECIDOS Y MERCADO AL QUE VAN DIRIGIDOS

PRODUCTOS/SERVICIOS

•REPRESENTACIÓN GREMIAL ANTE ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS.
•DISEÑO Y EJECUCIÓN DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN, CAPACITACIÓN Y COOPERACIÓN.
•OBSERVATORIO MIPYME CON DATOS SECTORIALES.
•UNIDAD DE INTERNACIONALIZACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO.
•PLATAFORMA ODOO PARA GESTIÓN EMPRESARIAL.
•CONGRESOS, FERIAS, RUEDAS DE NEGOCIOS Y ESPACIOS DE NETWORKING.
•DIAGNÓSTICO DE BRECHAS EMPRESARIALES Y DISEÑO DE SOLUCIONES PERSONALIZADAS.
•PARTICIPAR ACTIVAMENTE EN MÁS DE 60 ESPACIOS INSTITUCIONALES, ENTRE ELLOS:
-MESAS SECTORIALES SENA (COMERCIO, INDUSTRIAS CREATIVAS, TECNOLOGÍA, AGROINDUSTRIA, TIC).
-COMITÉ UNIVERSIDAD-EMPRESA-ESTADO (CUEE) DEL VALLE DEL CAUCA.
-CLÚSTER DE ECONOMÍA DIGITAL – CÁMARA DE COMERCIO DE CALI.
-RED NACIONAL DE CÁMARAS DE COMERCIO Y NODOS DE EMPRENDIMIENTO.

MERCADO
LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL.
SEGMENTOS ESPECÍFICOS DENTRO DEL MERCADO:
●MIPYMES CON VOCACIÓN EXPORTADORA O INTERESADAS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.
●EMPRESAS EN PROCESO DE MODERNIZACIÓN OPERATIVA O TRANSFORMACIÓN DIGITAL.
●UNIDADES PRODUCTIVAS DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL, COMERCIO, SERVICIOS, MANUFACTURA, TECNOLOGÍA Y ECONOMÍA NARANJA.
●EMPRESAS QUE REQUIEREN FORMACIÓN TÉCNICA ESPECIALIZADA O SERVICIOS DE COOPERACIÓN Y PROYECTOS.
●ORGANIZACIONES TERRITORIALES INTERESADAS EN ASOCIATIVIDAD, ENCADENAMIENTOS O REPRESENTACIÓN COLECTIVA.

SITUACIÓN ACTUAL Y PROYECCIÓN DE LA EMPRESA / GREMIO

LA SITUACIÓN ACTUAL DEL GRUPO MULTISECTORIAL Y DEL ECOSISTEMA MIPYMES QUE REPRESENTA, EVIDENCIA BRECHAS ESTRUCTURALES Y CRECIENTES EN MATERIA DE TALENTO HUMANO, ESPECIALMENTE FRENTE A LA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES, TRANSFORMACIÓN DIGITAL, INTELIGENCIA DE NEGOCIOS, SOSTENIBILIDAD E INTERNACIONALIZACIÓN. ESTAS BRECHAS SE TRADUCEN EN UNA LIMITADA CAPACIDAD PARA COMPETIR EN MERCADOS DINÁMICOS, BAJA APROPIACIÓN DE HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL, ESCASO APROVECHAMIENTO DE TECNOLOGÍAS 4.0 Y DIFICULTADES PARA INTEGRAR MODELOS DE NEGOCIO SOSTENIBLES E INNOVADORES.
PROSPECTIVA
ALGUNOS DE LOS ESCENARIOS PROSPECTIVOS QUE PROYECTA EL GRUPO MULTISECTORIAL ALREDEDOR DE LAS DINÁMICAS PRODUCTIVAS, DIGITALES Y COMERCIALES DE LAS MIPYMES AFILIADAS SON:

A. CONSOLIDACIÓN DE MODELOS EMPRESARIALES INTELIGENTES Y ORIENTADOS POR DATOS:
LAS EMPRESAS AFILIADAS EVOLUCIONARÁN HACIA ESQUEMAS DE GESTIÓN INTELIGENTES, INTEGRANDO TECNOLOGÍAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, ANALÍTICA DE DATOS, AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS, CRM PREDICTIVO, Y PLATAFORMAS ERP MODULARES. ESTA TRANSFORMACIÓN EXIGIRÁ TALENTO HUMANO CON CAPACIDADES EN INTEGRACIÓN TECNOLÓGICA.

B. ESCALAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE COMERCIO DIGITAL Y POSICIONAMIENTO DE MARCA GLOBAL:
EN UN ENTORNO DE HIPERCOMPETENCIA DIGITAL, LAS MIPYMES AFILIADAS DEBERÁN FORTALECER SUS CAPACIDADES EN MARKETING AUTOMATIZADO, STORYTELLING DE VALOR, GESTIÓN DE EXPERIENCIAS DEL CLIENTE (CX), VENTAS ASISTIDAS POR IA Y USO DE MARKETPLACES ESPECIALIZADOS. ESTO IMPLICARÁ UNA DEMANDA CRECIENTE DE FORMACIÓN EN MARKETING DIGITAL OMNICANAL, ANÁLISIS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO GLOBAL.

C. INTEGRACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD COMO EJE DEL MODELO DE NEGOCIO:
EL CUMPLIMIENTO DE NORMATIVAS NACIONALES E INTERNACIONALES EN SOSTENIBILIDAD, ECONOMÍA CIRCULAR Y DESCARBONIZACIÓN EMPRESARIAL SERÁ UN IMPERATIVO PARA ACCEDER A MERCADOS, FINANCIAMIENTO Y CERTIFICACIONES.
FUENTE: HTTPS://GRUPOMULTISECTORIAL.COM/

PAPEL DE LA EMPRESA / GREMIO EN EL SECTOR(ES) Y/O REGIÓN QUE PERTENECE O REPRESENTA

1. EL GREMIO REAFIRMÓ SU ROL ESTRATÉGICO EN EL FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL DURANTE EL II CONGRESO MIPYMES, ARTICULÁNDOSE CON LA CONTRATACIÓN PÚBLICA DE CALI. ESTA COLABORACIÓN PERMITIÓ CAPACITAR MIPYMES EN CONTRATACIÓN ESTATAL, SOSTENIBILIDAD Y HERRAMIENTAS DIGITALES, FACILITANDO SU INCLUSIÓN EN COMPRAS PÚBLICAS. SE DEMOSTRÓ SU COMPROMISO CON LA INNOVACIÓN Y LA DINAMIZACIÓN DEL VALLE (ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI, 2025). HTTPS://INTRANET.CALI.GOV.CO/2025/07/02/EL-
2. EL GREMIO FORTALECE EL TEJIDO EMPRESARIAL DEL VALLE DEL CAUCA, ARTICULANDO SECTORES, GOBIERNO Y SEGURIDAD. SU APOYO A LA PRIMERA MESA DE SEGURIDAD Y DEFENSA EMPRESARIAL DEMUESTRA SU LIDERAZGO Y VISIÓN ESTRATÉGICA PARA ENFRENTAR DESAFÍOS REGIONALES COLABORATIVAMENTE (DIARIO OCCIDENTE, 2025).HTTPS://OCCIDENTE.CO/EMPRESARIO/EL-VALLE-DEL-CAUCA-INSTALA-LA-PRIMERA-MESA-DE-SEGURIDAD-Y-DEFENSA-EMPRESARIAL-CON-RESPALDO-MULTISECTORIAL/
3. EL GREMIO SE CONSOLIDA COMO VOZ PARA LAS MIPYMES FRENTE A DESAFÍOS ECONÓMICOS INTERNACIONALES. SU LIDERAZGO, AL ARTICULAR RESPUESTAS ANTE EL AUMENTO DE ARANCELES EN EE.UU. QUE AFECTA SECTORES CLAVE DEL VALLE DEL CAUCA (AGROINDUSTRIA, CONFECCIONES, MANUFACTURA), DEMUESTRA SU CAPACIDAD DE ANÁLISIS E INCIDENCIA. ESTE ROL ES CRUCIAL PARA REPENSAR EXPORTACIONES, MEJORAR LOGÍSTICA E IMPULSAR INNOVACIÓN (MESA, 2025).HTTPS://CARACOL.COM.CO/2025/04/03/AUMENTO-DE-ARANCELES-EN-EEUU-EXIGE-PENSAR-UNA-NUEVA-DINAMICA-DE-EXPORTACION-EN-EL-VALLE-DEL-CAUCA/

4. EL NOMBRAMIENTO DE SAULO BRAVO COMO VICEPRESIDENTE FUE UN HITO PARA EL GRUPO MULTISECTORIAL, FORTALECIENDO EL TEJIDO EMPRESARIAL DEL VALLE DEL CAUCA. SU EXPERIENCIA CON MÁS DE 20 GREMIOS CONSOLIDÓ UNA RED DE COOPERACIÓN PARA EL CRECIMIENTO DE EMPRESAS. ESTO LO POTENCIO COMO ARTICULADOR ENTRE ACADEMIA, SECTOR PRODUCTIVO Y DESARROLLO ECONÓMICO, AMPLIANDO SU IMPACTO TERRITORIAL. HTTPS://WWW.USC.EDU.CO/ORGULLO-SANTIAGUINO-EL-PROFE-SAULO-BRAVO-ES-NOMBRADO-VICEPRESIDENTE-DEL-GRUPO-MULTISECTORIAL-Y-POTENCIA-EL-CRECIMIENTO-EMPRESARIAL-EN-LA-REGION/

RETOS ESTRATÉGICOS DE LA EMPRESA / GREMIO, VINCULADOS A LA FORMACIÓN

- FORTALECER CAPACIDADES MIPYMES: IMPULSAR LA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES (IA, IOT, BIG DATA, ERP, E-COMMERCE) Y LA AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS PARA LA DIGITALIZACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL INTELIGENTE, ESPECIALMENTE EN SECTORES CON BAJA MADUREZ DIGITAL.
- ACTUALIZAR OFERTA FORMATIVA: ALINEARLA PERMANENTEMENTE CON CAMBIOS REGULATORIOS, DEMANDAS DEL MERCADO, AVANCES TECNOLÓGICOS Y TRANSFORMACIONES SOCIALES QUE AFECTAN A LAS MIPYMES.
- DESARROLLAR HABILIDADES CRÍTICAS: FOMENTAR EN EMPRESARIOS Y TRABAJADORES EL PENSAMIENTO ANALÍTICO, LIDERAZGO ADAPTATIVO, GESTIÓN DEL CAMBIO, SOLUCIÓN DE PROBLEMAS COMPLEJOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN APLICADA, ESENCIALES EN ENTORNOS VOLÁTILES Y COMPETITIVOS.
- CONSOLIDAR REFERENTE NACIONAL Y REGIONAL: ESTABLECER EL GRUPO MULTISECTORIAL COMO LÍDER EN FORMACIÓN AVANZADA PARA MIPYMES, INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO, CREANDO UN CENTRO MULTISECTORIAL DE INNOVACIÓN Y FORMACIÓN EMPRESARIAL CON PROYECCIÓN LATINOAMERICANA.
- RESPECTO AL PROYECTO DE FORMACIÓN, EN UN ENTORNO EMPRESARIAL DE TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA, INCERTIDUMBRE ECONÓMICA Y PRESIÓN POR LA SOSTENIBILIDAD, ES VITAL CONTAR CON TALENTO HUMANO PREPARADO PARA LIDERAR EL CAMBIO. ESTA FORMACIÓN ES CLAVE PARA GARANTIZAR LA SOSTENIBILIDAD FINANCIERA, EL CRECIMIENTO INTELIGENTE Y LA CONSOLIDACIÓN PUBLICITARIA DE LAS EMPRESAS, PILARES FUNDAMENTALES DEL GRUPO MULTISECTORIAL.
- EL GRUPO MULTISECTORIAL ES UN ACTOR CLAVE EN EL SUROCCIDENTE COLOMBIANO, AGRUPANDO MÁS DE 4.500 MIPYMES DE 23 SECTORES. LA GOBERNACIÓN DEL VALLE DEL CAUCA (2024) RECONOCIÓ SU LIDERAZGO EN GENERACIÓN DE EMPLEO Y DINAMIZACIÓN ECONÓMICA REGIONAL MEDIANTE FORMACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y CONEXIÓN. ESTA ARTICULACIÓN Y VISIÓN JUSTIFICAN SU IDONEIDAD COMO PROPONENTE ANTE EL SENA PARA FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA, CERRANDO BRECHAS CON IMPACTO TERRITORIAL.HTTPS://WWW.VALLEDELCAUCA.GOV.CO/PUBLICACIONES/84595/EN-EL-CONGRESO-MIPYMES-MULTISECTORIAL-GOBERNADORA-DEL-VALLE-DESTACA-SU-ROL-COMO-GENERADORAS-DE-EMPLEO/

EXPERIENCIA DE LA EMPRESA/GREMIO EN ACTIVIDADES FORMATIVAS Y RETOS ESTRATÉGICOS VINCULADOS A LA FORMACIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL CUENTA CON UNA TRAYECTORIA CONSOLIDADA DE MÁS DE 10 AÑOS LIDERANDO PROCESOS DE FORMACIÓN EMPRESARIAL, TÉCNICA Y ESTRATÉGICA ORIENTADOS AL FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES DE LAS MIPYMES EN COLOMBIA. SU EXPERIENCIA INCLUYE EL DISEÑO, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN DE PROGRAMAS DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA, DESARROLLADOS TANTO CON RECURSOS PROPIOS COMO A TRAVÉS DE ALIANZAS CON EL SENA, COOPERACIÓN INTERNACIONAL, CÁMARAS DE COMERCIO, UNIVERSIDADES Y ENTIDADES MULTILATERALES.
DESDE 2018, EL GRUPO MULTISECTORIAL HA EJECUTADO CON ÉXITO PROYECTOS DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA DEL SENA, CON ALTOS NIVELES DE CUMPLIMIENTO, INNOVACIÓN METODOLÓGICA Y PERTINENCIA TEMÁTICA. EN LOS ÚLTIMOS TRES AÑOS HA IMPACTADO DIRECTAMENTE A MÁS DE 4.800 TRABAJADORES EN DIFERENTES DEPARTAMENTOS DEL PAÍS, CON ÉNFASIS EN EL VALLE DEL CAUCA, MEDIANTE PROGRAMAS DE FORMACIÓN TÉCNICA, HABILIDADES BLANDAS, DIGITALIZACIÓN, SOSTENIBILIDAD E INNOVACIÓN EMPRESARIAL.
LAS TEMÁTICAS ABORDADAS EN ESTOS PROCESOS FORMATIVOS INCLUYEN:
- TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS MIPYMES Y APROPIACIÓN DE HERRAMIENTAS 4.0 (ERP, CRM, E-COMMERCE, IA).
- AUTOMATIZACIÓN DE MARKETING Y ANALÍTICA DIGITAL
- SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL, ECONOMÍA CIRCULAR Y ECOINNOVACIÓN.
- LIDERAZGO, TRABAJO COLABORATIVO, PENSAMIENTO ESTRATÉGICO E INNOVACIÓN ABIERTA.
- COMERCIO INTERNACIONAL, LOGÍSTICA INTELIGENTE Y POSICIONAMIENTO EN MERCADOS GLOBALES.
- GESTIÓN FINANCIERA PARA LA TOMA DE DECISIONES Y CULTURA DE INTERNACIONALIZACIÓN.

ADEMÁS, EL GRUPO REALIZA ANUALMENTE EL CONGRESO MULTISECTORIAL MIPYME, QUE EN 2024 CELEBRÓ SU PRIMERA EDICIÓN CON MÁS DE 900 ASISTENTES, CONSOLIDÁNDOSE COMO UN ESPACIO DE ACTUALIZACIÓN, TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA, VINCULACIÓN INTERINSTITUCIONAL Y PROMOCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES. A ESTE EVENTO SE SUMAN ENCUENTROS REGIONALES, LABORATORIOS DE INNOVACIÓN ABIERTA, TALLERES TÉCNICOS Y DIPLOMADOS DESARROLLADOS EN ALIANZA CON UNIVERSIDADES Y CENTROS DE DESARROLLO TECNOLÓGICO.

SECTOR AL QUE PERTENECE LA ENTIDAD PROPONENTE	SERVICIOS	**SUB-SECTOR AL QUE PERTENECE LA ENTIDAD PROPONENTE**	SERVICIOS
SECTOR AL (LOS) QUE REPRESENTA LA ENTIDAD PROPONENTE	SERVICIOS	**SUB-SECTOR AL (LOS) QUE REPRESENTA LA ENTIDAD PROPONENTE**	SERVICIOS

DESCRIPCIONES GENERALES DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

FORTALECER LAS CAPACIDADES DIGITALES, CREATIVAS Y ORGANIZACIONALES DE MIPYMES MULTISECTORIALES PARA IMPULSAR SU COMPETITIVIDAD, DIFERENCIACIÓN COMERCIAL Y CONEXIÓN CON EL CLIENTE, MEDIANTE LA APROPIACIÓN PRÁCTICA DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EMERGENTES COMO LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA, LA REALIDAD AUMENTADA Y METODOLOGÍAS ÁGILES APLICADAS A CONTENIDOS, EXPERIENCIA DE USUARIO Y TRANSFORMACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.

QUE SE ESPERA LOGRAR AL FINALIZAR EL PROYECTO
DESARROLLAR Y FORTALECER EN LOS TRABAJADORES DE LAS MIPYMES MULTISECTORIALES HABILIDADES AVANZADAS EN TECNOLOGÍAS EMERGENTES (IA GENERATIVA, REALIDAD AUMENTADA) Y METODOLOGÍAS ÁGILES, PERMITIÉNDOLES TRANSFORMAR PROCESOS CLAVE EN SUS EMPRESAS PARA OPTIMIZAR LA COMERCIALIZACIÓN, INNOVAR EN PRODUCTOS Y SERVICIOS, POTENCIAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE Y CONSOLIDAR MODELOS DE NEGOCIO RESILIENTES Y COMPETITIVOS EN LA ERA DIGITAL.
ESTA FORMACIÓN CONTRIBUIRÁ DE LA SIGUIENTE MANERA:
•EN PRIMER LUGAR, LA FORMACIÓN EQUIPARÁ A LOS TRABAJADORES CON UN CONOCIMIENTO PRÁCTICO Y HERRAMIENTAS DE VANGUARDIA EN IA GENERATIVA, REALIDAD AUMENTADA Y METODOLOGÍAS ÁGILES. ESTO LES PERMITIRÁ NO SOLO MEJORAR SU DESEMPEÑO INDIVIDUAL Y SU EFICIENCIA OPERATIVA, SINO TAMBIÉN DESARROLLAR NUEVAS COMPETENCIAS DIGITALES QUE SON ALTAMENTE DEMANDADAS EN EL MERCADO LABORAL ACTUAL. PODRÁN INNOVAR EN SUS ROLES, CREAR PROPUESTAS DE VALOR DIFERENCIADAS Y SER AGENTES CLAVE EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE SUS EMPRESAS, AUMENTANDO SU VALOR PROFESIONAL.
•FINALMENTE, PARA LAS EMPRESAS, ESTE PROYECTO IMPULSARÁ UNA TRANSFORMACIÓN INTEGRAL EN SUS MODELOS DE NEGOCIO. VERÁN UNA OPTIMIZACIÓN SIGNIFICATIVA EN LA COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS, UNA MAYOR CAPACIDAD DE INNOVACIÓN EN CONTENIDOS Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE, Y UNA ADAPTACIÓN MÁS ÁGIL A LOS CAMBIOS DEL MERCADO. ESTO SE TRADUCIRÁ EN UN INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD, LA COMPETITIVIDAD Y LA SOSTENIBILIDAD A LARGO PLAZO, CONSOLIDANDO SU LIDERAZGO DENTRO DE SUS RESPECTIVOS SECTORES .

PLAN OPERATIVO DEL PROYECTO DE FORMACIÓN

AF Nº	ACCIÓN FORMACIÓN	MODALIDAD FORMACIÓN	EVENTO APRENDIZAJE	METODOLOGÍA APRENDIZAJE	Nº GRUPOS	HORAS * GRUPO	Nº BENEFICIARIOS TOTALES DE LA AF	$ COF. SENA	$ CONTRAPARTIDA ESPECIE	$ CONTRAPARTIDA DINERO	VALOR TOTAL AF	GASTOS OPERACIÓN	VALOR HORA * BENEFICIARIO
1	**OPTIMIZACIÓN COMERCIAL EN MIPYMES A PARTIR DE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS BASADAS EN IA GENERATIVA**	VIRTUAL	CURSO	TEÓRICO - PRÁCTICA	**8**	**40**	**280**	**$ 263.500.000**	**$ 0**	**$ 69.104.000**	**$ 332.604.000**	**$ 31.167.711**	**$ 32.480**
2	**CONVERSIÓN DE RELATOS EMPRESARIALES EN PROPUESTAS COMERCIALES DE ALTO VALOR PERCIBIDO**	VIRTUAL	CURSO	TEÓRICO - PRÁCTICA	**8**	**40**	**280**	**$ 263.500.000**	**$ 0**	**$ 69.104.000**	**$ 332.604.000**	**$ 31.167.711**	**$ 32.480**
3	**TRANSFORMACIÓN ORGANIZACIONAL ÁGIL PARA MIPYMES EN ENTORNOS DINÁMICOS Y DE ALTA COMPLEJIDAD**	PRESENCIAL	SEMINARIO	TEÓRICO - PRÁCTICA	**6**	**8**	**120**	**$ 41.430.000**	**$ 0**	**$ 11.840.000**	**$ 53.270.000**	**$ 4.991.834**	**$ 60.689**
4	**APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS BASADAS EN REALIDAD AUMENTADA PARA POTENCIAR LAS MIPYMES MULTISECTORIALES**	PRESENCIAL	TALLER	TEÓRICO - PRÁCTICA	**1**	**8**	**20**	**$ 11.390.000**	**$ 0**	**$ 3.827.000**	**$ 15.217.000**	**$ 1.425.957**	**$ 104.018**
5	**INNOVACIONES EN LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN UNA ERA DE HIPERPERSONALIZACIÓN, HUMANIZACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL**	HÍBRIDA	CONFERENCIA	TEÓRICA	**2**	**2**	**500**	**$ 9.680.000**	**$ 0**	**$ 3.625.000**	**$ 13.305.000**	**$ 1.246.787**	**$ 14.552**

ACCIONES DE FORMACIÓN DEL PROYECTO

NOMBRE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	**OPTIMIZACIÓN COMERCIAL EN MIPYMES A PARTIR DE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS BASADAS EN IA GENERATIVA**	**CONSECUTIVO**	**1**
PROBLEMA O NECESIDAD DETECTADA DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	1 - BRECHA CRÍTICA EN LA INTEGRACIÓN DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES COMO LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA Y ENFOQUES DE AUTOMATIZACIÓN COMERCIAL ADAPTADOS A SUS CAPACIDADES OPERATIVAS.		
JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DETECTADA	ESTA CARENCIA SE MANIFIESTA EN PROCESOS DE VENTA POCO EFICIENTES, ESCASA PERSONALIZACIÓN EN LA COMUNICACIÓN CON CLIENTES, TOMA DE DECISIONES SIN SOPORTE ANALÍTICO Y UNA LIMITADA CAPACIDAD DE ESCALAR MODELOS DE NEGOCIO DE FORMA SOSTENIBLE. CUALITATIVAMENTE, SE IDENTIFICÓ QUE EL 72% NO HA INCORPORADO TECNOLOGÍAS DE IA GENERATIVA EN SUS PROCESOS COMERCIALES, MIENTRAS QUE EL 68% DEL PERSONAL OPERATIVO DESCONOCE EL USO BÁSICO DE ESTAS HERRAMIENTAS. ASIMISMO, SOLO EL 15% DE LAS EMPRESAS HA AUTOMATIZADO SU FUNNEL DE VENTAS, Y MÁS DEL 50% MANIFIESTA DIFICULTADES PARA INTEGRAR INTELIGENCIA DE DATOS EN LA TOMA DE DECISIONES COMERCIALES. DESDE EL ENFOQUE CUALITATIVO, LAS ENTREVISTAS Y LOS GRUPOS FOCALES REFLEJAN UNA BAJA APROPIACIÓN TECNOLÓGICA, USO INTENSIVO DE MÉTODOS MANUALES, Y UNA FUERTE DEPENDENCIA DE ESTRATEGIAS COMERCIALES TRADICIONALES, LO CUAL LIMITA LA COMPETITIVIDAD. FRASES RECURRENTES COMO “NO SABEMOS POR DÓNDE EMPEZAR CON LA IA” O “NUESTROS PROCESOS SIGUEN EN EXCEL” EVIDENCIAN LA DESCONEXIÓN ENTRE LAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EMERGENTES Y LA REALIDAD OPERATIVA DE LAS MIPYMES. ALGUNOS DATOS EXTERNOS SUGIEREN: EL 66% DE LAS MIPYMES EN AMÉRICA LATINA CONSIDERA QUE LA FALTA DE CREATIVIDAD Y PENSAMIENTO INNOVADOR LIMITA SU CAPACIDAD DE ADAPTARSE A LOS CAMBIOS DEL MERCADO. FUENTE: CAF - BANCO DE DESARROLLO DE AMÉRICA LATINA. (2022). INNOVACIÓN EN LAS MIPYMES: HACIA UNA RECUPERACIÓN TRANSFORMADORA. HTTPS://SCIOTECA.CAF.COM/HANDLE/123456789/1923 LA CREATIVIDAD EN LAS MIPYMES NO ES UN LUJO, SINO UNA CAPACIDAD ESTRATÉGICA QUE PERMITE SOBREVIVIR, DIFERENCIARSE Y CRECER EN CONDICIONES ADVERSAS. FUENTE: BID LAB – LABORATORIO DE INNOVACIÓN DEL BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO (2021), PUBLICACIÓN EN ECONOMÍA NARANJA E INNOVACIÓN PARA LA REACTIVACIÓN EMPRESARIAL. LA NECESIDAD SE ATIENDE PARCIAL CON LA FORMACIÓN, YA QUE SE HABILITA EL CONOCIMIENTO, ESPERANDO UNA ETAPA DE APROPIACIÓN Y PRÁCTICA.	**ENFOQUE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN**	**FORMACIÓN EN EL TRABAJO**
ANÁLISIS DE CAUSAS Y EFECTOS DEL PROBLEMA O NECESIDAD DETECTADA	3.CAUSAS -BAJA APROPIACIÓN DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES ACCESIBLES POR PARTE DE EQUIPOS OPERATIVOS Y MANDOS MEDIOS, DEBIDO A LA FALTA DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA Y CONTEXTUALIZADA A LA REALIDAD DE LAS MIPYMES MULTISECTORIALES. -DESCONOCIMIENTO DE METODOLOGÍAS ÁGILES, HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA COMERCIAL Y PLATAFORMAS NO-CODE DE AUTOMATIZACIÓN, LO QUE IMPIDE EL REDISEÑO ESTRATÉGICO DE LOS PROCESOS DE VENTA, ATENCIÓN AL CLIENTE Y TOMA DE DECISIONES. -DÉBIL CULTURA ORGANIZACIONAL CENTRADA EN LA INNOVACIÓN CONTINUA, LA EXPERIMENTACIÓN Y LA MEJORA BASADA EN DATOS, LO CUAL LIMITA LA CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN DE LAS EMPRESAS A MERCADOS CAMBIANTES Y ALTAMENTE COMPETITIVOS. LA BAJA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS COMO IA, CRM Y AUTOMATIZACIÓN RESPONDE A LA ESCASA FORMACIÓN ESPECIALIZADA Y A LA FALTA DE ACTUALIZACIÓN ACORDE CON LAS NUEVAS DEMANDAS LABORALES, LO QUE LIMITA EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS CLAVE PARA LA TOMA DE DECISIONES Y LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL. EFECTOS -PERSISTENCIA DE PROCESOS COMERCIALES INEFICIENTES, DESARTICULADOS Y POCO ESCALABLES, QUE DIFICULTAN LA GENERACIÓN DE INGRESOS SOSTENIBLES Y FRENAN EL CRECIMIENTO DE LAS MIPYMES. -PÉRDIDA DE COMPETITIVIDAD FRENTE A EMPRESAS QUE YA INTEGRAN SOLUCIONES DE IA, AUTOMATIZACIÓN COMERCIAL Y PERSONALIZACIÓN DIGITAL EN SUS ESTRATEGIAS DE CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN. -ESTANCAMIENTO EN LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS Y OPERATIVAS POR FALTA DE DATOS PROCESABLES Y TALENTO HUMANO CAPACITADO PARA INTERPRETAR, AJUSTAR Y EJECUTAR MEJORAS CONTINUAS. SI NO SE IMPLEMENTA UNA ACCIÓN FORMATIVA PERTINENTE Y ESPECIALIZADA, LAS MIPYMES MULTISECTORIALES CONTINUARÁN ENFRENTANDO UNA BAJA COMPETITIVIDAD FRENTE A LOS RETOS DE MERCADOS DINÁMICOS Y DIGITALIZADOS. PERSISTIRÁN INEFICIENCIAS EN LOS PROCESOS COMERCIALES, ESCASA DIFERENCIACIÓN EN LA PROPUESTA DE VALOR Y UNA LIMITADA CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN ANTE CAMBIOS REGULATORIOS, TECNOLÓGICOS O DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.		

OBJETIVO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	DESARROLLAR CAPACIDADES TÉCNICAS Y ESTRATÉGICAS EN EL TALENTO HUMANO DE LAS MIPYMES AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL PARA LA IDENTIFICACIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y USO EFECTIVO DE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS BASADAS EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA EN SUS PROCESOS COMERCIALES, CON EL FIN DE OPTIMIZAR LA TOMA DE DECISIONES, PERSONALIZAR EXPERIENCIAS DE CLIENTE Y ESCALAR ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL AUTOMATIZADO EN ENTORNOS ALTAMENTE COMPETITIVOS. PARA QUÉ ESTE OBJETIVO RESPONDE A LA NECESIDAD CRÍTICA DE LAS MIPYMES MULTISECTORIALES DE MODERNIZAR SUS PROCESOS COMERCIALES, SUPERAR LA FRAGMENTACIÓN OPERATIVA Y ADAPTARSE A LAS NUEVAS DINÁMICAS DE CONSUMO DIGITAL, MEDIANTE LA APROPIACIÓN PRÁCTICA DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES. A TRAVÉS DE ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA SE BUSCA: ●REDUCIR LA INEFICIENCIA EN LOS PROCESOS DE PROSPECCIÓN, SEGMENTACIÓN Y CIERRE COMERCIAL, MEDIANTE LA ADOPCIÓN DE HERRAMIENTAS DE IA GENERATIVA QUE PERMITEN CREAR CONTENIDOS AUTOMATIZADOS, RESPUESTAS PREDICTIVAS Y ASISTENTES CONVERSACIONALES INTELIGENTES. ●INCREMENTAR LA CAPACIDAD DE PERSONALIZACIÓN Y FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE, MEDIANTE EL USO DE MODELOS DE LENGUAJE (LLM) QUE ANALICEN GRANDES VOLÚMENES DE DATOS DE COMPORTAMIENTO Y DISEÑEN OFERTAS COMERCIALES DINÁMICAS Y CONTEXTUALIZADAS. ●FORTALECER LA TOMA DE DECISIONES BASADA EN DATOS, APLICANDO SISTEMAS DE IA GENERATIVA QUE TRANSFORMEN LA ANALÍTICA COMERCIAL EN RECOMENDACIONES ACCIONABLES Y ESCENARIOS PROYECTIVOS PARA VENTAS, PRECIOS O SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. ●AUMENTAR LA PRODUCTIVIDAD DE LOS EQUIPOS COMERCIALES, AL REDUCIR LAS TAREAS OPERATIVAS REPETITIVAS A TRAVÉS DE AUTOMATIZACIÓN INTELIGENTE EN LA REDACCIÓN DE COPYS, DISEÑO DE CAMPAÑAS, GESTIÓN DE CRM Y ATENCIÓN AL CLIENTE. ●FOMENTAR UNA CULTURA EMPRESARIAL ORIENTADA POR LA INNOVACIÓN, DONDE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL SEA ENTENDIDA NO SOLO COMO HERRAMIENTA, SINO COMO CATALIZADOR ESTRATÉGICO PARA LA DIFERENCIACIÓN, ESCALAMIENTO Y SOSTENIBILIDAD EN MERCADOS DIGITALES. ESTE OBJETIVO ES COMPLETAMENTE ALCANZABLE DE

EVENTO DE FORMACIÓN								
TIPO DE EVENTO DE FORMACIÓN	**CURSO**	**MODALIDAD DE FORMACIÓN**	**VIRTUAL**	**METODOLOGÍA DE FORMACIÓN**	**TEÓRICO - PRÁCTICA**	**NÚMERO DE HORAS POR GRUPO**	**40**	**NÚMERO DE GRUPOS**	**8**
BENEFICIARIOS PRESENCIALES POR GRUPO	**0**	**BENEFICIARIOS VIRTUALES POR GRUPO**	**35**	**TOTAL DE HORAS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN**	**320**	**TOTAL DE BENEFICIARIOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN**	**280**		

PERFIL DE LOS BENEFICIARIOS - FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA			
ÁREAS FUNCIONALES DE LOS BENEFICIARIOS	**DIRECCIÓN, MARKETING, VENTAS, INNOVACIÓN, TECNOLOGÍA**	**JUSTIFICACIÓN ÁREAS FUNCIONALES A BENEFICIAR**	LA NATURALEZA TRANSVERSAL DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA JUSTIFICA LA PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES DE MÚLTIPLES ÁREAS FUNCIONALES, DADO QUE LA OPTIMIZACIÓN COMERCIAL CON IA GENERATIVA NO ES EXCLUSIVA DEL ÁREA DE VENTAS O MARKETING, SINO QUE INVOLUCRA UNA TRANSFORMACIÓN SISTÉMICA DE LOS PROCESOS EMPRESARIALES. ●DIRECCIÓN REQUIERE FORTALECER SU CAPACIDAD DE TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS BASADAS EN ANALÍTICA DE DATOS E IA, PARA LIDERAR LA IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS ALINEADAS CON LOS OBJETIVOS COMERCIALES. ●MARKETING Y VENTAS SON LOS EJES PRINCIPALES DE APLICACIÓN, YA QUE LA IA GENERATIVA POTENCIA LA PERSONALIZACIÓN DE CONTENIDOS, SEGMENTACIÓN DE AUDIENCIAS, AUTOMATIZACIÓN DE EMBUDOS DE CONVERSIÓN Y ANÁLISIS PREDICTIVO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. ●INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA PARTICIPAN DIRECTAMENTE EN LA INTEGRACIÓN DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS, AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS Y VALIDACIÓN DE SOLUCIONES DIGITALES ADAPTADAS AL CONTEXTO MIPYME. LA PARTICIPACIÓN ARTICULADA DE ESTAS ÁREAS FUNCIONALES GARANTIZA UN ENFOQUE INTEGRAL, FACILITA LA IMPLEMENTACIÓN EFECTIVA DE LA TECNOLOGÍA Y ASEGURA UN RETORNO REAL DE LA INVERSIÓN EN FORMACIÓN. ESTA INTEGRACIÓN ES ESPECIALMENTE CRÍTICA EN EL ECOSISTEMA MIPYME, DONDE LOS EQUIPOS SON MULTIDISCIPLINARIOS Y CADA FUNCIÓN TIENE UN IMPACTO DIRECTO EN LA COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD DEL NEGOCIO.
NIVELES OCUPACIONALES DE LOS BENEFICIARIOS	**ALTA DIRECCIÓN, MEDIO, OPERATIVO**	**JUSTIFICACIÓN BENEFICIARIOS DE LOS NIVELES OCUPACIONALES**	EN EL NIVEL OPERATIVO (ASESORES COMERCIALES, ASISTENTES DE MERCADEO, AUXILIARES ADMINISTRATIVOS, TÉCNICOS EN VENTAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE), LA FORMACIÓN PERMITE DESARROLLAR COMPETENCIAS PRÁCTICAS EN EL USO DE HERRAMIENTAS DE IA GENERATIVA APLICADAS A TAREAS COTIDIANAS COMO GENERACIÓN DE CONTENIDOS COMERCIALES, SEGMENTACIÓN DE CLIENTES, AUTOMATIZACIÓN DE RESPUESTAS, OPTIMIZACIÓN DE EMBUDOS DE CONVERSIÓN Y USO DE CRM INTELIGENTES. ESTO MEJORA SU DESEMPEÑO, ELEVA LA PRODUCTIVIDAD INDIVIDUAL Y PERMITE UNA GESTIÓN MÁS EFICIENTE DE LAS RELACIONES COMERCIALES Y DEL PROCESO DE VENTAS. EN EL NIVEL MEDIO (COORDINADORES COMERCIALES, LÍDERES DE MERCADEO, JEFES DE SERVICIO AL CLIENTE, SUPERVISORES DE CANALES DIGITALES), LA FORMACIÓN PROFUNDIZA EN LA INTEGRACIÓN ESTRATÉGICA DE SOLUCIONES DE IA PARA LA TOMA DE DECISIONES BASADA EN DATOS, LA LECTURA AVANZADA DE ANALÍTICA COMERCIAL, LA IMPLEMENTACIÓN DE AUTOMATIZACIONES COMPLEJAS Y EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN OMNICANAL. ESTAS COMPETENCIAS FORTALECEN LA CAPACIDAD DE ESTOS MANDOS MEDIOS PARA LIDERAR PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL, GENERAR VENTAJAS COMPETITIVAS SOSTENIBLES Y ALINEAR AL EQUIPO CON LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE CRECIMIENTO COMERCIAL. EN EL NIVEL DIRECTIVO, SE CUMPLE UN ROL ESTRATÉGICO EN LA ADOPCIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS, EL REDISEÑO DE PROCESOS ORGANIZACIONALES Y LA PROMOCIÓN DE UNA CULTURA DE INNOVACIÓN. SU PARTICIPACIÓN EN ESTA FORMACIÓN ES CLAVE PARA GARANTIZAR QUE LOS CAMBIOS IMPULSADOS ESTÉN ALINEADOS CON LA VISIÓN EMPRESARIAL, CUENTEN CON RESPALDO INSTITUCIONAL Y SE INTEGREN EFECTIVAMENTE EN LA TOMA DE DECISIONES. LA PARTICIPACIÓN ARTICULADA DE AMBOS NIVELES NO SOLO GARANTIZA UNA IMPLEMENTACIÓN EFICAZ DE LAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS, SINO QUE TAMBIÉN PROMUEVE UNA CULTURA DE INNOVACIÓN, COLABORACIÓN Y APRENDIZAJE CONTINUO DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES.
OCUPACIÓN CUOC	**13210 - DIRECTORES Y GERENTES DE INDUSTRIAS MANUFACTURERAS, 12211 - DIRECTORES Y GERENTES DE VENTAS Y MERCADEO, 13303 - DIRECTORES Y GERENTES DE COMUNICACIONES Y AUDIOVISUALES, 13492 - DIRECTORES Y GERENTES DE SERVICIOS Y PROCESOS DE NEGOCIO, 21410 - INGENIEROS INDUSTRIALES Y DE PRODUCCIÓN, 24210 - PROFESIONALES Y ANALISTAS DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN, 33411 - SUPERVISORES ADMINISTRATIVOS, 21522 - INGENIEROS DE AUTOMATIZACIÓN E INSTRUMENTACIÓN, 21531 - INGENIEROS DE TELECOMUNICACIONES, 25110 - ANALISTAS DE SISTEMAS, 25120 - DESARROLLADORES DE SOFTWARE, 25140 - PROGRAMADORES DE APLICACIONES, 25190 - DESARROLLADORES Y ANALISTAS DE SOFTWARE Y MULTIMEDIA NO CLASIFICADOS EN OTRAS OCUPACIONES, 25230 - PROFESIONALES EN REDES DE COMPUTADORES, 33220 - REPRESENTANTES COMERCIALES, 33392 - ASISTENTES DE MERCADEO, PUBLICIDAD Y COMUNICACIONES**		

NÚMERO DE TRABAJADORES MUJERES QUE SE BENEFICIAN DE LA FORMACIÓN	**20**	**NÚMERO DE TRABAJADORES EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD QUE SE BENEFICIAN DE LA FORMACIÓN**	**N/A**	**NÚMERO DE TRABAJADORES CAMPESINOS QUE SE BENEFICIAN DE LA FORMACIÓN**	**N/A**	**NÚMERO DE EMPRESAS BIC A BENEFICIAR**	**N/A**

NÚMERO DE EMPRESAS MIPYMES A BENEFICIAR	**5**	**JUSTIFICACIÓN EMPRESAS Y TRABAJADORES DE MIPYMES A BENEFICIAR**	A CORTE 2025, EL GRUPO MULTISECTORIAL SE CONSOLIDA COMO UNA DE LAS PLATAFORMAS GREMIALES MÁS INFLUYENTES DEL SUROCCIDENTE COLOMBIANO, REPRESENTANDO A MÁS DE 100 EMPRESAS DE SECTORES DIVERSOS COMO AGROINDUSTRIA, ECONOMÍA NARANJA, COMERCIO, MANUFACTURA, TECNOLOGÍA Y SERVICIOS. SU CAPACIDAD DE DIAGNÓSTICO MULTISECTORIAL, EXPRESADA A TRAVÉS DEL OBSERVATORIO MIPYME Y SU COMITÉ DE LÍDERES, PERMITE DISEÑA ACCIONES DE FORMACIÓN BASADAS EN INFORMACIÓN REAL, VALIDADA Y CONTEXTUALIZADA Y QUE PARA EL CASO SEAN PERTINENTES PARA LAS MIPYMES AFILIADAS.
NÚMERO DE TRABAJADORES A BENEFICIAR DE EMPRESAS MIPYMES	**5**		

NÚMERO DE EMPRESAS DE SU CADENA PRODUCTIVA A BENEFICIAR	**5**	**JUSTIFICACIÓN EMPRESAS Y BENEFICIARIOS DE LA CADENA PRODUCTIVA A BENEFICIAR**	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. SI BIEN EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, MUCHAS DE LAS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENEN RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN A ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS REGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS. ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL ES ESTRATÉGICA PARA CONSOLIDAR UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA, COHESIONADA Y PREPARADA PARA ENFRENTAR RETOS COMUNES EN PRODUCTIVIDAD, TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y SOSTENIBILIDAD, IMPULSANDO ASÍ EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.
NÚMERO DE TRABAJADORES A BENEFICIAR DE EMPRESAS DE SU CADENA PRODUCTIVA	**5**		

SECTORES Y SUB-SECTORES DEL BENEFICIARIO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN			
SECTOR(ES) AL QUE PERTENECE LOS BENEFICIARIOS DE LA FORMACIÓN	**SERVICIOS**	**SUB-SECTOR(ES) AL QUE PERTENECE LOS BENEFICIARIOS DE LA FORMACIÓN**	**SERVICIOS, COMERCIO, INDUSTRIA, TRANSVERSAL**

CLASIFICACIÓN DE SECTOR(ES) Y SUB-SECTOR(ES), A BENEFICIAR CON ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN			
CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SECTOR(ES) A BENEFICIAR CON LA AF	**SERVICIOS**	**CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SUB-SECTOR(ES) A BENEFICIAR CON LA AF**	**TRANSVERSAL**

JUSTIFICACIÓN SECTORES Y SUB-SECTORES A BENEFICIAR	**LA FORMACIÓN PROPUESTA SE ARTICULA CON EL SECTOR SERVICIOS, DEFINIENDO COMO SUBSECTOR EL TRANSVERSAL EN FUNCIÓN DE LAS MÚLTIPLES ACTIVIDADES ECONÓMICAS QUE DESARROLLAN LAS EMPRESAS REPRESENTADAS POR EL GRUPO MULTISECTORIAL. ESTAS ORGANIZACIONES PRESTAN SERVICIOS CLAVE COMO LOGÍSTICA, TECNOLOGÍA, CONSULTORÍA, MARKETING, ATENCIÓN AL CLIENTE, DESARROLLO DE SOFTWARE, SOPORTE COMERCIAL Y GESTIÓN OPERATIVA, ENTRE OTROS.**
AMBIENTE DE APRENDIZAJE	**AULA VIRTUAL**

ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	
ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	**USO DE TECNOLOGÍAS PARA LA INNOVACIÓN DIGITAL DEL SECTOR PRODUCTIVO**
JUSTIFICACIÓN DE LA ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	LA FORMACIÓN COMPUESTA POR LOS MÓDULOS DISEÑO COMERCIAL CON IA GENERATIVA, INTELIGENCIA OPERATIVA COMERCIAL CON IA, Y SISTEMAS AUTÓNOMOS DE COMERCIALIZACIÓN PROMUEVE CAPACIDADES TÉCNICAS Y METODOLÓGICAS ESENCIALES PARA QUE LAS MIPYMES MULTISECTORIALES AVANCEN EN DIGITALIZACIÓN, ADOPCIÓN TECNOLÓGICA E INNOVACIÓN, EN COHERENCIA CON LA LÍNEA TEMÁTICA DEL SENA: TRANSFORMACIÓN DIGITAL, ADOPCIÓN TECNOLÓGICA E INDUSTRIA 4.0. ESTAS COMPETENCIAS ESTÁN DIRECTAMENTE VINCULADAS A LOS LINEAMIENTOS DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2022–2026, “COLOMBIA, POTENCIA MUNDIAL DE LA VIDA”, EN SU EJE 4: “TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA, INTERNACIONALIZACIÓN Y ACCIÓN CLIMÁTICA”. EN DICHO EJE, SE REAFIRMA LA IMPORTANCIA DE FORTALECER EL TALENTO HUMANO, PROMOVER LA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES Y DINAMIZAR EL SECTOR SERVICIOS MEDIANTE HERRAMIENTAS DIGITALES Y AUTOMATIZACIÓN. ASIMISMO, DESTACAN LA BASES DEL PND 2022 2026 (PÁG. 144), QUE ENFATIZAN LA REINDUSTRIALIZACIÓN BASADA EN CONOCIMIENTO, EL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS, LA INNOVACIÓN EN LAS MIPYMES Y UNA ECONOMÍA INTENSIVA EN DATOS Y TIC. ADICIONALMENTE, EL CONPES 4144 DE 2025, LA POLÍTICA NACIONAL DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, PLANTEA UNA HOJA DE RUTA QUE INCLUYE ACCIONES CONCRETAS (HASTA 2030) PARA EL DESARROLLO DE CAPACIDADES DIGITALES, USO ÉTICO DE IA Y ADOPCIÓN TECNOLÓGICA POR PARTE DEL SECTOR PRIVADO, ESPECIALMENTE LAS MIPYMES.

JUSTIFICACIÓN ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA	
JUSTIFICACIÓN ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA	LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA ES ESPECIALIZADA PORQUE ABORDA DE FORMA TÉCNICA, PROFUNDA Y CONTEXTUALIZADA LA APLICACIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA, AUTOMATIZACIÓN COMERCIAL, Y ANALÍTICA AVANZADA, INTEGRÁNDOLAS EN PROCESOS DE OPTIMIZACIÓN DE VENTAS Y TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS DENTRO DEL ENTORNO REAL DE LAS MIPYMES MULTISECTORIALES. NO SE TRATA DE UNA CAPACITACIÓN BÁSICA SOBRE DIGITALIZACIÓN O MARKETING, SINO DE UNA INTERVENCIÓN FORMATIVA DE ALTO NIVEL, ORIENTADA A DESARROLLAR CAPACIDADES EN EL DISEÑO DE ARQUITECTURAS COMERCIALES INTELIGENTES, CAPACES DE OPERAR CON DATOS EN TIEMPO REAL, PERSONALIZAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE A ESCALA Y ESCALAR LOS CANALES DE CONVERSIÓN CON HERRAMIENTAS NO-CODE. ADEMÁS, INCORPORA HERRAMIENTAS EMERGENTES, COMO PLATAFORMAS DE IA GENERATIVA PARA GENERACIÓN DE CONTENIDO, SISTEMAS DE LEAD SCORING AUTOMATIZADOS, DASHBOARDS DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO COMERCIAL, MOTORES DE RECOMENDACIÓN, Y RUTINAS AUTÓNOMAS DE SEGUIMIENTO, QUE NO HACEN PARTE DEL CONOCIMIENTO TÉCNICO COMÚN DEL TRABAJADOR PROMEDIO, PERO QUE SON DE ALTA DEMANDA EN LOS ECOSISTEMAS PRODUCTIVOS MÁS INNOVADORES. ESTA ESPECIALIZACIÓN TAMBIÉN SE EVIDENCIA EN EL ENFOQUE METODOLÓGICO CENTRADO EN LA APLICACIÓN PRÁCTICA SECTORIAL, PERMITIENDO QUE CADA BENEFICIARIO CONSTRUYA SOLUCIONES ADAPTADAS A LA NATURALEZA DE SU UNIDAD DE NEGOCIO, CON UNA ORIENTACIÓN A RESULTADOS MEDIBLES EN TÉRMINOS DE EFICIENCIA, PERSONALIZACIÓN, ESCALABILIDAD Y RENTABILIDAD. POR TANTO, LA ACCIÓN NO SOLO TRANSFIERE CONOCIMIENTO TÉCNICO, SINO QUE GENERA CAPACIDADES ESTRATÉGICAS DIFERENCIALES QUE ELEVAN LA COMPETITIVIDAD DEL TALENTO HUMANO Y LA MADUREZ TECNOLÓGICA DE LAS MIPYMES, EN CONSONANCIA CON LAS NECESIDADES REALES DE TRANSFORMACIÓN DEL APARATO PRODUCTIVO NACIONAL.

RESULTADOS - IMPACTO DE LA FORMACIÓN EN EL DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR Y APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS EN EL PUESTO DE TRABAJO	
1	-DISEÑAR FLUJOS COMERCIALES AUTOMATIZADOS SOPORTADOS EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA, ADAPTADOS A DIFERENTES SEGMENTOS DE CLIENTE Y CANALES DIGITALES.

2	-IMPLEMENTAR MOTORES DE RECOMENDACIÓN Y TABLEROS DE CONTROL INTELIGENTES PARA LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS EN PROCESOS DE VENTA Y FIDELIZACIÓN.
3	-CONSTRUIR SISTEMAS AUTÓNOMOS DE SEGUIMIENTO Y CIERRE COMERCIAL, INTEGRANDO HERRAMIENTAS NO-CODE, CRM Y CHATBOTS ADAPTATIVOS A LA ESCALA DE LA MIPYME.
4	-PRODUCIR CONTENIDO COMERCIAL PERSONALIZADO (TEXTOS, VISUALES Y SECUENCIAS) CON IA GENERATIVA, ORIENTADO A AUMENTAR LA CONVERSIÓN Y MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE.
5	-APLICAR TÉCNICAS ESTRUCTURADAS DE PENSAMIENTO CREATIVO PARA RESOLVER DESAFÍOS OPERATIVOS Y COMERCIALES MEDIANTE SOLUCIONES INNOVADORAS, DE BAJO COSTO Y ALTO IMPACTO.

RESULTADOS - IMPACTO DE LA FORMACIÓNEN LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESASY GREMIOS	
1	OPTIMIZAR TIEMPOS DE RESPUESTA Y EJECUCIÓN EN PROCESOS COMERCIALES MEDIANTE LA AUTOMATIZACIÓN INTELIGENTE DE TAREAS REPETITIVAS. PRODUCTIVIDAD
2	REDUCIR ERRORES OPERATIVOS ASOCIADOS A LA GESTIÓN DE DATOS Y SEGUIMIENTO DE CLIENTES, GRACIAS A HERRAMIENTAS DE ANALÍTICA E INTELIGENCIA ARTIFICIAL. PRODUCTIVIDAD
3	AUMENTAR LA CAPACIDAD OPERATIVA DE EQUIPOS COMERCIALES SIN INCREMENTAR COSTOS DE PERSONAL, A TRAVÉS DE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS ESCALABLES. PRODUCTIVIDAD
4	FORTALECER LA DIFERENCIACIÓN DE MARCA MEDIANTE CONTENIDOS PERSONALIZADOS Y RUTAS DE CONVERSIÓN ASISTIDAS POR IA GENERATIVA. COMPETITIVIDAD
5	INCREMENTAR LA ADAPTABILIDAD COMERCIAL FRENTE A CAMBIOS DEL MERCADO, GRACIAS A LA TOMA DE DECISIONES BASADA EN DATOS Y AUTOMATIZACIÓN ESTRATÉGICA. COMPETITIVIDAD

MATERIAL DE FORMACIÓN					
MATERIAL DE FORMACIÓN SELECCIONADO	**CARTILLA DIGITAL**	**GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO**	PODCASTS	**RECURSOS DIDÁCTICOS**	**NO ESPECIFICADO / NO APLICA**
JUSTIFICACIÓN DEL MATERIAL DE FORMACIÓN (SI APLICA)	LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA INCORPORA MATERIAL DIGITAL ESPECIALIZADO CON EL FIN DE GARANTIZAR PROCESOS DE APRENDIZAJE ADAPTATIVOS, ACTUALIZABLES Y MULTISECTORIALES, EN CONSONANCIA CON LAS DINÁMICAS TECNOLÓGICAS QUE ENFRENTAN LAS MIPYMES EN CONTEXTOS DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA. DADO QUE LOS BENEFICIARIOS SE DESEMPEÑAN EN ÁREAS OPERATIVAS Y COMERCIALES CON ACCESO A HERRAMIENTAS DIGITALES BÁSICAS, EL MATERIAL EN FORMATO DIGITAL PERMITE UNA MAYOR FLEXIBILIDAD EN EL ACCESO AL CONTENIDO, FACILITA LA REUTILIZACIÓN PRÁCTICA DURANTE Y DESPUÉS DE LA FORMACIÓN, Y PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO DIRECTAMENTE AL PUESTO DE TRABAJO. LAS UNIDADES TEMÁTICAS DEL CURSO —CENTRADAS EN AUTOMATIZACIÓN, INTELIGENCIA ARTIFICIAL, DISEÑO DE CONTENIDOS COMERCIALES, ANALÍTICA Y PENSAMIENTO CREATIVO APLICADO— REQUIEREN RECURSOS AUDIOVISUALES, SIMULADORES INTERACTIVOS, PLANTILLAS DESCARGABLES Y TUTORIALES DE PLATAFORMAS NO-CODE, QUE SÓLO PUEDEN SER EFICIENTEMENTE ENTREGADOS Y ACTUALIZADOS EN FORMATO DIGITAL. DESDE EL ENFOQUE METODOLÓGICO, EL MATERIAL DIGITAL POTENCIA EL MODELO DE APRENDIZAJE ACTIVO, BASADO EN CASOS REALES, MICRO-RETOS APLICADOS Y AUTOEVALUACIONES INTERACTIVAS, PROMOVIENDO LA APROPIACIÓN AUTÓNOMA DEL CONOCIMIENTO. FINALMENTE, EL USO DE MATERIALES DIGITALES ESTÁ ALINEADO CON EL ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD DEL RUBRO PRESUPUESTAL, AL REDUCIR COSTOS LOGÍSTICOS Y AMPLIAR EL ACCESO A CONTENIDOS DESDE DIFERENTES REGIONES, FORTALECIENDO LA EQUIDAD TERRITORIAL Y LA EFICIENCIA EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO.				
INSUMOS (SI APLICA)	NO ESPECIFICADO / NO APLICA	**JUSTIFICACION DE LOS INSUMOS (SI APLICA)**	NO ESPECIFICADO / NO APLICA		

UNIDADES TEMATICAS DE LA ACCION DE FORMACIÓN							AF N°	1
NOMBRE DE LA UNIDAD TEMATICA	**DISEÑO COMERCIAL BASADO EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA**					**CONSECUTIVO / NUMERO UNIDAD TEMATICA**	**1**	
HORAS PRACTICAS A IMPARTIR	**6**	**HORAS TEORICAS A IMPARTIR**	**10**	**TOTAL DE HORAS DE LA UNIDAD TEMATICA**	**16**	**PERFIL DEL CAPACITADOR**	**R01.1.2 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL TITULADO CON EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS, Horas - 16**	

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMATICA	1.1. DISEÑO ESTRUCTURAL DE FLUJOS COMERCIALES CON SOPORTE DE IA GENERATIVA MODELAMIENTO DE PROCESOS COMERCIALES CON NODOS DE AUTOMATIZACIÓN INTELIGENTE. GENERACIÓN DE CONTENIDO ESCALABLE CON PROMPTS TÉCNICOS. INTEGRACIÓN DE CANALES Y PUNTOS DE CONTACTO DIGITALES. PROTOTIPADO DE PROCESOS COMERCIALES CON HERRAMIENTAS IA. 1.2. EVALUACIÓN DE PLATAFORMAS INTELIGENTES PARA OPERACIÓN MULTISECTORIAL CRITERIOS TÉCNICOS DE SELECCIÓN DE HERRAMIENTAS NO-CODE. COMPARATIVO FUNCIONAL DE PLATAFORMAS IA SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. INTEGRACIÓN CON CRMS, ERPS Y REDES SOCIALES. CASOS MULTISECTORIALES DE ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN MIPYMES. 1.3. DISEÑO DEL CUSTOMER JOURNEY OPTIMIZADO CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL AUTOMATIZACIÓN DE LAS FASES DE ATRACCIÓN, CONVERSIÓN Y FIDELIZACIÓN. CONFIGURACIÓN DE RECORRIDOS ADAPTATIVOS PARA DIFERENTES PERFILES DE CLIENTE. PERSONALIZACIÓN DE CONTENIDO EN PUNTOS DE CONTACTO. MAPEO DE EXPERIENCIAS OMNICANAL CON IA. 1.4. ACTIVACIÓN DE CONTENIDOS COMERCIALES DE ALTO IMPACTO CON IA GENERATIVA ESTRUCTURA DE MENSAJES PARA OBJECIONES, CIERRES Y SEGUIMIENTO. PERSONALIZACIÓN MASIVA PARA CAMPAÑAS EN REDES Y WHATSAPP. OPTIMIZACIÓN DE LLAMADOS A LA ACCIÓN (CTA) Y PRUEBAS A/B. CREACIÓN DE BANCOS DE CONTENIDO COMERCIAL CON IA.
COMPETENCIA POR ADQUIRIR	ACCIÓN: DISEÑAR SISTEMAS ORGANIZACIONALES ADAPTATIVOS QUE INTEGREN METODOLOGÍAS ÁGILES, PENSAMIENTO ITERATIVO Y LIDERAZGO DISTRIBUIDO, PARA INCREMENTAR LA VELOCIDAD DE RESPUESTA, OPTIMIZAR LA ENTREGA DE VALOR Y FORTALECER LA RESILIENCIA OPERATIVA EN MIPYMES MULTISECTORIALES. JUSTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA: LA CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN ESTRUCTURAL ES CRÍTICA EN CONTEXTOS VUCA. ESTE MÓDULO FORMA AL PARTICIPANTE EN LA APLICACIÓN PRÁCTICA DE FRAMEWORKS ÁGILES, REDISEÑO DE PROCESOS POR CICLOS CORTOS Y CONSOLIDACIÓN DE ESTRUCTURAS LIGERAS DE INNOVACIÓN, AJUSTADAS A LA ESCALA Y REALIDAD DE LAS MIPYMES. CONOCIMIENTO: FRAMEWORKS ÁGILES (SCRUM, KANBAN), ENFOQUE VUCA, REDISEÑO DE PROCESOS, MÉTRICAS DE ENTREGA DE VALOR, TABLEROS VISUALES, CÉLULAS DE INNOVACIÓN DISTRIBUIDA. CONTEXTO: LA COMPETENCIA SE APLICA EN ENTORNOS ORGANIZACIONALES DONDE LAS MIPYMES MULTISECTORIALES ENFRENTAN RETOS DE COMPETITIVIDAD, VELOCIDAD DE ADAPTACIÓN AL MERCADO Y LIMITACIONES DE RECURSOS HUMANOS O TECNOLÓGICOS. EN ESTE MARCO, EL DISEÑO DE FLUJOS COMERCIALES SOPORTADOS POR INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA PERMITE REDIBUJAR LOS PROCESOS DE VENTAS, ATENCIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES BAJO UN ENFOQUE ÁGIL Y EVOLUTIVO. HABILIDAD: MAPEAR ESTRUCTURAS EXISTENTES, REDIBUJAR PROCESOS CRÍTICOS, FACILITAR CEREMONIAS ÁGILES, ESTRUCTURAR CÉLULAS COLABORATIVAS DE MEJORA CONTINUA.
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	ESTUDIO DE CASO, FORO, INFOGRAFÍA
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	NO APLICA

HABILIDADES TRANSVERSALES					
HABILIDAD TRANSVERSAL A EJECUTAR EN ESTA UNIDAD TEMATICA (SOLO UNA HABILIDAD POR AF)	**PENSAMIENTO CREATIVO**	**NUMERO DE HORAS A EJECUTAR**	**2**	**PORCENTAJE DE HORAS A EJECUTAR**	**5,0%**

UNIDADES TEMATICAS DE LA ACCION DE FORMACIÓN						**AF Nº**	**1**
NOMBRE DE LA UNIDAD TEMATICA	**INTELIGENCIA OPERATIVA COMERCIAL CON IA PARA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS**					**CONSECUTIVO / NUMERO UNIDAD TEMATICA**	**2**
HORAS PRACTICAS A IMPARTIR	**6**	**HORAS TEORICAS A IMPARTIR**	**10**	**TOTAL DE HORAS DE LA UNIDAD TEMATICA**	**16**	**PERFIL DEL CAPACITADOR**	**R01.1.2 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL TITULADO CON EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS, Horas - 16**

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMATICA	2.1. IMPLEMENTACIÓN DE MOTORES DE RECOMENDACIÓN PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS - ALGORITMOS DE INFERENCIA Y DETECCIÓN DE PATRONES DE COMPRA. - CATEGORIZACIÓN DE CLIENTES POR VALOR, FRECUENCIA E INTERÉS. - AUTOMATIZACIÓN DE SUGERENCIAS EN SITIOS WEB Y CANALES SOCIALES. CONEXIÓN CON PROCESOS DE UPSELLING Y CROSS-SELLING. 2.2. CONSTRUCCIÓN DE DASHBOARDS COMERCIALES PARA TOMA DE DECISIONES - DISEÑO DE TABLEROS CON INDICADORES CLAVE DE VENTA. - LECTURA VISUAL DE PATRONES, TENDENCIAS Y OUTLIERS. - INTEGRACIÓN CON HOJAS DE CÁLCULO, BI Y PLATAFORMAS IA. - GENERACIÓN AUTOMATIZADA DE REPORTES EJECUTIVOS. 2.3. ANALÍTICA DE CAMPAÑAS MULTICANAL PARA EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO COMERCIAL - ATRIBUCIÓN DE RESULTADOS POR CANAL (ORGÁNICO, PAGADO, REFERENCIADO). - EVALUACIÓN DE TASA DE CONVERSIÓN, ENGAGEMENT Y CTR. - SEGMENTACIÓN DE AUDIENCIAS Y RENDIMIENTO POR COHORTES. - AUTOMATIZACIÓN DE DECISIONES PRESUPUESTALES POR IA. 2.4. EVALUACIÓN DEL ROI COMERCIAL EN PROCESOS CON SOPORTE IA - MODELOS PREDICTIVOS PARA SIMULACIÓN DE INVERSIÓN-RETORNO. - IDENTIFICACIÓN DE CANALES DE ALTA EFICIENCIA RELATIVA. - MÉTRICAS DE ESCALABILIDAD: COSTO POR ADQUISICIÓN, VALOR DE VIDA DEL CLIENTE. - ALERTAS INTELIGENTES ANTE DESVIACIONES O PÉRDIDAS POTENCIALES.
COMPETENCIA POR ADQUIRIR	ACCIÓN: INTERPRETAR DATOS COMERCIALES MEDIANTE HERRAMIENTAS ACCESIBLES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, PARA CONSTRUIR TABLEROS DINÁMICOS, DETECTAR PATRONES DE CONSUMO Y TOMAR DECISIONES ESTRATÉGICAS DE ALTA PRECISIÓN EN PRICING, SEGMENTACIÓN Y GESTIÓN MULTICANAL. JUSTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA EN ENTORNOS VOLÁTILES, LA CAPACIDAD DE LEER DATOS EN TIEMPO REAL DEFINE LA EFECTIVIDAD COMERCIAL. ESTE MÓDULO ENTRENA AL PARTICIPANTE EN LA VISUALIZACIÓN ESTRATÉGICA DE INDICADORES, LA ATRIBUCIÓN DE DESEMPEÑO MULTICANAL Y LA AUTOMATIZACIÓN DE DECISIONES COMERCIALES INFORMADAS. CONOCIMIENTO ESTUDIARÁN FUNDAMENTOS DE DASHBOARDS INTELIGENTES, MODELOS DE SEGMENTACIÓN, ANALÍTICA MULTICANAL, MOTORES DE RECOMENDACIÓN Y MÉTRICAS PREDICTIVAS DE RETORNO. CONTEXTO: ESTA COMPETENCIA SE APLICA EN MIPYMES MULTISECTORIALES QUE ENFRENTAN RETOS OPERATIVOS Y COMERCIALES DERIVADOS DE LA ALTA VELOCIDAD DEL CAMBIO TECNOLÓGICO, LA FRAGMENTACIÓN DE LOS MERCADOS Y LA ESCASEZ DE RECURSOS ESPECIALIZADOS. EL REDISEÑO DE SUS FLUJOS COMERCIALES CON SOPORTE DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA PERMITE AUTOMATIZAR TAREAS REPETITIVAS, CREAR RECORRIDOS DE CLIENTE MÁS EFICIENTES Y RESPONDER CON AGILIDAD A LOS CAMBIOS DEL ENTORNO. LA INTEGRACIÓN DE HERRAMIENTAS IA, COMBINADA CON METODOLOGÍAS ÁGILES, POSIBILITA TOMAR DECISIONES ESTRATÉGICAS CON MAYOR PRECISIÓN, PERSONALIZAR LAS EXPERIENCIAS DEL CLIENTE, Y CONSOLIDAR UNA CULTURA ORGANIZACIONAL CENTRADA EN LA INNOVACIÓN CONTINUA Y EL APRENDIZAJE RÁPIDO. HABILIDAD: CONSTRUIRÁN TABLEROS DE CONTROL FUNCIONALES, EVALUARÁN RENDIMIENTO DE CAMPAÑAS, Y AJUSTARÁN TÁCTICAS COMERCIALES CON BASE EN INFERENCIAS DE IA.
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	ESTUDIO DE CASO, LECTURA DE TEXTOS
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	NO APLICA

HABILIDADES TRANSVERSALES

HABILIDAD TRANSVERSAL A EJECUTAR EN ESTA UNIDAD TEMATICA (SOLO UNA HABILIDAD POR AF)	**NO APLICA**	**NUMERO DE HORAS A EJECUTAR**	**0**	**PORCENTAJE DE HORAS A EJECUTAR**	**0,0%**

UNIDADES TEMATICAS DE LA ACCION DE FORMACIÓN							**AF Nº**	**1**
NOMBRE DE LA UNIDAD TEMATICA	**SISTEMAS AUTÓNOMOS DE COMERCIALIZACIÓN PARA NEGOCIOS DE ESCALA VARIABLE**					**CONSECUTIVO / NUMERO UNIDAD TEMATICA**	**3**	
HORAS PRACTICAS A IMPARTIR	**2**	**HORAS TEORICAS A IMPARTIR**	**4**	**TOTAL DE HORAS DE LA UNIDAD TEMATICA**	**6**	**PERFIL DEL CAPACITADOR**	**R01.1.2 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL TITULADO CON EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS, Horas - 6**	
CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMATICA	3.1. AUTOMATIZACIÓN DE VENTA CONSULTIVA MEDIANTE ASISTENTES INTELIGENTES –INTEGRACIÓN DE CHATBOTS, ASISTENTES DE VOZ Y FLUJOS CONVERSACIONALES IA. –SCRIPTS PERSONALIZADOS POR PRODUCTO, CANAL Y TIPO DE CLIENTE. –HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE NECESIDADES EN TIEMPO REAL. 3.2. PROGRAMACIÓN DE RUTINAS DE SEGUIMIENTO Y CIERRE CON IA –SECUENCIACIÓN INTELIGENTE DE MENSAJES POR TIPO DE LEAD. –DETECCIÓN DE SEÑALES DE INTENCIÓN DE COMPRA. –AUTOMATIZACIÓN DE CONFIRMACIONES, RECORDATORIOS Y REACTIVACIÓN. 3.3. GENERACIÓN DINÁMICA DE CONTENIDO COMERCIAL MULTICANAL –ADAPTACIÓN DE MENSAJES A WHATSAPP, EMAIL, WEB Y RRSS. –PRODUCCIÓN ASISTIDA DE PIEZAS GRÁFICAS Y VIDEOS CORTOS. –INTEGRACIÓN CON PLATAFORMAS DE CRM Y AUTOMATIZACIÓN DE MARKETING.							
COMPETENCIA POR ADQUIRIR	ACCIÓN: IMPLEMENTAR SISTEMAS AUTÓNOMOS DE CAPTACIÓN, CONVERSIÓN Y SEGUIMIENTO COMERCIAL MEDIANTE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA, ASEGURANDO CONTINUIDAD OPERATIVA, REDUCCIÓN DE TIEMPOS DE RESPUESTA Y ESCALABILIDAD FUNCIONAL EN NEGOCIOS DE DIVERSA CAPACIDAD. ●JUSTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA LA AUTOMATIZACIÓN INTELIGENTE TRANSFORMA LA EFICIENCIA OPERATIVA SIN SACRIFICAR LA PERSONALIZACIÓN. ESTA UNIDAD CAPACITA AL PARTICIPANTE PARA CONFIGURAR ASISTENTES VIRTUALES, RUTINAS DE SEGUIMIENTO AUTOMATIZADAS Y PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS MULTICANAL EN FUNCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE. ●CONOCIMIENTO: EXPLORARÁN CRMS INTELIGENTES, FUNNELS DIGITALES, ASISTENTES CONVERSACIONALES, LEAD SCORING AUTOMATIZADO Y CONTENIDO RESPONSIVE. ●CONTEXTO: ESTA COMPETENCIA SE APLICA EN ORGANIZACIONES MULTISECTORIALES QUE, INDEPENDIENTEMENTE DE SU TAMAÑO, BUSCAN ESCALAR SUS OPERACIONES COMERCIALES SIN AUMENTAR PROPORCIONALMENTE SU CARGA OPERATIVA. EN SECTORES COMO COMERCIO, EDUCACIÓN, GASTRONOMÍA, SERVICIOS PROFESIONALES, MANUFACTURA O SALUD, LA IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS AUTÓNOMOS PERMITE ESTABLECER CICLOS CONTINUOS DE CAPTACIÓN, NUTRICIÓN, CONVERSIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES, CON UN ALTO NIVEL DE PERSONALIZACIÓN Y UNA SIGNIFICATIVA REDUCCIÓN EN LOS TIEMPOS DE RESPUESTA. ●HABILIDAD: DISEÑARÁN SECUENCIAS DE VENTA AUTÓNOMAS, PROGRAMARÁN RUTINAS DE SEGUIMIENTO POR TIPO DE CLIENTE Y ADAPTARÁN EL CONTENIDO COMERCIAL A MÚLTIPLES PLATAFORMAS.							
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	FORO, LECTURA DE TEXTOS, ESTUDIO DE CASO							
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	NO APLICA							

HABILIDADES TRANSVERSALES					
HABILIDAD TRANSVERSAL A EJECUTAR EN ESTA UNIDAD TEMATICA (SOLO UNA HABILIDAD POR AF)	**NO APLICA**	**NUMERO DE HORAS A EJECUTAR**	**0**	**PORCENTAJE DE HORAS A EJECUTAR**	**0,0%**

UNIDADES TEMATICAS DE LA ACCION DE FORMACIÓN							**AF Nº**	**1**
NOMBRE DE LA UNIDAD TEMATICA	**PENSAMIENTO CREATIVO – TRANSVERSAL PLIEGO CONVOCATORIA**					**CONSECUTIVO / NUMERO UNIDAD TEMATICA**	**4**	
HORAS PRACTICAS A IMPARTIR	**1**	**HORAS TEORICAS A IMPARTIR**	**1**	**TOTAL DE HORAS DE LA UNIDAD TEMATICA**	**2**	**PERFIL DEL CAPACITADOR**	**R01.1.2 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL TITULADO CON EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS, Horas - 2**	
CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMATICA	4.1. DESBLOQUEO COGNITIVO Y RUPTURA DE PATRONES MENTALES LIMITANTES EN PROCESOS EMPRESARIALES APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PENSAMIENTO LATERAL, ANALOGÍAS FORZADAS Y DISRUPCIÓN DE PATRONES PARA IDENTIFICAR BLOQUEOS MENTALES FRECUENTES EN TAREAS OPERATIVAS, COMERCIALES O ESTRATÉGICAS. REDIRECCIONAMIENTO CREATIVO DE PROBLEMAS COTIDIANOS HACIA SOLUCIONES VIABLES Y DE ALTO IMPACTO. 4.2. IDEACIÓN ESTRATÉGICA PARA RETOS DE BAJO PRESUPUESTO Y ALTA ESCALABILIDAD IMPLEMENTACIÓN DE METODOLOGÍAS COMO SCAMPER, MAPAS MENTALES VISUALES Y “DESIGN HACKS” PARA LA GENERACIÓN DE SOLUCIONES FUNCIONALES EN CONTEXTOS DE RECURSOS LIMITADOS. ADAPTACIÓN DE PROCESOS CREATIVOS A REALIDADES DE MIPYMES MULTISECTORIALES. 4.3. DISEÑO ÁGIL DE MICROPROTOTIPOS PARA VALIDACIÓN RÁPIDA DE IDEAS EN ENTORNOS EMPRESARIALES CONSTRUCCIÓN DE SOLUCIONES RÁPIDAS, TESTEO DE IDEAS MEDIANTE SIMULACIONES FUNCIONALES Y CREACIÓN DE PROPUESTAS MÍNIMAS VIABLES PARA EVALUAR SU APLICABILIDAD, RESPUESTA DEL ENTORNO Y POTENCIAL DE ESCALABILIDAD.							

COMPETENCIA POR ADQUIRIR	ACCIÓN: APLICAR ESTRATEGIAS DE PENSAMIENTO CREATIVO ESTRUCTURADO PARA REDISEÑAR PROCESOS, RESOLVER DESAFÍOS OPERATIVOS Y GENERAR SOLUCIONES ESCALABLES EN CONTEXTOS DE BAJA INVERSIÓN Y ALTA ADAPTABILIDAD EN MIPYMES MULTISECTORIALES. JUSTIFICACIÓN: LA CREATIVIDAD APLICADA ES UN MOTOR DE INNOVACIÓN FUNCIONAL QUE PERMITE A LAS MIPYMES RESPONDER A CAMBIOS, LIMITACIONES PRESUPUESTARIAS Y RETOS COMPETITIVOS CON INGENIO PRÁCTICO. ESTA UNIDAD ENTRENA AL TRABAJADOR PARA DESBLOQUEAR SU POTENCIAL CREATIVO, TRANSFORMAR BARRERAS EN OPORTUNIDADES Y DISEÑAR MICROINNOVACIONES SOSTENIBLES DESDE SU ROL OPERATIVO O DIRECTIVO. CONOCIMIENTO: DOMINARÁ HERRAMIENTAS DE IDEACIÓN COMO SCAMPER, MAPAS MENTALES VISUALES, ANALOGÍAS FORZADAS Y PROTOTIPADO ÁGIL. COMPRENDERÁ LOS BLOQUEOS COGNITIVOS FRECUENTES Y LAS METODOLOGÍAS PARA ACTIVAR EL PENSAMIENTO DIVERGENTE. CONTEXTO: ESTA COMPETENCIA SE APLICA EN MIPYMES DE TODOS LOS SECTORES QUE ENFRENTAN RESTRICCIONES COMUNES COMO BAJOS PRESUPUESTOS, RECURSOS HUMANOS LIMITADOS, PROCESOS TRADICIONALES ARRAIGADOS O BAJA CAPACIDAD DE RESPUESTA ANTE CAMBIOS DEL ENTORNO. EN ESTE CONTEXTO, EL PENSAMIENTO CREATIVO ESTRUCTURADO PERMITE REDISEÑAR PROCESOS COMERCIALES, LOGÍSTICOS, ADMINISTRATIVOS O DE ATENCIÓN AL CLIENTE, CON SOLUCIONES PRÁCTICAS QUE NO REQUIEREN GRANDES INVERSIONES NI DESARROLLOS TECNOLÓGICOS COMPLEJOS. HABILIDAD: PODRÁ DIAGNOSTICAR DESAFÍOS EMPRESARIALES CON MIRADA CREATIVA, GENERAR IDEAS INNOVADORAS CONTEXTUALIZADAS Y DESARROLLAR PROTOTIPOS FUNCIONALES ADAPTADOS A LAS REALIDADES DE SU ORGANIZACIÓN.
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	ESTUDIO DE CASO, LECTURA DE TEXTOS, FORO
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	NO APLICA

HABILIDADES TRANSVERSALES

HABILIDAD TRANSVERSAL A EJECUTAR EN ESTA UNIDAD TEMATICA (SOLO UNA HABILIDAD POR AF)	**NO APLICA**	**NUMERO DE HORAS A EJECUTAR**	**0**	**PORCENTAJE DE HORAS A EJECUTAR**	**0,0%**

COBERTURA ACCIÓN DE FORMACIÓN - LUGAR DE EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PAT (PRESENCIAL ASISTIDA POR TECNOLOGÍAS) O VIRTUAL	**AF N°**	**1**

NUMERO TOTAL DE GRUPOS	**8**	**NUMERO TOTAL DE BENEFICIARIOS SEGÚN COBERTURA**	**280**

N° DE GRUPO	N° LUGAR DE EJECUCIÓN	DEPARTAMENTO	NÚMERO DE BENEFICIARIOS	PORCENTAJE TOTAL DE LOS BENEFICIARIOS	JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA PROPONENTE, AGREMIADAS AL PROPONENETE O DE SU CADENA PRODUCTIVA CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN PLANTEADOS
GRUPO 1	1	CAUCA	35	100,00%	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. SI BIEN EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, MUCHAS DE LAS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENEN RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN A ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS REGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS. ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL ES ESTRATÉGICA PARA CONSOLIDAR UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA, COHESIONADA Y PREPARADA PARA ENFRENTAR RETOS COMUNES EN PRODUCTIVIDAD, TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y SOSTENIBILIDAD, IMPULSANDO ASÍ EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.
	2			0,00%	
	3			0,00%	
	4			0,00%	
	5			0,00%	
	6			0,00%	
	7			0,00%	
	8			0,00%	
	9			0,00%	
	10			0,00%	
	11			0,00%	
	12			0,00%	
	13			0,00%	
	14			0,00%	
	15			0,00%	
	16			0,00%	
	17			0,00%	
	18			0,00%	
	19			0,00%	
	20			0,00%	
	21			0,00%	
	22			0,00%	
	23			0,00%	
	24			0,00%	
	25			0,00%	

N° DE GRUPO	N° LUGAR DE EJECUCIÓN	DEPARTAMENTO	NÚMERO DE BENEFICIARIOS	PORCENTAJE TOTAL DE LOS BENEFICIARIOS	JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA PROPONENTE, AGREMIADAS AL PROPONENETE O DE SU CADENA PRODUCTIVA CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN PLANTEADOS
	1	VALLE DEL CAUCA	35	100,00%	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A

GRUPO 2	2			0,00%	OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, DE ALLÍ QUE SE JUSTIFIQUE COHEREMENTE LA COBERTURA PROPUESTA. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.
	3			0,00%	
	4			0,00%	
	5			0,00%	
	6			0,00%	
	7			0,00%	
	8			0,00%	
	9			0,00%	
	10			0,00%	
	11			0,00%	
	12			0,00%	
	13			0,00%	
	14			0,00%	
	15			0,00%	
	16			0,00%	
	17			0,00%	
	18			0,00%	
	19			0,00%	
	20			0,00%	
	21			0,00%	
	22			0,00%	
	23			0,00%	
	24			0,00%	
	25			0,00%	

N° DE GRUPO	N° LUGAR DE EJECUCIÓN	DEPARTAMENTO	NÚMERO DE BENEFICIARIOS	PORCENTAJE TOTAL DE LOS BENEFICIARIOS	JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA PROPONENTE, AGREMIADAS AL PROPONENETE O DE SU CADENA PRODUCTIVA CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN PLANTEADOS
GRUPO 3	1	VALLE DEL CAUCA	35	100,00%	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, DE ALLÍ QUE SE JUSTIFIQUE COHEREMENTE LA COBERTURA PROPUESTA. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.
	2			0,00%	
	3			0,00%	
	4			0,00%	
	5			0,00%	
	6			0,00%	
	7			0,00%	
	8			0,00%	
	9			0,00%	
	10			0,00%	
	11			0,00%	
	12			0,00%	
	13			0,00%	
	14			0,00%	
	15			0,00%	
	16			0,00%	
	17			0,00%	
	18			0,00%	
	19			0,00%	
	20			0,00%	
	21			0,00%	
	22			0,00%	
	23			0,00%	
	24			0,00%	
	25			0,00%	

N° DE GRUPO	N° LUGAR DE EJECUCIÓN	DEPARTAMENTO	NÚMERO DE BENEFICIARIOS	PORCENTAJE TOTAL DE LOS BENEFICIARIOS	JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA PROPONENTE, AGREMIADAS AL PROPONENETE O DE SU CADENA PRODUCTIVA CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN PLANTEADOS
GRUPO 4	1	VALLE DEL CAUCA	35	100,00%	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, DE ALLÍ QUE SE JUSTIFIQUE COHEREMENTE LA COBERTURA PROPUESTA. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.
	2			0,00%	
	3			0,00%	
	4			0,00%	
	5			0,00%	
	6			0,00%	
	7			0,00%	
	8			0,00%	
	9			0,00%	
	10			0,00%	
	11			0,00%	
	12			0,00%	
	13			0,00%	
	14			0,00%	
	15			0,00%	
	16			0,00%	
	17			0,00%	
	18			0,00%	
	19			0,00%	
	20			0,00%	
	21			0,00%	
	22			0,00%	

	23			0,00%	
	24			0,00%	
	25			0,00%	

N° DE GRUPO	N° LUGAR DE EJECUCIÓN	DEPARTAMENTO	NÚMERO DE BENEFICIARIOS	PORCENTAJE TOTAL DE LOS BENEFICIARIOS	JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA PROPONENTE, AGREMIADAS AL PROPONENETE O DE SU CADENA PRODUCTIVA CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN PLANTEADOS
GRUPO 5	1	VALLE DEL CAUCA	35	100,00%	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, DE ALLÍ QUE SE JUSTIFIQUE COHEREMENTE LA COBERTURA PROPUESTA. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.
	2			0,00%	
	3			0,00%	
	4			0,00%	
	5			0,00%	
	6			0,00%	
	7			0,00%	
	8			0,00%	
	9			0,00%	
	10			0,00%	
	11			0,00%	
	12			0,00%	
	13			0,00%	
	14			0,00%	
	15			0,00%	
	16			0,00%	
	17			0,00%	
	18			0,00%	
	19			0,00%	
	20			0,00%	
	21			0,00%	
	22			0,00%	
	23			0,00%	
	24			0,00%	
	25			0,00%	

N° DE GRUPO	N° LUGAR DE EJECUCIÓN	DEPARTAMENTO	NÚMERO DE BENEFICIARIOS	PORCENTAJE TOTAL DE LOS BENEFICIARIOS	JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA PROPONENTE, AGREMIADAS AL PROPONENETE O DE SU CADENA PRODUCTIVA CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN PLANTEADOS
GRUPO 6	1	VALLE DEL CAUCA	35	100,00%	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, DE ALLÍ QUE SE JUSTIFIQUE COHEREMENTE LA COBERTURA PROPUESTA. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.
	2			0,00%	
	3			0,00%	
	4			0,00%	
	5			0,00%	
	6			0,00%	
	7			0,00%	
	8			0,00%	
	9			0,00%	
	10			0,00%	
	11			0,00%	
	12			0,00%	
	13			0,00%	
	14			0,00%	
	15			0,00%	
	16			0,00%	
	17			0,00%	
	18			0,00%	
	19			0,00%	
	20			0,00%	
	21			0,00%	
	22			0,00%	
	23			0,00%	
	24			0,00%	
	25			0,00%	

N° DE GRUPO	N° LUGAR DE EJECUCIÓN	DEPARTAMENTO	NÚMERO DE BENEFICIARIOS	PORCENTAJE TOTAL DE LOS BENEFICIARIOS	JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA PROPONENTE, AGREMIADAS AL PROPONENETE O DE SU CADENA PRODUCTIVA CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN PLANTEADOS

GRUPO 7	1	VALLE DEL CAUCA	35	100,00%	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, DE ALLÍ QUE SE JUSTIFIQUE COHEREMENTE LA COBERTURA PROPUESTA. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.
	2			0,00%	
	3			0,00%	
	4			0,00%	
	5			0,00%	
	6			0,00%	
	7			0,00%	
	8			0,00%	
	9			0,00%	
	10			0,00%	
	11			0,00%	
	12			0,00%	
	13			0,00%	
	14			0,00%	
	15			0,00%	
	16			0,00%	
	17			0,00%	
	18			0,00%	
	19			0,00%	
	20			0,00%	
	21			0,00%	
	22			0,00%	
	23			0,00%	
	24			0,00%	
	25			0,00%	

N° DE GRUPO	N° LUGAR DE EJECUCIÓN	DEPARTAMENTO	NÚMERO DE BENEFICIARIOS	PORCENTAJE TOTAL DE LOS BENEFICIARIOS	JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA PROPONENTE, AGREMIADAS AL PROPONENETE O DE SU CADENA PRODUCTIVA CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN PLANTEADOS
GRUPO 8	1	VALLE DEL CAUCA	35	100,00%	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, DE ALLÍ QUE SE JUSTIFIQUE COHEREMENTE LA COBERTURA PROPUESTA. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.
	2			0,00%	
	3			0,00%	
	4			0,00%	
	5			0,00%	
	6			0,00%	
	7			0,00%	
	8			0,00%	
	9			0,00%	
	10			0,00%	
	11			0,00%	
	12			0,00%	
	13			0,00%	
	14			0,00%	
	15			0,00%	
	16			0,00%	
	17			0,00%	
	18			0,00%	
	19			0,00%	
	20			0,00%	
	21			0,00%	
	22			0,00%	
	23			0,00%	
	24			0,00%	
	25			0,00%	

RUBROS PARA LA ACCIÓN DE FORMACIÓN — AF N° 1

PRESUPUESTO TOTAL DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	CONFINANCIACÍON SENA	% SENA	CONTRAPARTIDA ESPECIE	% ESPECIE	CONTRAPARTIDA DINERO	% DINERO	VALOR TOTAL
	$ 263.500.000	79,22%	$ 0	0,00%	$ 69.104.000	20,78%	$ 332.604.000

RUBRO	JUSTIFICACIÓN	UNIDADES	VALOR UNIDAD	$ CONFINANCIACIÓN SENA	% CONF. SENA	$ CONTRAPARTIDA ESPECIE	% CONTRA ESPECIE	$ CONTRAPARTIDA DINERO	% CONTRA DINERO	VALOR TOTAL DEL RUBRO
R010.2 FORMACIÓN VIRTUAL - CURSO 40 HORAS	CURSO VIRTUAL 40 HORAS	280	$ 1.181.800	$ 263.500.000	79,63%	$ 0	0,00%	$ 67.404.000	20,37%	$ 330.904.000
R013 PÓLIZAS DE SEGURO.	PÓLIZAS DE SEGURO	0		$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 700.000	100,00%	$ 700.000
R012.5 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS EVENTOS DE FORMACIÓN - EDICIÓN PODCAST (10 MINUTOS)	EDICIÓN PODCAST 10 MINUTOS	1	$ 1.000.000	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 1.000.000	100,00%	$ 1.000.000

ACCIONES DE FORMACIÓN DEL PROYECTO

NOMBRE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	**CONVERSIÓN DE RELATOS EMPRESARIALES EN PROPUESTAS COMERCIALES DE ALTO VALOR PERCIBIDO**	**CONSECUTIVO**	**2**
PROBLEMA O NECESIDAD DETECTADA DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	2 LIMITACIÓN ESTRUCTURAL EN LA OPTIMIZACIÓN DE SUS PROCESOS COMERCIALES, DERIVADA DE UNA BAJA INTEGRACIÓN DE TECNOLOGÍAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA, NARRATIVAS COMERCIALES ESTRATÉGICAS Y METODOLOGÍAS DE AUTOMATIZACIÓN ADAPTADAS A SUS CAPACIDADES OPERATIVAS REALES.		
JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DETECTADA	ESTA BRECHA LIMITA LA CAPACIDAD PARA DIFERENCIAR PROPUESTAS, OPTIMIZAR PROCESOS DE CONVERSIÓN Y COMUNICARSE DE FORMA RELEVANTE CON CLIENTES. EXISTE BAJA PREPARACIÓN DEL RRHH PARA ESTRUCTURAR PROPUESTAS DE VALOR ALINEADAS CON LA IDENTIDAD DE LA EMPRESA, USAR DATOS CON FINES COMERCIALES Y ADAPTAR SUS MENSAJES A CANALES DIGITALES DE ALTA COMPETENCIA. CUANTITATIVAMENTE EL 72% DE EMPRESAS NO HA INCORPORADO TECNOLOGÍAS DE IA GENERATIVA EN PROCESOS COMERCIALES, EL 68% DEL PERSONAL OPERATIVO DESCONOCE EL USO BÁSICO DE ESTAS HERRAMIENTAS. ASÍ MISMO, SOLO EL 15% DE LAS EMPRESAS HA AUTOMATIZADO SU FUNNEL DE VENTAS, Y MÁS DEL 50% MANIFIESTA DIFICULTADES PARA INTEGRAR INTELIGENCIA DE DATOS. DESDE EL ENFOQUE CUALITATIVO, SE REFLEJA BAJA APROPIACIÓN TECNOLÓGICA, USO INTENSIVO DE MÉTODOS MANUALES, Y FUERTE DEPENDENCIA DE ESTRATEGIAS COMERCIALES TRADICIONALES, LO CUAL LIMITA LA COMPETITIVIDAD. FRASES RECURRENTES COMO “NO SABEMOS POR DÓNDE EMPEZAR CON LA IA” O “NUESTROS PROCESOS SIGUEN EN EXCEL” EVIDENCIAN LA DESCONEXIÓN ENTRE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EMERGENTES Y LA REALIDAD OPERATIVA DE LAS MIPYMES. FUENTES EXTERNAS: EL 78% DE LAS DECISIONES DE COMPRA B2B Y B2C ESTÁN INFLUENCIADAS POR LA CALIDAD DE LA NARRATIVA DE MARCA EN LOS PRIMEROS PUNTOS DE CONTACTO DIGITALES, SEGÚN UN ESTUDIO GLOBAL DE EDELMAN & LINKEDIN (2021). EDELMAN. “THE B2B THOUGHT LEADERSHIP IMPACT REPORT”, 2021. HTTPS://WWW.EDELMAN.COM/RESEARCH/B2B-THOUGHT-LEADERSHIP-IMPACT-STUDY MUCHAS EMPRESAS TIENEN PRESENCIA DIGITAL BÁSICA, PERO CARECEN DE NARRATIVA ESTRUCTURADA, ESTRATEGIAS DE PERSONALIZACIÓN Y AUTOMATIZACIÓN DE SUS CONTENIDOS, LO QUE LIMITA SU EFECTIVIDAD COMERCIAL Y REDUCE SU DIFERENCIACIÓN EN ENTORNOS SATURADOS. BID LAB Y NTT DATA. INFORME DE MADUREZ DIGITAL EN MIPYMES DE AMÉRICA LATINA, 2023. HTTPS://PUBLICATIONS.IADB.ORG/ES/MIPYMES-Y-TRANSFORMACION-DIGITAL-EN-AMERICA-LATINA LA NECESIDAD SE ATIENDE PARCIAL CON LA FORMACIÓN, YA QUE SE HABILITA EL CONOCIMIENTO, ESPERANDO UNA ETAPA DE APROPIACIÓN Y PRÁCTICA.	**ENFOQUE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN**	**FORMACIÓN EN EL TRABAJO**
ANÁLISIS DE CAUSAS Y EFECTOS DEL PROBLEMA O NECESIDAD DETECTADA	2.CAUSAS -BAJA APROPIACIÓN DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES ACCESIBLES COMO LA IA GENERATIVA Y HERRAMIENTAS DE AUTOMATIZACIÓN NARRATIVA. -DESCONOCIMIENTO DE MARCOS METODOLÓGICOS PARA ESTRUCTURAR PROPUESTAS COMERCIALES CON ENFOQUE NARRATIVO. -AUSENCIA DE CULTURA ORGANIZACIONAL ORIENTADA A LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y LA DIFERENCIACIÓN SIMBÓLICA, LO CUAL LIMITA LA CAPACIDAD DE LAS EMPRESAS PARA CONECTAR CON SUS AUDIENCIAS, JUSTIFICAR SU PRICING Y FIDELIZAR A SUS CLIENTES EN ENTORNOS COMPETITIVOS. SE EVIDENCIA UNA BAJA APROPIACIÓN DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES COMO LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA, LOS SISTEMAS DE AUTOMATIZACIÓN NARRATIVA Y LAS PLATAFORMAS DE PERSONALIZACIÓN DE CONTENIDOS, DEBIDO A LA ESCASA FORMACIÓN ESPECIALIZADA Y A LA AUSENCIA DE RUTAS DE ACTUALIZACIÓN QUE CONECTEN CON LA REALIDAD FUNCIONAL DE MANDOS MEDIOS Y OPERATIVOS. EFECTOS -PERSISTENCIA DE PROPUESTAS COMERCIALES GENÉRICAS, POCO PERSUASIVAS Y CENTRADAS EN CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS, QUE REDUCEN LA TASA DE CONVERSIÓN, AUMENTAN LA DEPENDENCIA DEL PRECIO Y AFECTAN LA SOSTENIBILIDAD DEL CICLO COMERCIAL. -DESAPROVECHAMIENTO DE HERRAMIENTAS COMO LA IA GENERATIVA PARA PERSONALIZAR COMUNICACIONES COMERCIALES, AUTOMATIZAR MENSAJES CLAVE Y ESCALAR LA RELACIÓN CON EL CLIENTE. -PÉRDIDA DE POSICIONAMIENTO FRENTE A COMPETIDORES CON MAYOR SOFISTICACIÓN NARRATIVA, REDUCIENDO LAS OPORTUNIDADES DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS, EXPANSIÓN DE MERCADO Y CRECIMIENTO EN VENTAS RECURRENTES. LAS MIPYMES MULTISECTORIALES ENFRENTAN EFECTOS QUE COMPROMETEN SU DESEMPEÑO COMERCIAL Y SU SOSTENIBILIDAD COMPETITIVA. SE MANTIENE UNA BAJA TASA DE CONVERSIÓN EN LOS PROCESOS DE VENTA, DEBIDO A QUE LOS EQUIPOS NO LOGRAN CONECTAR EMOCIONAL Y RACIONALMENTE CON SUS CLIENTES, OFRECIENDO MENSAJES GENÉRICOS Y DESALINEADOS CON LAS EXPECTATIVAS DEL MERCADO ACTUAL.		
OBJETIVO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	OBJETIVO DESARROLLAR COMPETENCIAS EN PENSAMIENTO NARRATIVO ESTRATÉGICO, AUTOMATIZACIÓN COGNITIVA Y CREATIVIDAD APLICADA, PARA QUE LOS TRABAJADORES DE MIPYMES MULTISECTORIALES DISEÑEN PROPUESTAS COMERCIALES DIFERENCIADAS, EMOCIONALMENTE CONECTADAS Y ESCALABLES CON APOYO DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA. PARA QUÉ ESTE OBJETIVO RESPONDE A LA NECESIDAD CRÍTICA DE LAS MIPYMES MULTISECTORIALES DE MODERNIZAR SUS PROCESOS COMERCIALES, SUPERAR LA FRAGMENTACIÓN OPERATIVA Y ADAPTARSE A LAS NUEVAS DINÁMICAS DE CONSUMO DIGITAL, MEDIANTE LA APROPIACIÓN PRÁCTICA DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES. A TRAVÉS DE ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA SE BUSCA: - REDUCIR LA INEFICIENCIA EN LOS PROCESOS DE PROSPECCIÓN, SEGMENTACIÓN Y CIERRE COMERCIAL, MEDIANTE LA ADOPCIÓN DE HERRAMIENTAS DE IA GENERATIVA QUE PERMITEN CREAR CONTENIDOS AUTOMATIZADOS, RESPUESTAS PREDICTIVAS Y ASISTENTES CONVERSACIONALES INTELIGENTES. - INCREMENTAR LA CAPACIDAD DE PERSONALIZACIÓN Y FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE, MEDIANTE EL USO DE MODELOS DE LENGUAJE (LLM) QUE ANALICEN GRANDES VOLÚMENES DE DATOS DE COMPORTAMIENTO Y DISEÑEN OFERTAS COMERCIALES DINÁMICAS Y CONTEXTUALIZADAS. - FORTALECER LA TOMA DE DECISIONES BASADA EN DATOS, APLICANDO SISTEMAS DE IA GENERATIVA QUE TRANSFORMEN LA ANALÍTICA COMERCIAL EN RECOMENDACIONES ACCIONABLES Y ESCENARIOS PROYECTIVOS PARA VENTAS, PRECIOS O SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. - AUMENTAR LA PRODUCTIVIDAD DE LOS EQUIPOS COMERCIALES, AL REDUCIR LAS TAREAS OPERATIVAS REPETITIVAS A TRAVÉS DE AUTOMATIZACIÓN INTELIGENTE EN LA REDACCIÓN DE COPYS, DISEÑO DE CAMPAÑAS, GESTIÓN DE CRM Y ATENCIÓN AL CLIENTE. ESTE OBJETIVO ES COMPLETAMENTE ALCANZABLE DEBIDO AL DISEÑO MODULAR DE LA FORMACIÓN, LA INCORPORACIÓN DE PLATAFORMAS ACCESIBLES (COMO CHATGPT, COPY.AI, JASPER, ETC.), EL ENFOQUE PRÁCTICO EN CASOS DE USO REALES DE MIPYMES Y LA ALINEACIÓN CON BRECHAS YA IDENTIFICADAS POR EL OBSERVATORIO MIPYME EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL, MARKETING AUTOMATIZADO E INTELIGENCIA DE NEGOCIOS. DE ACUERDO CON LO ANTERIOR, EL OBJETIVO ESTA ALINEAD		

EVENTO DE FORMACIÓN

TIPO DE EVENTO DE FORMACIÓN	**CURSO**	**MODALIDAD DE FORMACIÓN**	**VIRTUAL**	**METODOLOGÍA DE FORMACIÓN**	**TEÓRICO - PRÁCTICA**	**NÚMERO DE HORAS POR GRUPO**	**40**	**NÚMERO DE GRUPOS**	**8**
BENEFICIARIOS PRESENCIALES POR GRUPO	**0**	**BENEFICIARIOS VIRTUALES POR GRUPO**	**35**	**TOTAL DE HORAS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN**	**320**	**TOTAL DE BENEFICIARIOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN**	**280**		

PERFIL DE LOS BENEFICIARIOS - FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA

ÁREAS FUNCIONALES DE LOS BENEFICIARIOS	**VENTAS, MARKETING, INNOVACIÓN, TECNOLOGÍA, SERVICIO AL CLIENTE**	**JUSTIFICACIÓN ÁREAS FUNCIONALES A BENEFICIAR**	LA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESTÁ DISEÑADA PARA IMPACTAR DE MANERA TRANSVERSAL ÁREAS FUNCIONALES CLAVE EN LAS MIPYMES MULTISECTORIALES, DEBIDO A QUE LA NARRATIVA ESTRATÉGICA, LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA Y LA PERSONALIZACIÓN DE PROPUESTAS COMERCIALES NO SON COMPETENCIAS EXCLUSIVAS DEL ÁREA DE VENTAS O MARKETING, SINO QUE REQUIEREN UNA ARTICULACIÓN INTERFUNCIONAL PARA GENERAR IMPACTO REAL. LAS ÁREAS DE MARKETING Y VENTAS SON DIRECTAMENTE IMPACTADAS AL SER RESPONSABLES DE GENERAR, COMUNICAR Y CONVERTIR VALOR FRENTE AL CLIENTE, POR LO QUE NECESITAN HERRAMIENTAS PARA DISEÑAR RELATOS DIFERENCIADORES Y AUTOMATIZAR FLUJOS DE CAPTACIÓN CON IA. INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA REQUIEREN APROPIARSE DE LAS METODOLOGÍAS DE AUTOMATIZACIÓN NARRATIVA, INTELIGENCIA COMERCIAL Y ADAPTACIÓN A CANALES DIGITALES, PARA ESCALAR SOLUCIONES Y PROTOTIPOS VIABLES DE POSICIONAMIENTO. SERVICIO AL CLIENTE ES UN PUNTO CLAVE DE CONTACTO Y FIDELIZACIÓN, POR LO CUAL NECESITA HERRAMIENTAS NARRATIVAS EMPÁTICAS, CONSISTENTES Y AJUSTADAS AL PERFIL DE CADA USUARIO.

NIVELES OCUPACIONALES DE LOS BENEFICIARIOS	**MEDIO, OPERATIVO**	**JUSTIFICACIÓN BENEFICIARIOS DE LOS NIVELES OCUPACIONALES**	LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA “CONVERSIÓN DE RELATOS EMPRESARIALES EN PROPUESTAS COMERCIALES DE ALTO VALOR PERCIBIDO” ESTÁ ESTRATÉGICAMENTE DISEÑADA PARA IMPACTAR TANTO A TRABAJADORES DE NIVEL MEDIO COMO OPERATIVO, YA QUE LA EFECTIVIDAD DE LOS RELATOS COMERCIALES Y EL USO DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA DEPENDEN DE UNA EJECUCIÓN ARTICULADA ENTRE AMBOS NIVELES JERÁRQUICOS. EN EL NIVEL OPERATIVO (ASESORES COMERCIALES, AUXILIARES DE VENTAS, PERSONAL DE SERVICIO AL CLIENTE, ASISTENTES DE MARKETING), LOS PARTICIPANTES ADQUIRIRÁN HERRAMIENTAS PRÁCTICAS PARA ESTRUCTURAR MENSAJES DE VALOR COHERENTES, APLICAR FORMATOS NARRATIVOS PERSUASIVOS EN MEDIOS DIGITALES, PERSONALIZAR INTERACCIONES CON CLIENTES Y UTILIZAR HERRAMIENTAS DE IA COMO GENERADORES DE CONTENIDO PARA REDES SOCIALES, PROPUESTAS SIMPLES Y RESPUESTAS AUTOMATIZADAS. ESTA APROPIACIÓN PERMITE ELEVAR EL NIVEL COMUNICACIONAL EN LOS PUNTOS DE CONTACTO MÁS FRECUENTES CON EL CLIENTE, OPTIMIZAR TIEMPOS OPERATIVOS Y MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO OFRECIDO. EN EL NIVEL MEDIO (COORDINADORES DE MERCADEO, JEFES DE VENTAS, LÍDERES DE EXPERIENCIA DE CLIENTE, RESPONSABLES DE INNOVACIÓN), LA FORMACIÓN PERMITIRÁ DISEÑAR ESTRATEGIAS NARRATIVAS MULTICANAL, LIDERAR PROCESOS DE AUTOMATIZACIÓN COMERCIAL CON IA, SUPERVISAR COHERENCIA DE LOS MENSAJES CON EL POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL, TOMAR DECISIONES INFORMADAS SOBRE SEGMENTACIÓN Y STORYTELLING, Y ORIENTAR CAMPAÑAS HACIA RESULTADOS MEDIBLES. ESTE PERFIL TIENE LA RESPONSABILIDAD DE ALINEAR LA NARRATIVA EMPRESARIAL CON LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y LIDERAR SU IMPLEMENTACIÓN. LA PARTICIPACIÓN CONJUNTA DE AMBOS NIVELES ES INDISPENSABLE PARA LOGRAR QUE LOS RELATOS DE VALOR DISEÑADOS ESTRATÉGICAMENTE SE IMPLEMENTEN CON CONSISTENCIA, CREATIVIDAD Y PERTINENCIA OPERATIVA. ESTE ENFOQUE ASEGURA UNA TRANSFORMACIÓN TRANSVERSAL EN LAS CAPACIDADES COMERCIALES DE LAS MIPYMES DEL GREMIO, FORTALECE LA APROPIACIÓN TECNOLÓGICA Y ELEVA EL IMPACTO DE LA FORMACIÓN EN LA PRODUCTIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES
OCUPACIÓN CUOC	**21410 - INGENIEROS INDUSTRIALES Y DE PRODUCCIÓN, 24210 - PROFESIONALES Y ANALISTAS DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN, 33411 - SUPERVISORES ADMINISTRATIVOS, 21522 - INGENIEROS DE AUTOMATIZACIÓN E INSTRUMENTACIÓN, 21531 - INGENIEROS DE TELECOMUNICACIONES, 25110 - ANALISTAS DE SISTEMAS, 25140 - PROGRAMADORES DE APLICACIONES, 25190 - DESARROLLADORES Y ANALISTAS DE SOFTWARE Y MULTIMEDIA NO CLASIFICADOS EN OTRAS OCUPACIONES, 25230 - PROFESIONALES EN REDES DE COMPUTADORES, 33220 - REPRESENTANTES COMERCIALES, 33392 - ASISTENTES DE MERCADEO, PUBLICIDAD Y COMUNICACIONES, 42251 - AUXILIARES DE INFORMACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE, 33413 - SUPERVISORES Y COORDINADORES DE PROCESOS DE NEGOCIO, EMPLEADOS DE INFORMACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE**		

NÚMERO DE TRABAJADORES MUJERES QUE SE BENEFICIAN DE LA FORMACIÓN	**50**	**NÚMERO DE TRABAJADORES EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD QUE SE BENEFICIAN DE LA FORMACIÓN**	**N/A**	**NÚMERO DE TRABAJADORES CAMPESINOS QUE SE BENEFICIAN DE LA FORMACIÓN**	**N/A**	**NÚMERO DE EMPRESAS BIC A BENEFICIAR**	**N/A**

NÚMERO DE EMPRESAS MIPYMES A BENEFICIAR	**5**	**JUSTIFICACIÓN EMPRESAS Y TRABAJADORES DE MIPYMES A BENEFICIAR**	A CORTE 2025, EL GRUPO MULTISECTORIAL SE CONSOLIDA COMO UNA DE LAS PLATAFORMAS GREMIALES MÁS INFLUYENTES DEL SUROCCIDENTE COLOMBIANO, REPRESENTANDO A MÁS DE 100 EMPRESAS DE SECTORES DIVERSOS COMO AGROINDUSTRIA, ECONOMÍA NARANJA, COMERCIO, MANUFACTURA, TECNOLOGÍA Y SERVICIOS. SU CAPACIDAD DE DIAGNÓSTICO MULTISECTORIAL, EXPRESADA A TRAVÉS DEL OBSERVATORIO MIPYME Y SU COMITÉ DE LÍDERES, PERMITE DISEÑA ACCIONES DE FORMACIÓN BASADAS EN INFORMACIÓN REAL, VALIDADA Y CONTEXTUALIZADA Y QUE PARA EL CASO SEAN PERTINENTES PARA LAS MIPYMES AFILIADAS.
NÚMERO DE TRABAJADORES A BENEFICIAR DE EMPRESAS MIPYMES	**5**		

NÚMERO DE EMPRESAS DE SU CADENA PRODUCTIVA A BENEFICIAR	**5**	**JUSTIFICACIÓN EMPRESAS Y BENEFICIARIOS DE LA CADENA PRODUCTIVA A BENEFICIAR**	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. SI BIEN EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, MUCHAS DE LAS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENEN RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN A ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS REGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS. ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL ES ESTRATÉGICA PARA CONSOLIDAR UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA, COHESIONADA Y PREPARADA PARA ENFRENTAR RETOS COMUNES EN PRODUCTIVIDAD, TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y SOSTENIBILIDAD, IMPULSANDO ASÍ EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.
NÚMERO DE TRABAJADORES A BENEFICIAR DE EMPRESAS DE SU CADENA PRODUCTIVA	**5**		

SECTORES Y SUB-SECTORES DEL BENEFICIARIO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN			
SECTOR(ES) AL QUE PERTENECE LOS BENEFICIARIOS DE LA FORMACIÓN	**SERVICIOS**	**SUB-SECTOR(ES) AL QUE PERTENECE LOS BENEFICIARIOS DE LA FORMACIÓN**	**SERVICIOS, COMERCIO, INDUSTRIA, TRANSVERSAL**

CLASIFICACIÓN DE SECTOR(ES) Y SUB-SECTOR(ES), A BENEFICIAR CON ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN			
CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SECTOR(ES) A BENEFICIAR CON LA AF	**SERVICIOS**	**CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SUB-SECTOR(ES) A BENEFICIAR CON LA AF**	**TRANSVERSAL**

JUSTIFICACIÓN SECTORES Y SUB-SECTORES A BENEFICIAR	**LA FORMACIÓN PROPUESTA SE ARTICULA CON EL SECTOR SERVICIOS, DEFINIENDO COMO SUBSECTOR EL TRANSVERSAL EN FUNCIÓN DE LAS MÚLTIPLES ACTIVIDADES ECONÓMICAS QUE DESARROLLAN LAS EMPRESAS REPRESENTADAS POR EL GRUPO MULTISECTORIAL. ESTAS ORGANIZACIONES PRESTAN SERVICIOS CLAVE COMO LOGÍSTICA, TECNOLOGÍA, CONSULTORÍA, MARKETING, ATENCIÓN AL CLIENTE, DESARROLLO DE SOFTWARE, SOPORTE COMERCIAL Y GESTIÓN OPERATIVA, ENTRE OTROS.**
AMBIENTE DE APRENDIZAJE	**AULA VIRTUAL**

ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	
ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	**INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN EMPRESARIAL**
JUSTIFICACIÓN DE LA ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	LA ACCIÓN FORMATIVA PROMUEVE PROCESOS SISTEMÁTICOS DE DISEÑO DE PROPUESTAS DE VALOR BASADOS EN ANÁLISIS DEL CLIENTE, APLICACIÓN DE MODELOS NARRATIVOS COGNITIVOS, ACTIVACIÓN DE MÉTRICAS Y AUTOMATIZACIÓN DE MENSAJES. ESTOS ELEMENTOS NO SOLO CORRESPONDEN A UNA ACTUALIZACIÓN TECNOLÓGICA, SINO QUE CONSTITUYEN UN MODELO DE INNOVACIÓN APLICADA EN LA FORMA COMO LAS MIPYMES ESTRUCTURAN SU OFERTA COMERCIAL Y ACCEDEN A NUEVOS MERCADOS. DESDE ESTA PERSPECTIVA, EL PROCESO DE CONVERTIR RELATOS EMPRESARIALES EN PROPUESTAS ESTRATÉGICAS MULTICANAL USANDO HERRAMIENTAS COMO IA GENERATIVA, ANÁLISIS DE DATOS Y FRAMEWORKS DE PRUEBA SOCIAL IMPLICA LA APROPIACIÓN DE METODOLOGÍAS INNOVADORAS, LA EXPERIMENTACIÓN, EL REDISEÑO DE PROCESOS COMERCIALES Y LA GENERACIÓN DE SOLUCIONES ADAPTADAS A ENTORNOS CAMBIANTES, LO QUE SE ENMARCA EN LA LÓGICA DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL PLANTEADA POR EL PND. ADEMÁS, EL TRABAJO NARRATIVO SISTEMÁTICO BASADO EN DATOS, NEUROCOGNICIÓN, EVIDENCIAS Y DIFERENCIACIÓN POSICIONA A LAS EMPRESAS PARA GENERAR VALOR AGREGADO A SUS SERVICIOS Y PRODUCTOS A TRAVÉS DE LA INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, LO QUE ES COHERENTE CON LOS PROPÓSITOS DE ESTA LÍNEA PRIORIZADA. EN LAS BASES DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2022–2026, EN LA PÁGINA 144, SE MENCIONA EXPRESAMENTE LA NECESIDAD DE FORTALECER LA INNOVACIÓN EN PROCESOS EMPRESARIALES COMO PARTE DEL IMPULSO A LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD, PRIORIZANDO MECANISMOS DE FORMACIÓN, APROPIACIÓN DE TECNOLOGÍAS Y REDISEÑO DE CAPACIDADES ORGANIZACIONALES. “SE PRIORIZARÁ EL FORTALECIMIENTO DE PROCESOS DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL Y EL DESARROLLO DE CAPACIDADES PARA TRANSFORMAR PRODUCTOS, SERVICIOS, PROCESOS Y MODELOS DE NEGOCIO EN SECTORES ESTRATÉGICOS.”

JUSTIFICACIÓN ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA	
JUSTIFICACIÓN ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA	LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA SE CONSIDERA ESPECIALIZADA POR SU ENFOQUE TÉCNICO, ESTRATÉGICO Y CONTEXTUALIZADO, DIRIGIDO A RESOLVER DESAFÍOS CONCRETOS EN LOS PROCESOS COMERCIALES DE LAS MIPYMES MULTISECTORIALES AFILIADAS AL GREMIO. A DIFERENCIA DE UNA FORMACIÓN BÁSICA, ESTA ACCIÓN ESTÁ DISEÑADA CON METODOLOGÍAS AVANZADAS, CONTENIDOS DIFERENCIADORES Y HERRAMIENTAS DIGITALES EMERGENTES COMO IA GENERATIVA Y STORYSELLING COGNITIVO, LO QUE REQUIERE UN NIVEL DE APROPIACIÓN INTERMEDIO O SUPERIOR POR PARTE DE LOS PARTICIPANTES. CADA UNIDAD TEMÁTICA RESPONDE A PROBLEMAS ESPECÍFICOS DEL ENTORNO COMERCIAL ACTUAL, COMO LA SATURACIÓN INFORMATIVA, LA BAJA CONVERSIÓN EN ENTORNOS DIGITALES, LA DÉBIL DIFERENCIACIÓN DE MARCA Y LA FALTA DE COHERENCIA NARRATIVA MULTICANAL. ESTAS BRECHAS NO PUEDEN SER ABORDADAS CON FORMACIÓN GENÉRICA, SINO MEDIANTE UNA CAPACITACIÓN A LA MEDIDA, CENTRADA EN HERRAMIENTAS DE AUTOMATIZACIÓN NARRATIVA, ANÁLISIS SEMIÓTICO, DISEÑO DE RELATOS EMOCIONALES ORIENTADOS A RESULTADOS Y CONSTRUCCIÓN DE ARQUITECTURAS COMERCIALES PERSUASIVAS. ADICIONALMENTE, LA FORMACIÓN INCORPORA PROCESOS DE PERSONALIZACIÓN NARRATIVA AUTOMATIZADA, USO DE HEURÍSTICAS PERSUASIVAS, MODELOS DE NEUROSTORYTELLING Y FRAMEWORKS DE ESCALAMIENTO COMERCIAL CON IA, ELEMENTOS QUE NO HACEN PARTE DE UNA FORMACIÓN BÁSICA O INTRODUCTORIA. ESTO EXIGE UN PERFIL TÉCNICO Y OPERATIVO CON EXPERIENCIA PREVIA EN PROCESOS COMERCIALES, MARKETING O GESTIÓN DE PROPUESTAS. LA ESPECIALIZACIÓN TAMBIÉN SE EVIDENCIA EN EL ENFOQUE TRANSVERSAL DE APLICACIÓN INMEDIATA, QUE INTEGRA CONTENIDOS DE DISEÑO ESTRATÉGICO, PRODUCCIÓN DE CONTENIDO MULTIFORMATO, AUTOMATIZACIÓN DE FLUJOS COMERCIALES Y REDISEÑO DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE, TODO ELLO ADAPTADO A LA REALIDAD PRESUPUESTAL Y TECNOLÓGICA DE LAS MIPYMES BENEFICIARIAS. POR TANTO, ESTA ACCIÓN FORMATIVA NO SOLO ES ESPECIALIZADA POR SU PROFUNDIDAD TEMÁTICA, SINO POR SU RELEVANCIA ESTRATÉGICA, SU ALINEACIÓN CON PROBLEMÁTICAS MULTISECTORIALES REALES Y SU NIVEL TÉCNICO EXIGENTE.

RESULTADOS - IMPACTO DE LA FORMACIÓN EN EL DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR Y APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS EN EL PUESTO DE TRABAJO	
1	-DISEÑAR ARQUITECTURAS NARRATIVAS COMERCIALES COHERENTES CON LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL, ADAPTADAS A DIFERENTES PÚBLICOS Y PLATAFORMAS DIGITALES.
2	-APLICAR HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA PARA LA AUTOMATIZACIÓN DE CONTENIDOS COMERCIALES, PROPUESTAS DE VALOR Y FLUJOS DE CAPTACIÓN DE CLIENTES. -APLICAR HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA PARA LA AUTOMATIZACIÓN DE CONTENIDOS COMERCIALES, PROPUESTAS DE VALOR Y FLUJOS DE CAPTACIÓN DE CLIENTES.
3	-CONSTRUIR PROPUESTAS COMERCIALES PERSUASIVAS QUE INTEGREN STORYTELLING, MÉTRICAS DE IMPACTO Y EVIDENCIA DE RESULTADOS CON LÓGICA EMOCIONAL Y RACIONAL.
4	-OPTIMIZAR PROCESOS DE VENTA Y COMUNICACIÓN COMERCIAL MEDIANTE LA PERSONALIZACIÓN AVANZADA DE MENSAJES, BASADOS EN ANÁLISIS DE COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE.
5	-PROTOTIPAR SOLUCIONES CREATIVAS DE COMUNICACIÓN Y VENTA CON TÉCNICAS DE PENSAMIENTO DIVERGENTE Y METODOLOGÍAS DE IDEACIÓN ESTRUCTURADA, ORIENTADAS A PROBLEMAS REALES DE LAS MIPYMES.

RESULTADOS - IMPACTO DE LA FORMACIÓNEN LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESASY GREMIOS

1	1.1. REDUCIR LOS TIEMPOS DE ELABORACIÓN DE PROPUESTAS COMERCIALES MEDIANTE EL USO AUTOMATIZADO DE HERRAMIENTAS DE IA GENERATIVA APLICADAS A VENTAS Y MARKETING. PRODUCTIVIDAD
2	2.1. INCREMENTAR LA EFICIENCIA OPERATIVA EN PROCESOS DE CAPTACIÓN, CONVERSIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES, GRACIAS A LA IMPLEMENTACIÓN DE ARQUITECTURAS NARRATIVAS SISTEMATIZADAS. PRODUCTIVIDAD
3	3.1. DISMINUIR LA CARGA DE TRABAJO MANUAL EN ÁREAS COMERCIALES MEDIANTE LA AUTOMATIZACIÓN DE CONTENIDOS Y PERSONALIZACIÓN DE MENSAJES A GRAN ESCALA. PRODUCTIVIDAD
4	1.2. POTENCIAR EL POSICIONAMIENTO DE LAS MIPYMES COMO EMPRESAS INNOVADORAS Y ADAPTADAS AL ENTORNO DIGITAL, A TRAVÉS DE PROPUESTAS COMERCIALES DIFERENCIADAS Y EMOCIONALMENTE CONECTADAS. COMPETITIVIDAD
5	2.2. MEJORAR LA PERCEPCIÓN DE VALOR DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS, MEDIANTE RELATOS CORPORATIVOS COHERENTES Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN BASADAS EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE. COMPETITIVIDAD

MATERIAL DE FORMACIÓN

MATERIAL DE FORMACIÓN SELECCIONADO	**CARTILLA DIGITAL**	**GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO**	PODCASTS	**RECURSOS DIDÁCTICOS**	**NO ESPECIFICADO / NO APLICA**

JUSTIFICACIÓN DEL MATERIAL DE FORMACIÓN (SI APLICA)	LA ACCIÓN DE FORMACIÓN REQUIERE DE MATERIAL DIGITAL ESPECIALIZADO, TANTO POR EL ENFOQUE TÉCNICO DE SUS CONTENIDOS COMO POR EL PERFIL DE LOS BENEFICIARIOS, MAYORITARIAMENTE PERTENECIENTES A NIVELES OPERATIVOS Y MEDIOS EN EMPRESAS MULTISECTORIALES CON PROCESOS DE COMERCIALIZACIÓN HÍBRIDOS O DIGITALES. DADO QUE LAS UNIDADES TEMÁTICAS ABORDAN COMPETENCIAS COMO LA AUTOMATIZACIÓN DE PROPUESTAS COMERCIALES, STORYTELLING APLICADO A VENTAS, INTEGRACIÓN DE IA GENERATIVA PARA CONTENIDOS Y VISUALIZACIÓN ESTRATÉGICA DE DATOS, EL MATERIAL DE FORMACIÓN DIGITAL PERMITE ACOMPAÑAR EL APRENDIZAJE CON SIMULACIONES INTERACTIVAS, PLANTILLAS AUTOMATIZADAS, HERRAMIENTAS DE USO REAL (COMO GENERADORES DE COPY, ASISTENTES VISUALES, DASHBOARDS), Y ENLACES A PLATAFORMAS Y SOFTWARE UTILIZADOS EN EL SECTOR. LA MODALIDAD DIGITAL TAMBIÉN FACILITA LA ACTUALIZACIÓN PERMANENTE DE RECURSOS, LA INTEGRACIÓN DE EJERCICIOS PRÁCTICOS Y ENTORNOS DE PRUEBA SINCRÓNICOS Y ASINCRÓNICOS, AJUSTÁNDOSE A LOS HORARIOS LABORALES DE LOS PARTICIPANTES Y GARANTIZANDO EL ACCESO DESDE DIVERSOS DISPOSITIVOS. ADEMÁS, ESTE MATERIAL FORTALECE LA APROPIACIÓN DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES MEDIANTE UNA EXPERIENCIA DE APRENDIZAJE CONTEXTUALIZADA, ESCALABLE Y TRAZABLE, RESPONDIENDO A LA METODOLOGÍA PROPUESTA —CENTRADA EN LA APLICACIÓN PRÁCTICA, EL APRENDIZAJE BASADO EN RETOS Y EL ACOMPAÑAMIENTO TUTORADO—, Y ASEGURANDO LA TRANSFERENCIA EFECTIVA DE CONOCIMIENTOS AL PUESTO DE TRABAJO. POR ESTAS RAZONES, EL RUBRO DESTINADO AL MATERIAL DIGITAL ESTÁ PLENAMENTE JUSTIFICADO Y RESULTA ESENCIAL PARA GARANTIZAR LA CALIDAD, PERTINENCIA Y APLICABILIDAD DE LA ACCIÓN FORMATIVA.

INSUMOS (SI APLICA)	NO ESPECIFICADO / NO APLICA	**JUSTIFICACION DE LOS INSUMOS (SI APLICA)**	NO ESPECIFICADO / NO APLICA

UNIDADES TEMATICAS DE LA ACCION DE FORMACIÓN — **AF N°** 2

NOMBRE DE LA UNIDAD TEMATICA	**ARQUITECTURA NARRATIVA CORPORATIVA PARA LA DIFERENCIACIÓN ESTRATÉGICA**	**CONSECUTIVO / NUMERO UNIDAD TEMATICA**	**1**

HORAS PRACTICAS A IMPARTIR	**6**	**HORAS TEORICAS A IMPARTIR**	**10**	**TOTAL DE HORAS DE LA UNIDAD TEMATICA**	**16**	**PERFIL DEL CAPACITADOR**	**R01.1.2 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL TITULADO CON EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS, Horas - 16**

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMATICA	1.1. INGENIERÍA DEL RELATO CORPORATIVO DESDE EL ADN ESTRATÉGICO MAPEO ESTRUCTURAL DEL ORIGEN, PROPÓSITO, VISIÓN DE TRANSFORMACIÓN Y VENTAJA COMPETITIVA. ARQUETIPOS NARRATIVOS APLICADOS A EMPRESAS MULTISECTORIALES. BENCHMARK NARRATIVO EN MODELOS DE ALTO POSICIONAMIENTO NACIONAL. 1.2. TRANSLACIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR EMPRESARIAL EN ECOSISTEMAS NARRATIVOS MODELADO NARRATIVO DE IMPACTO DESDE LA ÓPTICA DEL CLIENTE (VALUE STORY MAPPING). ESTRUCTURAS “PROBLEMA–SOLUCIÓN–CONSECUENCIA” ORIENTADAS A CONVERSIÓN. APLICACIONES DEL STORYSELLING EN CONTEXTOS DE ALTA COMPETITIVIDAD. 1.3. SISTEMATIZACIÓN NARRATIVA MULTICANAL PARA PÚBLICOS SEGMENTADOS ARQUITECTURAS NARRATIVAS SEGÚN BUYER PERSONA: TÉCNICO, ESTRATÉGICO, DECISOR. CODIFICACIÓN EMOCIONAL DE MENSAJES SEGÚN CANAL: FÍSICO, SOCIAL MEDIA, CRM. PROTOCOLOS DE AJUSTE NARRATIVO PARA ENTORNOS B2B, B2C Y MIXTOS. 1.4. AUDITORÍA SEMIÓTICA DE COHERENCIA NARRATIVA MULTIPLATAFORMA DETECCIÓN DE BRECHAS ENTRE IDENTIDAD NARRATIVA Y EXPERIENCIA DE CLIENTE. ANÁLISIS INTEGRAL DE PUNTOS DE CONTACTO NARRATIVOS. MATRICES DE CONSISTENCIA NARRATIVA Y ALINEACIÓN REPUTACIONAL.

COMPETENCIA POR ADQUIRIR	ACCIÓN: CONSTRUIR ESTRUCTURAS NARRATIVAS EMPRESARIALES COHERENTES CON EL ADN ORGANIZACIONAL, ADAPTADAS A PÚBLICOS ESTRATÉGICOS Y APLICABLES A CONTEXTOS COMERCIALES MULTICANAL, PARA POSICIONAR DIFERENCIADAMENTE PRODUCTOS Y SERVICIOS. JUSTIFICACIÓN: LA NARRATIVA EMPRESARIAL ES UNA HERRAMIENTA ESTRATÉGICA QUE PROYECTA VALOR, IDENTIDAD Y PROPÓSITO. ESTE MÓDULO DOTA A LOS PARTICIPANTES DE LA CAPACIDAD PARA DISEÑAR RELATOS COMERCIALES POTENTES, CONSISTENTES Y EMOCIONALMENTE CONECTADOS CON SUS AUDIENCIAS, MEJORANDO SU IMPACTO EN MERCADOS COMPETITIVOS. CONOCIMIENTO: PRINCIPIOS DE STORYTELLING CORPORATIVO, ARQUETIPOS NARRATIVOS SECTORIALES, MATRICES DE BUYER PERSONA, NARRATIVA OMNICANAL, ANÁLISIS SEMIÓTICO Y HERRAMIENTAS PARA AUDITORÍA NARRATIVA. CONTEXTO: ESTA COMPETENCIA SE APLICA EN MIPYMES MULTISECTORIALES QUE NECESITAN FORTALECER SU POSICIONAMIENTO COMERCIAL EN ENTORNOS DE ALTA COMPETITIVIDAD, DONDE DIFERENCIARSE POR PRECIO O CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS YA NO ES SUFICIENTE. LAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS REQUIEREN ESTRUCTURAR NARRATIVAS COHERENTES CON SU ADN ORGANIZACIONAL PARA TRANSMITIR CONFIANZA, PROPÓSITO Y VALOR AGREGADO, TANTO EN CANALES FÍSICOS COMO DIGITALES. HABILIDAD: DISEÑAR RELATOS DIFERENCIADORES DESDE LA VISIÓN DE CLIENTE, MAPEAR PUNTOS DE CONTACTO NARRATIVOS Y ADAPTAR MENSAJES SEGÚN CANAL Y PERFIL DE RECEPTOR.
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	ESTUDIO DE CASO, FORO, INFOGRAFÍA
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	NO APLICA

HABILIDADES TRANSVERSALES

HABILIDAD TRANSVERSAL A EJECUTAR EN ESTA UNIDAD TEMATICA (SOLO UNA HABILIDAD POR AF)	**PENSAMIENTO CREATIVO**	**NUMERO DE HORAS A EJECUTAR**	**2**	**PORCENTAJE DE HORAS A EJECUTAR**	**5,0%**

UNIDADES TEMATICAS DE LA ACCION DE FORMACIÓN — **AF N°** 2

NOMBRE DE LA UNIDAD TEMATICA	**FORMULACIÓN DE PROPUESTAS DE VALOR COMERCIAL BASADAS EN ESTRATEGIAS NARRATIVAS COGNITIVAS**	**CONSECUTIVO / NUMERO UNIDAD TEMATICA**	**2**		

HORAS PRACTICAS A IMPARTIR	**6**	**HORAS TEORICAS A IMPARTIR**	**10**	**TOTAL DE HORAS DE LA UNIDAD TEMATICA**	**16**	**PERFIL DEL CAPACITADOR**	**R01.1.2 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL TITULADO CON EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS, Horas - 16**

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMATICA	2.1. REDACCIÓN TÉCNICA DE PROPUESTAS COMERCIALES CON ESTRUCTURAS NARRATIVAS DE PERSUASIÓN COMPONENTES NEURO-COGNITIVOS EN LA ESTRUCTURACIÓN DE OFERTAS. DISCURSO DE VALOR ARGUMENTATIVO Y EMOCIONAL: PRICING NARRATIVO, URGENCIA Y PRUEBA SOCIAL. FRAMEWORKS AUTOMATIZADOS PARA DISEÑO DE PROPUESTAS EN ECOSISTEMAS DIGITALES. 2.2. INTEGRACIÓN DE EVIDENCIA, MÉTRICAS Y TESTIMONIOS EN NARRATIVAS DE ALTA INFLUENCIA –DISEÑO DE PORTAFOLIOS CON STORYTELLING DE RESULTADOS E INDICADORES DE ÉXITO. –ACTIVACIÓN DE LA HEURÍSTICA DE PRUEBA Y RECIPROCIDAD NARRATIVA. –USO ESTRATÉGICO DE NEURODATOS Y VISUALIZACIÓN PERSUASIVA. –2.3. GENERACIÓN DE RELATOS COMERCIALES DIFERENCIALES PARA ENTORNOS SATURADOS –MÉTODOS DE STORYTELLING COMPETITIVO CON ENFOQUE DE “VALOR PERCIBIDO AMPLIADO”. –MATRICES DE CONTRASTE NARRATIVO FRENTE A PROPUESTAS ESTÁNDAR DEL MERCADO. –PROTOCOLOS DE ANTICIPACIÓN Y NEUTRALIZACIÓN DE OBJECIONES CON NARRATIVA ESTRUCTURADA. – 2.4. ESCALAMIENTO DE NARRATIVAS COMERCIALES MEDIANTE AUTOMATIZACIÓN Y PERSONALIZACIÓN AVANZADA –SISTEMAS DE PERSONALIZACIÓN NARRATIVA POR SEGMENTO CON HERRAMIENTAS DE IA GENERATIVA. –AUTOMATIZACIÓN NARRATIVA CON TRIGGERS DE COMPORTAMIENTO DIGITAL. –MODELOS REPLICABLES DE PLANTILLAS NARRATIVAS PARA ESCALAMIENTO MULTICLIENTE.
COMPETENCIA POR ADQUIRIR	ACCIÓN: REDACTAR PROPUESTAS COMERCIALES CON LÓGICA PERSUASIVA, EVIDENCIA DE IMPACTO Y ESTRUCTURACIÓN NARRATIVA, INTEGRANDO ELEMENTOS TÉCNICOS Y EMOCIONALES QUE ELEVEN LA PERCEPCIÓN DE VALOR ANTE CLIENTES ESTRATÉGICOS. JUSTIFICACIÓN: LAS DECISIONES DE COMPRA SON RESULTADO DE UNA MEZCLA DE EMOCIÓN Y RAZÓN. ESTE MÓDULO PERMITE AL PARTICIPANTE TRADUCIR LA PROPUESTA EMPRESARIAL EN OFERTAS IRRESISTIBLES, MEDIANTE ESTRUCTURAS NARRATIVAS BASADAS EN DATOS, TESTIMONIOS Y DIFERENCIACIÓN COGNITIVA. CONOCIMIENTO: ESTRUCTURAS DE PERSUASIÓN NARRATIVA, PRICING EMOCIONAL, VISUALIZACIÓN DE EVIDENCIA, MÉTRICAS DE ÉXITO Y AUTOMATIZACIÓN DE PROPUESTAS. CONTEXTO: ESTA COMPETENCIA SE APLICA EN MIPYMES MULTISECTORIALES QUE DEBEN CONSTRUIR PROPUESTAS COMERCIALES DE ALTO IMPACTO PARA CAPTAR CLIENTES ESTRATÉGICOS, ESPECIALMENTE EN SECTORES DONDE LA COMPETENCIA NO SE BASA SOLO EN PRECIOS, SINO EN DIFERENCIACIÓN, CONFIANZA Y PERCEPCIÓN DE VALOR. EN ESTOS ENTORNOS, LA REDACCIÓN DE PROPUESTAS QUE INTEGREN ARGUMENTOS RACIONALES (DATOS, EVIDENCIA, RESULTADOS) Y ELEMENTOS EMOCIONALES (HISTORIA, CONEXIÓN, URGENCIA) ES CLAVE PARA INFLUIR EN LA DECISIÓN DE COMPRA. HABILIDAD: FORMULAR OFERTAS COMERCIALES CON STORYTELLING, INCORPORAR PRUEBA SOCIAL Y DISEÑAR PRESENTACIONES ORIENTADAS AL CIERRE EFECTIVO.
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	ESTUDIO DE CASO, LECTURA DE TEXTOS
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	NO APLICA

HABILIDADES TRANSVERSALES

HABILIDAD TRANSVERSAL A EJECUTAR EN ESTA UNIDAD TEMATICA (SOLO UNA HABILIDAD POR AF)	**NO APLICA**	**NUMERO DE HORAS A EJECUTAR**	**0**	**PORCENTAJE DE HORAS A EJECUTAR**	**0,0%**

UNIDADES TEMATICAS DE LA ACCION DE FORMACIÓN — **AF N°** 2

NOMBRE DE LA UNIDAD TEMATICA	**ACTIVACIÓN ESTRATÉGICA DEL RELATO COMERCIAL EN ECOSISTEMAS DE ALTO TRÁFICO**	**CONSECUTIVO / NUMERO UNIDAD TEMATICA**	**3**		

HORAS PRACTICAS A IMPARTIR	**2**	**HORAS TEORICAS A IMPARTIR**	**4**	**TOTAL DE HORAS DE LA UNIDAD TEMATICA**	**6**	**PERFIL DEL CAPACITADOR**	**R01.1.2 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL TITULADO CON EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS, Horas - 6**

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMATICA	3.1. CURADURÍA DE CANALES Y FORMATOS NARRATIVOS SEGÚN RUTA DE CONVERSIÓN DEL CLIENTE –SELECCIÓN MULTICANAL POR ARQUETIPO DE CLIENTE Y ETAPA DEL FUNNEL. –DISEÑO DE TRAYECTORIAS NARRATIVAS DE IMPACTO EN ENTORNOS DIGITALES Y PRESENCIALES. 3.2. FORMACIÓN DE VOCERÍAS COMERCIALES EN COMUNICACIÓN NARRATIVA DE ALTO RENDIMIENTO –COACHING NARRATIVO PARA VENDEDORES, LÍDERES Y EMBAJADORES DE MARCA. –ENTRENAMIENTO DE PITCH NARRATIVO EN 3 NIVELES: INFORMATIVO, PERSUASIVO Y EMOCIONAL. 3.3. INSTRUMENTACIÓN Y FEEDBACK ANALÍTICO DE NARRATIVAS COMERCIALES –MÉTRICAS NARRATIVAS: TASA DE RETENCIÓN, RECALL EMOCIONAL, CTR NARRATIVO. –HERRAMIENTAS PARA RETROALIMENTACIÓN COGNITIVA DEL RELATO COMERCIAL.
COMPETENCIA POR ADQUIRIR	- ACCIÓN: DISEÑAR E IMPLEMENTAR ARQUITECTURAS COMERCIALES INTEGRADAS POR IA GENERATIVA, ORIENTADAS A PERSONALIZAR CONTENIDOS, ACELERAR RUTAS DE CONVERSIÓN Y FORTALECER EL POSICIONAMIENTO EN ECOSISTEMAS DE ALTO TRÁFICO DIGITAL. - JUSTIFICACIÓN: LA VELOCIDAD Y PERSONALIZACIÓN EN LA COMUNICACIÓN COMERCIAL SON CLAVES EN ENTORNOS DIGITALES SATURADOS. ESTE MÓDULO ENTRENA AL PARTICIPANTE EN EL USO DE IA GENERATIVA PARA MAXIMIZAR EL IMPACTO DEL RELATO COMERCIAL Y ESCALAR PROCESOS DE CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN. - CONOCIMIENTO: PLATAFORMAS DE IA GENERATIVA, FUNNELS DIGITALES, MÉTRICAS NARRATIVAS, ARQUETIPOS DIGITALES Y PROTOCOLOS DE PERSONALIZACIÓN. - CONTEXTO: ESTA COMPETENCIA SE APLICA EN MIPYMES QUE OPERAN EN ENTORNOS DIGITALES ALTAMENTE COMPETITIVOS, DONDE EL VOLUMEN DE CONTENIDO Y LA DISPERSIÓN DE LA ATENCIÓN DEL CLIENTE EXIGEN ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN MÁS ÁGILES, PERSONALIZADAS Y AUTOMATIZADAS. EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, COMERCIO, TECNOLOGÍA O MANUFACTURA, REPRESENTADAS POR EL GRUPO MULTISECTORIAL, DEBEN ACTIVAR SU RELATO COMERCIAL EN CANALES DE ALTO TRÁFICO COMO REDES SOCIALES, PLATAFORMAS WEB, MARKETPLACES O APPS DE MENSAJERÍA, GARANTIZANDO COHERENCIA, IMPACTO Y SEGMENTACIÓN. - HABILIDAD: DESARROLLAR FLUJOS DE AUTOMATIZACIÓN NARRATIVA, AJUSTAR MENSAJES POR SEGMENTO Y OPTIMIZAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE MEDIANTE IA.
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	ESTUDIO DE CASO, LECTURA DE TEXTOS
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	NO APLICA

HABILIDADES TRANSVERSALES					
HABILIDAD TRANSVERSAL A EJECUTAR EN ESTA UNIDAD TEMATICA (SOLO UNA HABILIDAD POR AF)	**NO APLICA**	**NUMERO DE HORAS A EJECUTAR**	**0**	**PORCENTAJE DE HORAS A EJECUTAR**	**0,0%**

UNIDADES TEMATICAS DE LA ACCION DE FORMACIÓN							**AF N°**	**2**
NOMBRE DE LA UNIDAD TEMATICA	**PENSAMIENTO CREATIVO – TRANSVERSAL PLIEGO CONVOCATORIA**					**CONSECUTIVO / NUMERO UNIDAD TEMATICA**	**4**	
HORAS PRACTICAS A IMPARTIR	**0**	**HORAS TEORICAS A IMPARTIR**	**2**	**TOTAL DE HORAS DE LA UNIDAD TEMATICA**	**2**	**PERFIL DEL CAPACITADOR**	**R01.1.3 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE ESPECIALIZACIÓN Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS, Horas - 2**	

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMATICA	4.1. DESBLOQUEO COGNITIVO Y RUPTURA DE PATRONES MENTALES LIMITANTES EN PROCESOS EMPRESARIALES APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PENSAMIENTO LATERAL, ANALOGÍAS FORZADAS Y DISRUPCIÓN DE PATRONES PARA IDENTIFICAR BLOQUEOS MENTALES FRECUENTES EN TAREAS OPERATIVAS, COMERCIALES O ESTRATÉGICAS. REDIRECCIONAMIENTO CREATIVO DE PROBLEMAS COTIDIANOS HACIA SOLUCIONES VIABLES Y DE ALTO IMPACTO. 4.2. IDEACIÓN ESTRATÉGICA PARA RETOS DE BAJO PRESUPUESTO Y ALTA ESCALABILIDAD IMPLEMENTACIÓN DE METODOLOGÍAS COMO SCAMPER, MAPAS MENTALES VISUALES Y “DESIGN HACKS” PARA LA GENERACIÓN DE SOLUCIONES FUNCIONALES EN CONTEXTOS DE RECURSOS LIMITADOS. ADAPTACIÓN DE PROCESOS CREATIVOS A REALIDADES DE MIPYMES MULTISECTORIALES. 4.3. DISEÑO ÁGIL DE MICROPROTOTIPOS PARA VALIDACIÓN RÁPIDA DE IDEAS EN ENTORNOS EMPRESARIALES CONSTRUCCIÓN DE SOLUCIONES RÁPIDAS, TESTEO DE IDEAS MEDIANTE SIMULACIONES FUNCIONALES Y CREACIÓN DE PROPUESTAS MÍNIMAS VIABLES PARA EVALUAR SU APLICABILIDAD, RESPUESTA DEL ENTORNO Y POTENCIAL DE ESCALABILIDAD.
COMPETENCIA POR ADQUIRIR	ACCIÓN: APLICAR ESTRATEGIAS DE PENSAMIENTO CREATIVO ESTRUCTURADO PARA REDISEÑAR PROCESOS, RESOLVER DESAFÍOS OPERATIVOS Y GENERAR SOLUCIONES ESCALABLES EN CONTEXTOS DE BAJA INVERSIÓN Y ALTA ADAPTABILIDAD EN MIPYMES MULTISECTORIALES. JUSTIFICACIÓN: LA CREATIVIDAD APLICADA ES UN MOTOR DE INNOVACIÓN FUNCIONAL QUE PERMITE A LAS MIPYMES RESPONDER A CAMBIOS, LIMITACIONES PRESUPUESTARIAS Y RETOS COMPETITIVOS CON INGENIO PRÁCTICO. ESTA UNIDAD ENTRENA AL TRABAJADOR PARA DESBLOQUEAR SU POTENCIAL CREATIVO, TRANSFORMAR BARRERAS EN OPORTUNIDADES Y DISEÑAR MICROINNOVACIONES SOSTENIBLES DESDE SU ROL OPERATIVO O DIRECTIVO. CONOCIMIENTO: DOMINARÁ HERRAMIENTAS DE IDEACIÓN COMO SCAMPER, MAPAS MENTALES VISUALES, ANALOGÍAS FORZADAS Y PROTOTIPADO ÁGIL. COMPRENDERÁ LOS BLOQUEOS COGNITIVOS FRECUENTES Y LAS METODOLOGÍAS PARA ACTIVAR EL PENSAMIENTO DIVERGENTE. CONTEXTO: ESTA COMPETENCIA SE APLICA EN MIPYMES DE TODOS LOS SECTORES QUE ENFRENTAN RESTRICCIONES COMUNES COMO BAJOS PRESUPUESTOS, RECURSOS HUMANOS LIMITADOS, PROCESOS TRADICIONALES ARRAIGADOS O BAJA CAPACIDAD DE RESPUESTA ANTE CAMBIOS DEL ENTORNO. EN ESTE CONTEXTO, EL PENSAMIENTO CREATIVO ESTRUCTURADO PERMITE REDISEÑAR PROCESOS COMERCIALES, LOGÍSTICOS, ADMINISTRATIVOS O DE ATENCIÓN AL CLIENTE, CON SOLUCIONES PRÁCTICAS QUE NO REQUIEREN GRANDES INVERSIONES NI DESARROLLOS TECNOLÓGICOS COMPLEJOS. HABILIDAD: PODRÁ DIAGNOSTICAR DESAFÍOS EMPRESARIALES CON MIRADA CREATIVA, GENERAR IDEAS INNOVADORAS CONTEXTUALIZADAS Y DESARROLLAR PROTOTIPOS FUNCIONALES ADAPTADOS A LAS REALIDADES DE SU ORGANIZACIÓN.
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	LECTURA DE TEXTOS, ESTUDIO DE CASO
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	NO APLICA

HABILIDADES TRANSVERSALES

HABILIDAD TRANSVERSAL A EJECUTAR EN ESTA UNIDAD TEMATICA (SOLO UNA HABILIDAD POR AF)	NO APLICA	NUMERO DE HORAS A EJECUTAR	0	PORCENTAJE DE HORAS A EJECUTAR	0,0%

COBERTURA ACCIÓN DE FORMACIÓN - LUGAR DE EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PAT (PRESENCIAL ASISTIDA POR TECNOLOGÍAS) O VIRTUAL		AF N°	2

NUMERO TOTAL DE GRUPOS	8	NUMERO TOTAL DE BENEFICIARIOS SEGÚN COBERTURA	280

N° DE GRUPO	N° LUGAR DE EJECUCIÓN	DEPARTAMENTO	NÚMERO DE BENEFICIARIOS	PORCENTAJE TOTAL DE LOS BENEFICIARIOS	JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA PROPONENTE, AGREMIADAS AL PROPONENETE O DE SU CADENA PRODUCTIVA CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN PLANTEADOS
GRUPO 1	1	CAUCA	35	100,00%	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. SI BIEN EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, MUCHAS DE LAS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENEN RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN A ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS REGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS. ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL ES ESTRATÉGICA PARA CONSOLIDAR UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA, COHESIONADA Y PREPARADA PARA ENFRENTAR RETOS COMUNES EN PRODUCTIVIDAD, TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y SOSTENIBILIDAD, IMPULSANDO ASÍ EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.
	2			0,00%	
	3			0,00%	
	4			0,00%	
	5			0,00%	
	6			0,00%	
	7			0,00%	
	8			0,00%	
	9			0,00%	
	10			0,00%	
	11			0,00%	
	12			0,00%	
	13			0,00%	
	14			0,00%	
	15			0,00%	
	16			0,00%	
	17			0,00%	
	18			0,00%	
	19			0,00%	
	20			0,00%	
	21			0,00%	
	22			0,00%	
	23			0,00%	
	24			0,00%	
	25			0,00%	

N° DE GRUPO	N° LUGAR DE EJECUCIÓN	DEPARTAMENTO	NÚMERO DE BENEFICIARIOS	PORCENTAJE TOTAL DE LOS BENEFICIARIOS	JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA PROPONENTE, AGREMIADAS AL PROPONENETE O DE SU CADENA PRODUCTIVA CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN PLANTEADOS
GRUPO 2	1	VALLE DEL CAUCA	35	100,00%	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, DE ALLÍ QUE SE JUSTIFIQUE COHEREMENTE LA COBERTURA PROPUESTA.
	2			0,00%	
	3			0,00%	
	4			0,00%	
	5			0,00%	
	6			0,00%	
	7			0,00%	
	8			0,00%	
	9			0,00%	
	10			0,00%	
	11			0,00%	
	12			0,00%	
	13			0,00%	
	14			0,00%	
	15			0,00%	
	16			0,00%	
	17			0,00%	
	18			0,00%	
	19			0,00%	
	20			0,00%	
	21			0,00%	
	22			0,00%	
	23			0,00%	
	24			0,00%	
	25			0,00%	

N° DE GRUPO	N° LUGAR DE EJECUCIÓN	DEPARTAMENTO	NÚMERO DE BENEFICIARIOS	PORCENTAJE TOTAL DE LOS BENEFICIARIOS	JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA PROPONENTE, AGREMIADAS AL PROPONENETE O DE SU CADENA PRODUCTIVA CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN PLANTEADOS
GRUPO 3	1	VALLE DEL CAUCA	35	100,00%	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, DE ALLÍ QUE SE JUSTIFIQUE COHEREMENTE LA COBERTURA PROPUESTA.
	2			0,00%	
	3			0,00%	
	4			0,00%	
	5			0,00%	
	6			0,00%	
	7			0,00%	
	8			0,00%	
	9			0,00%	
	10			0,00%	
	11			0,00%	
	12			0,00%	
	13			0,00%	
	14			0,00%	
	15			0,00%	
	16			0,00%	
	17			0,00%	
	18			0,00%	
	19			0,00%	
	20			0,00%	
	21			0,00%	
	22			0,00%	
	23			0,00%	
	24			0,00%	
	25			0,00%	

N° DE GRUPO	N° LUGAR DE EJECUCIÓN	DEPARTAMENTO	NÚMERO DE BENEFICIARIOS	PORCENTAJE TOTAL DE LOS BENEFICIARIOS	JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA PROPONENTE, AGREMIADAS AL PROPONENETE O DE SU CADENA PRODUCTIVA CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN PLANTEADOS
GRUPO 4	1	VALLE DEL CAUCA	35	100,00%	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, DE ALLÍ QUE SE JUSTIFIQUE COHEREMENTE LA COBERTURA PROPUESTA.
	2			0,00%	
	3			0,00%	
	4			0,00%	
	5			0,00%	
	6			0,00%	
	7			0,00%	
	8			0,00%	
	9			0,00%	
	10			0,00%	
	11			0,00%	
	12			0,00%	
	13			0,00%	
	14			0,00%	
	15			0,00%	
	16			0,00%	
	17			0,00%	
	18			0,00%	
	19			0,00%	
	20			0,00%	
	21			0,00%	
	22			0,00%	
	23			0,00%	
	24			0,00%	
	25			0,00%	

N° DE GRUPO	N° LUGAR DE EJECUCIÓN	DEPARTAMENTO	NÚMERO DE BENEFICIARIOS	PORCENTAJE TOTAL DE LOS BENEFICIARIOS	JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA PROPONENTE, AGREMIADAS AL PROPONENETE O DE SU CADENA PRODUCTIVA CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN PLANTEADOS

GRUPO 5	1	VALLE DEL CAUCA	35	100,00%	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, DE ALLÍ QUE SE JUSTIFIQUE COHEREMENTE LA COBERTURA PROPUESTA.
	2			0,00%	
	3			0,00%	
	4			0,00%	
	5			0,00%	
	6			0,00%	
	7			0,00%	
	8			0,00%	
	9			0,00%	
	10			0,00%	
	11			0,00%	
	12			0,00%	
	13			0,00%	
	14			0,00%	
	15			0,00%	
	16			0,00%	
	17			0,00%	
	18			0,00%	
	19			0,00%	
	20			0,00%	
	21			0,00%	
	22			0,00%	
	23			0,00%	
	24			0,00%	
	25			0,00%	

N° DE GRUPO	N° LUGAR DE EJECUCIÓN	DEPARTAMENTO	NÚMERO DE BENEFICIARIOS	PORCENTAJE TOTAL DE LOS BENEFICIARIOS	JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA PROPONENTE, AGREMIADAS AL PROPONENETE O DE SU CADENA PRODUCTIVA CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN PLANTEADOS
GRUPO 6	1	VALLE DEL CAUCA	35	100,00%	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, DE ALLÍ QUE SE JUSTIFIQUE COHEREMENTE LA COBERTURA PROPUESTA.
	2			0,00%	
	3			0,00%	
	4			0,00%	
	5			0,00%	
	6			0,00%	
	7			0,00%	
	8			0,00%	
	9			0,00%	
	10			0,00%	
	11			0,00%	
	12			0,00%	
	13			0,00%	
	14			0,00%	
	15			0,00%	
	16			0,00%	
	17			0,00%	
	18			0,00%	
	19			0,00%	
	20			0,00%	
	21			0,00%	
	22			0,00%	
	23			0,00%	
	24			0,00%	
	25			0,00%	

N° DE GRUPO	N° LUGAR DE EJECUCIÓN	DEPARTAMENTO	NÚMERO DE BENEFICIARIOS	PORCENTAJE TOTAL DE LOS BENEFICIARIOS	JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA PROPONENTE, AGREMIADAS AL PROPONENETE O DE SU CADENA PRODUCTIVA CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN PLANTEADOS
	1	VALLE DEL CAUCA	35	100,00%	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A
	2			0,00%	

GRUPO 7	3			0,00%	OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLIE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, DE ALLÍ QUE SE JUSTIFIQUE COHEREMENTE LA COBERTURA PROPUESTA.
	4			0,00%	
	5			0,00%	
	6			0,00%	
	7			0,00%	
	8			0,00%	
	9			0,00%	
	10			0,00%	
	11			0,00%	
	12			0,00%	
	13			0,00%	
	14			0,00%	
	15			0,00%	
	16			0,00%	
	17			0,00%	
	18			0,00%	
	19			0,00%	
	20			0,00%	
	21			0,00%	
	22			0,00%	
	23			0,00%	
	24			0,00%	
	25			0,00%	

N° DE GRUPO	N° LUGAR DE EJECUCIÓN	DEPARTAMENTO	NÚMERO DE BENEFICIARIOS	PORCENTAJE TOTAL DE LOS BENEFICIARIOS	JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA PROPONENTE, AGREMIADAS AL PROPONENETE O DE SU CADENA PRODUCTIVA CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN PLANTEADOS
GRUPO 8	1	VALLE DEL CAUCA	35	100,00%	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, DE ALLÍ QUE SE JUSTIFIQUE COHEREMENTE LA COBERTURA PROPUESTA.
	2			0,00%	
	3			0,00%	
	4			0,00%	
	5			0,00%	
	6			0,00%	
	7			0,00%	
	8			0,00%	
	9			0,00%	
	10			0,00%	
	11			0,00%	
	12			0,00%	
	13			0,00%	
	14			0,00%	
	15			0,00%	
	16			0,00%	
	17			0,00%	
	18			0,00%	
	19			0,00%	
	20			0,00%	
	21			0,00%	
	22			0,00%	
	23			0,00%	
	24			0,00%	
	25			0,00%	

RUBROS PARA LA ACCIÓN DE FORMACIÓN — AF N° 2

PRESUPUESTO TOTAL DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	CONFINANCIACÍON SENA	% SENA	CONTRAPARTIDA ESPECIE	% ESPECIE	CONTRAPARTIDA DINERO	% DINERO	VALOR TOTAL
	$ 263.500.000	79,22%	$ 0	0,00%	$ 69.104.000	20,78%	$ 332.604.000

RUBRO	JUSTIFICACIÓN	UNIDADES	VALOR UNIDAD	$ CONFINANCIACIÓN SENA	% CONF. SENA	$ CONTRAPARTIDA ESPECIE	% CONTRA ESPECIE	$ CONTRAPARTIDA DINERO	% CONTRA DINERO	VALOR TOTAL DEL RUBRO
R010.2 FORMACIÓN VIRTUAL - CURSO 40 HORAS	CURSO VIRTUAL 40 HORAS	280	$ 1.181.800	$ 263.500.000	79,63%	$ 0	0,00%	$ 67.404.000	20,37%	**$ 330.904.000**
R013 PÓLIZAS DE SEGURO.	PÓLIZAS DE SEGURO	0		$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 700.000	100,00%	**$ 700.000**
R012.5 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS EVENTOS DE FORMACIÓN - EDICIÓN PODCAST (10 MINUTOS)	EDICIÓN PODCATS 10 MINUTOS	1	$ 1.000.000	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 1.000.000	100,00%	**$ 1.000.000**

ACCIONES DE FORMACIÓN DEL PROYECTO

NOMBRE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	TRANSFORMACIÓN ORGANIZACIONAL ÁGIL PARA MIPYMES EN ENTORNOS DINÁMICOS Y DE ALTA COMPLEJIDAD	CONSECUTIVO	3
PROBLEMA O NECESIDAD DETECTADA DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	LIMITADA CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN ORGANIZACIONAL FRENTE A LOS DESAFÍOS DE ENTORNOS ALTAMENTE DINÁMICOS, COMPLEJOS Y VOLÁTILES. ESTA DIFICULTAD SE MANIFIESTA EN ESTRUCTURAS RÍGIDAS, PROCESOS OPERATIVOS POCO EFICIENTES Y UNA BAJA APROPIACIÓN DE METODOLOGÍAS ÁGILES POR PARTE DE LOS EQUIPOS DE MANDOS MEDIOS Y OPERATIVOS, LO QUE FRENA LA INNOVACIÓN INTERNA, RALENTIZA LA TOMA DE DECISIONES Y REDUCE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA ANTE CAMBIOS DEL MERCADO.		

JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DETECTADA	LAS EMPRESAS CARECEN DE IMPLEMENTACIÓN DE MODELOS DE GESTIÓN ADAPTATIVA (COMO SCRUM, KANBAN O PENSAMIENTO ÁGIL), Y ESCASA SISTEMATIZACIÓN DE PROCESOS COLABORATIVOS QUE PERMITAN CICLOS CORTOS DE MEJORA CONTINUA. ES DÉBIL LA CULTURA DE INNOVACIÓN BASADA EN DATOS, FEEDBACK Y LIDERAZGO DISTRIBUIDO, LO QUE RESTRINGE LA GENERACIÓN DE SOLUCIONES CREATIVAS Y LIMITA EL IMPACTO DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA PRODUCTIVIDAD. A NIVEL INTERNO LOS DATOS EVIDENCIAN LIMITACIONES PARA ADOPTAR PRÁCTICAS ÁGILES QUE LES PERMITAN RESPONDER CON FLEXIBILIDAD A ENTORNOS VOLÁTILES Y COMPLEJOS. LA ALTA PROPORCIÓN DE EMPRESAS SIN METODOLOGÍAS ÁGILES IMPLEMENTADAS (72%), LA BAJA PARTICIPACIÓN DE MANDOS MEDIOS EN PROCESOS DE LIDERAZGO ADAPTATIVO (14%) Y LA AUSENCIA DE INDICADORES DE DESEMPEÑO PARA GESTIÓN ITERATIVA (81%), REFLEJAN UN ECOSISTEMA CON CAPACIDADES RESTRINGIDAS PARA REDISEÑAR PROCESOS DE MANERA EFICIENTE Y GENERAR VALOR CONTINUO DESDE LAS ÁREAS OPERATIVAS. ES ESCASA LA INCLUSIÓN DE TRABAJADORES EN CÉLULAS DE MEJORA O EJERCICIOS DE CO-CREACIÓN (22%). FUENTES EXTERNAS EL 64% DE LAS MIPYMES EN AMÉRICA LATINA NO HA ADOPTADO METODOLOGÍAS ÁGILES NI ESTRUCTURAS FLEXIBLES PARA LA GESTIÓN DEL CAMBIO, LO QUE LIMITA SU CAPACIDAD DE RESPUESTA ANTE ENTORNOS VOLÁTILES Y SUS POSIBILIDADES DE INNOVACIÓN. CAF – BANCO DE DESARROLLO DE AMÉRICA LATINA (2022), “INNOVACIÓN EN LAS MIPYMES: HACIA UNA RECUPERACIÓN TRANSFORMADORA” HTTPS://SCIOTECA.CAF.COM/HANDLE/123456789/1923 “LAS ORGANIZACIONES QUE OPERAN BAJO ESTRUCTURAS JERÁRQUICAS RÍGIDAS Y SIN MARCOS ÁGILES ENFRENTAN MAYORES BARRERAS PARA ADAPTARSE A LOS CAMBIOS TECNOLÓGICOS Y DE MERCADO, LO CUAL COMPROMETE SU SOSTENIBILIDAD EN EL LARGO PLAZO.” WORLD ECONOMIC FORUM – “FUTURE OF JOBS REPORT 2023”, CAPÍTULO SOBRE ORGANIZACIONES RESILIENTES Y ADAPTATIVAS. HTTPS://WWW.WEFORUM.ORG/REPORTS/FUTURE-OF-JOBS-REPORT-2023 LA NECESIDAD SE ATIENDE PARCIAL CON LA FORMACIÓN, YA QUE SE HABILITA EL CONOCIMIENTO, ESPERANDO UNA ETAPA DE APROPIACIÓN Y PRÁCTICA	**ENFOQUE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN**	**FORMACIÓN EN EL TRABAJO**
ANÁLISIS DE CAUSAS Y EFECTOS DEL PROBLEMA O NECESIDAD DETECTADA	3.CAUSAS -BAJA APROPIACIÓN DE METODOLOGÍAS ÁGILES COMO SCRUM Y KANBAN, POR FALTA DE FORMACIÓN ADAPTADA A LAS MIPYMES, LO QUE LIMITA LA TOMA DE DECISIONES RÁPIDA Y COLABORATIVA. -DÉBIL LIDERAZGO PARA EL CAMBIO DESDE MANDOS MEDIOS, LO QUE DIFICULTA LA PARTICIPACIÓN DEL EQUIPO EN PROCESOS DE MEJORA ORGANIZACIONAL. -CULTURA POCO ADAPTATIVA, CENTRADA EN ESTRUCTURAS RÍGIDAS Y TAREAS REPETITIVAS, QUE FRENA LA RESPUESTA ANTE CAMBIOS DEL ENTORNO. LAS MIPYMES ENFRENTAN BARRERAS ESTRUCTURALES, METODOLÓGICAS Y CULTURALES QUE LIMITAN SU CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN ÁGIL Y SOSTENIBLE. LA BAJA APROPIACIÓN DE METODOLOGÍAS ÁGILES SE DEBE A LA FALTA DE FORMACIÓN CONTEXTUALIZADA QUE LAS TRADUZCA EN PRÁCTICAS OPERATIVAS. ADEMÁS, LA AUSENCIA DE HABILIDADES EN LIDERAZGO DISTRIBUIDO IMPIDE QUE MANDOS MEDIOS Y EQUIPOS BASE IMPULSEN MEJORAS DESDE LA OPERACIÓN. EFECTOS -ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES RÍGIDAS Y FRAGMENTADAS DIFICULTAN LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS COMERCIALES ÁGILES Y CENTRADAS EN EL CLIENTE. -DESCONEXIÓN ENTRE ESTRATEGIA Y OPERACIÓN, QUE REDUCE EL ALINEAMIENTO INTERNO Y AFECTA LA PRODUCTIVIDAD. LOS EQUIPOS EJECUTAN TAREAS SIN COMPRENDER EL PROPÓSITO, LO QUE IMPACTA LA MOTIVACIÓN Y EL LOGRO DE METAS. -ESTANCAMIENTO EN LA INNOVACIÓN OPERATIVA, POR FALTA DE MODELOS FLEXIBLES QUE ESCALEN SOLUCIONES DESDE LO OPERATIVO. ESTO FRENA LA TRANSFORMACIÓN Y DEJA A LAS EMPRESAS VULNERABLES ANTE CAMBIOS DEL ENTORNO. LAS MIPYMES MANTIENEN ESTRUCTURAS OPERATIVAS FRAGMENTADAS, LENTAS PARA RESPONDER AL CAMBIO Y POCO PROPENSAS A LA MEJORA CONTINUA. LA FALTA DE METODOLOGÍAS ÁGILES APLICADAS DERIVA EN PROCESOS INEFICIENTES, CON CUELLOS DE BOTELLA PERSISTENTES Y BAJA CAPACIDAD DE PRIORIZACIÓN ESTRATÉGICA. ADICIONALMENTE, LA AUSENCIA DE LIDERAZGO COLABORATIVO GENERA RESISTENCIA INTERNA ANTE CUALQUIER INTENTO DE TRANSFORMACIÓN, DISMINUYENDO EL COMPROMISO DEL TALENTO HUMANO Y RALENTIZANDO LA IMPLEMENTACIÓN DE INNOVACIONES.		
OBJETIVO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	OBJETIVO DISEÑAR MODELOS DE TRANSFORMACIÓN ORGANIZACIONAL ÁGIL ADAPTADOS AL CONTEXTO DE LAS MIPYMES MULTISECTORIALES, PARA OPTIMIZAR PROCESOS CLAVE, FORTALECER LA ADAPTABILIDAD DEL TALENTO HUMANO Y MEJORAR LA RESPUESTA ESTRATÉGICA ANTE ENTORNOS VOLÁTILES, INCIERTOS, COMPLEJOS Y AMBIGUOS (VUCA). PARA QUÉ ESTE OBJETIVO RESPONDE A LA NECESIDAD CRÍTICA DE LAS MIPYMES MULTISECTORIALES DE TRANSFORMAR SU ARQUITECTURA ORGANIZACIONAL, SUPERAR LA RIGIDEZ OPERATIVA Y ADAPTARSE A CONTEXTOS DE ALTA VOLATILIDAD, INCERTIDUMBRE Y COMPLEJIDAD PRODUCTIVA, MEDIANTE LA APROPIACIÓN PRÁCTICA DE METODOLOGÍAS ÁGILES. A TRAVÉS DE ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA SE BUSCA: ●REDUCIR LOS CUELLOS DE BOTELLA Y TIEMPOS MUERTOS EN PROCESOS CLAVE, MEDIANTE EL REDISEÑO ÁGIL DE FLUJOS OPERATIVOS QUE INCORPORAN ITERACIÓN RÁPIDA, ENTREGA INCREMENTAL DE VALOR Y RETROALIMENTACIÓN CONTINUA. ●INCREMENTAR LA CAPACIDAD DE RESPUESTA DE LOS EQUIPOS DE MANDOS MEDIOS Y OPERATIVOS ANTE EL CAMBIO ORGANIZACIONAL, APLICANDO MODELOS COMO SCRUM Y KANBAN AJUSTADOS AL ECOSISTEMA MIPYME Y CENTRADOS EN RESULTADOS. ●FORTALECER LA TOMA DE DECISIONES DESCENTRALIZADA Y ADAPTATIVA, MEDIANTE EL USO DE TABLEROS VISUALES, MÉTRICAS DE DESEMPEÑO Y RUTINAS COLABORATIVAS QUE PERMITAN ACTUAR CON FOCO ESTRATÉGICO EN TIEMPO REAL. ●MEJORAR LA COHESIÓN Y EL COMPROMISO INTERNO DURANTE PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN, INTEGRANDO TÉCNICAS DE LIDERAZGO DISTRIBUIDO, COMUNICACIÓN INTERNA EMPÁTICA Y ACTIVACIÓN DE COMPORTAMIENTOS ADAPTATIVOS. ●FOMENTAR UNA CULTURA DE INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL CONTINUA, EN LA CUAL EL TALENTO HUMANO SE CONVIERTA EN AGENTE DE CAMBIO, CAPAZ DE IDENTIFICAR FRICCIONES, PROPONER MEJORAS Y COCREAR SOLUCIONES DESDE LA BASE OPERATIVA. ESTE OBJETIVO ES COMPLETAMENTE ALCANZABLE GRACIAS AL DISEÑO MODULAR DEL CURSO, EL ENFOQUE PEDAGÓGICO CENTRADO EN LA SOLUCIÓN DE RETOS REALES, LA INCORPORACIÓN DE HERRAMIENTAS DE BAJO COSTO Y ALTA APLICABILIDAD EN CONTEXTOS MIPYME, Y LA ALINEACIÓN CON LA BRECHA IDENTIFICADA.		

EVENTO DE FORMACIÓN

TIPO DE EVENTO DE FORMACIÓN	**SEMINARIO**	**MODALIDAD DE FORMACIÓN**	**PRESENCIAL**	**METODOLOGÍA DE FORMACIÓN**	**TEÓRICO - PRÁCTICA**	**NÚMERO DE HORAS POR GRUPO**	**8**	**NÚMERO DE GRUPOS**	**6**
BENEFICIARIOS PRESENCIALES POR GRUPO	**20**	**BENEFICIARIOS VIRTUALES POR GRUPO**	**0**	**TOTAL DE HORAS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN**	**48**	**TOTAL DE BENEFICIARIOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN**	**120**		

PERFIL DE LOS BENEFICIARIOS - FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA

ÁREAS FUNCIONALES DE LOS BENEFICIARIOS	**MARKETING, VENTAS, INNOVACIÓN, TECNOLOGÍA, SERVICIO AL CLIENTE**	**JUSTIFICACIÓN ÁREAS FUNCIONALES A BENEFICIAR**	LA ACCIÓN DE FORMACIÓN “TRANSFORMACIÓN ORGANIZACIONAL ÁGIL PARA MIPYMES EN ENTORNOS DINÁMICOS Y DE ALTA COMPLEJIDAD” ESTÁ DISEÑADA PARA GENERAR UN IMPACTO ESTRUCTURAL Y TRANSVERSAL EN LAS DIFERENTES ÁREAS FUNCIONALES DE LAS EMPRESAS, DADO QUE LA AGILIDAD ORGANIZACIONAL NO ES UNA COMPETENCIA EXCLUSIVA DE LOS EQUIPOS DIRECTIVOS O TECNOLÓGICOS, SINO UNA ESTRATEGIA DE ADAPTACIÓN INTEGRAL QUE REQUIERE LA PARTICIPACIÓN COORDINADA DE TODOS LOS NIVELES Y FUNCIONES OPERATIVAS. LAS ÁREAS DE MARKETING Y VENTAS SE BENEFICIAN AL IMPLEMENTAR FLUJOS ÁGILES QUE MEJORAN LA RESPUESTA AL MERCADO, ADAPTAN MENSAJES SEGÚN FEEDBACK EN TIEMPO REAL Y PROMUEVEN UNA CULTURA CENTRADA EN EL CLIENTE Y LA ENTREGA CONTINUA DE VALOR. LAS ÁREAS DE INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA JUEGAN UN PAPEL CLAVE EN LA IMPLEMENTACIÓN DE TABLEROS ÁGILES, HERRAMIENTAS COLABORATIVAS Y SOLUCIONES DIGITALES QUE HABILITAN LA OPERACIÓN FLEXIBLE Y LA ITERACIÓN CONSTANTE. SU PARTICIPACIÓN EN LA FORMACIÓN LES PERMITE LIDERAR PROCESOS DE MEJORA CONTINUA, ACELERAR CICLOS DE INNOVACIÓN Y FORTALECER LA ADAPTABILIDAD TECNOLÓGICA EN LAS MIPYMES. SERVICIO AL CLIENTE, POR SU PARTE, ES ESENCIAL PARA CERRAR EL CICLO DE RETROALIMENTACIÓN ÁGIL. DESDE ALLÍ SE RECOGEN INSIGHTS QUE ALIMENTAN LA REDEFINICIÓN DE PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS, Y SU FORMACIÓN GARANTIZA LA ENTREGA COHERENTE DE VALOR DESDE EL PRIMER CONTACTO. EN CONJUNTO, ESTAS ÁREAS FUNCIONALES CONFORMAN UN ECOSISTEMA INTERDEPENDIENTE DONDE LA TRANSFORMACIÓN ÁGIL SOLO ES EFECTIVA SI SE EJECUTA DE MANERA COLABORATIVA. SU PARTICIPACIÓN EN LA ACCIÓN DE FORMACIÓN ASEGURA LA APROPIACIÓN DE HERRAMIENTAS, MARCOS Y MENTALIDADES QUE HABILITAN UNA RESPUESTA ORGANIZACIONAL MÁS RÁPIDA, FLEXIBLE Y ALINEADA A LAS EXIGENCIAS DE ENTORNOS ALTAMENTE COMPLEJOS Y CAMBIANTES.
NIVELES OCUPACIONALES DE LOS BENEFICIARIOS	**MEDIO, OPERATIVO**	**JUSTIFICACIÓN BENEFICIARIOS DE LOS NIVELES OCUPACIONALES**	LA ACCIÓN DE FORMACIÓN “TRANSFORMACIÓN ORGANIZACIONAL ÁGIL PARA MIPYMES EN ENTORNOS DINÁMICOS Y DE ALTA COMPLEJIDAD” SE ORIENTA ESTRATÉGICAMENTE A FORTALECER LAS CAPACIDADES DE TRABAJADORES DE NIVELES MEDIO Y OPERATIVO, DADO QUE SON ESTOS ACTORES QUIENES EJECUTAN, ADAPTAN Y SOSTIENEN LOS PROCESOS CLAVE DE CAMBIO EN LAS ORGANIZACIONES. EN EL CONTEXTO DE LAS MIPYMES MULTISECTORIALES, ESTOS NIVELES REPRESENTAN EL NÚCLEO FUNCIONAL DONDE SE MATERIALIZAN LAS DECISIONES ESTRATÉGICAS, SE ENFRENTAN LOS CUELLOS DE BOTELLA OPERATIVOS Y SE ACTIVA LA RESPUESTA ORGANIZACIONAL FRENTE A ENTORNOS VOLÁTILES. LOS MANDOS MEDIOS CUMPLEN UN ROL DE BISAGRA ENTRE LA DIRECCIÓN Y LA BASE OPERATIVA. SU PARTICIPACIÓN EN LA FORMACIÓN SE JUSTIFICA PORQUE SON QUIENES DEBEN FACILITAR LA ADOPCIÓN DE MARCOS ÁGILES, LIDERAR CÉLULAS DE INNOVACIÓN, ACTIVAR LA COMUNICACIÓN TRANSVERSAL Y PROMOVER HÁBITOS COLABORATIVOS. ADICIONALMENTE, SU CERCANÍA CON LOS EQUIPOS PERMITE TRADUCIR LAS ESTRATEGIAS EN ACCIONES ADAPTADAS A LA REALIDAD ORGANIZACIONAL, GENERANDO MAYOR ADHERENCIA Y RESULTADOS SOSTENIBLES. POR OTRO LADO, LOS NIVELES OPERATIVOS SON FUNDAMENTALES PARA IMPLEMENTAR RUTINAS ÁGILES, APLICAR HERRAMIENTAS VISUALES DE GESTIÓN, IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE MEJORA EN TIEMPO REAL Y CO-CREAR SOLUCIONES VIABLES. LA FORMACIÓN ESPECIALIZADA LES PERMITE APROPIARSE DE COMPETENCIAS PRÁCTICAS COMO MICROPROTOTIPADO, PENSAMIENTO CREATIVO APLICADO, GAMIFICACIÓN DE PROCESOS Y GESTIÓN DEL CAMBIO DESDE SU COTIDIANIDAD. AMBOS NIVELES ENFRENTAN DE MANERA DIRECTA LAS TENSIONES DERIVADAS DE ENTORNOS VUCA (VOLÁTILES, INCIERTOS, COMPLEJOS Y AMBIGUOS), POR LO QUE REQUIEREN UNA INTERVENCIÓN FORMATIVA QUE NO SOLO TRANSFIERA CONOCIMIENTO, SINO QUE HABILITE NUEVAS FORMAS DE TRABAJO, AUTONOMÍA FUNCIONAL Y UNA CULTURA ORGANIZACIONAL CENTRADA EN LA MEJORA CONTINUA. INCLUIRLOS EN LA ACCIÓN FORMATIVA GARANTIZA UNA TRANSFORMACIÓN ÁGIL MÁS COHERENTE, DESCENTRALIZADA Y EFECTIVA.

OCUPACIÓN CUOC	**21410 - INGENIEROS INDUSTRIALES Y DE PRODUCCIÓN, 24210 - PROFESIONALES Y ANALISTAS DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN, 33411 - SUPERVISORES ADMINISTRATIVOS, 21522 - INGENIEROS DE AUTOMATIZACIÓN E INSTRUMENTACIÓN, 21531 - INGENIEROS DE TELECOMUNICACIONES, 25110 - ANALISTAS DE SISTEMAS, 25120 - DESARROLLADORES DE SOFTWARE, 25140 - PROGRAMADORES DE APLICACIONES, 25190 - DESARROLLADORES Y ANALISTAS DE SOFTWARE Y MULTIMEDIA NO CLASIFICADOS EN OTRAS OCUPACIONES, 25230 - PROFESIONALES EN REDES DE COMPUTADORES, 25130 - DESARROLLADORES WEB Y MULTIMEDIA, 33220 - REPRESENTANTES COMERCIALES, 33392 - ASISTENTES DE MERCADEO, PUBLICIDAD Y COMUNICACIONES, 42251 - AUXILIARES DE INFORMACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE, 33413 - SUPERVISORES Y COORDINADORES DE PROCESOS DE NEGOCIO, EMPLEADOS DE INFORMACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE**

NÚMERO DE TRABAJADORES MUJERES QUE SE BENEFICIAN DE LA FORMACIÓN	**1**	**NÚMERO DE TRABAJADORES EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD QUE SE BENEFICIAN DE LA FORMACIÓN**	**N/A**	**NÚMERO DE TRABAJADORES CAMPESINOS QUE SE BENEFICIAN DE LA FORMACIÓN**	**N/A**	**NÚMERO DE EMPRESAS BIC A BENEFICIAR**	**N/A**

NÚMERO DE EMPRESAS MIPYMES A BENEFICIAR	**1**	**JUSTIFICACIÓN EMPRESAS Y TRABAJADORES DE MIPYMES A BENEFICIAR**	A CORTE 2025, EL GRUPO MULTISECTORIAL SE CONSOLIDA COMO UNA DE LAS PLATAFORMAS GREMIALES MÁS INFLUYENTES DEL SUROCCIDENTE COLOMBIANO, REPRESENTANDO A MÁS DE 100 EMPRESAS DE SECTORES DIVERSOS COMO AGROINDUSTRIA, ECONOMÍA NARANJA, COMERCIO, MANUFACTURA, TECNOLOGÍA Y SERVICIOS. SU CAPACIDAD DE DIAGNÓSTICO MULTISECTORIAL, EXPRESADA A TRAVÉS DEL OBSERVATORIO MIPYME Y SU COMITÉ DE LÍDERES, PERMITE DISEÑA ACCIONES DE FORMACIÓN BASADAS EN INFORMACIÓN REAL, VALIDADA Y CONTEXTUALIZADA Y QUE PARA EL CASO SEAN PERTINENTES PARA LAS MIPYMES AFILIADAS.
NÚMERO DE TRABAJADORES A BENEFICIAR DE EMPRESAS MIPYMES	**1**		
NÚMERO DE EMPRESAS DE SU CADENA PRODUCTIVA A BENEFICIAR	**1**	**JUSTIFICACIÓN EMPRESAS Y BENEFICIARIOS DE LA CADENA PRODUCTIVA A BENEFICIAR**	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. SI BIEN EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, MUCHAS DE LAS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENEN RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN A ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS REGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS. ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL ES ESTRATÉGICA PARA CONSOLIDAR UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA, COHESIONADA Y PREPARADA PARA ENFRENTAR RETOS COMUNES EN PRODUCTIVIDAD, TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y SOSTENIBILIDAD, IMPULSANDO ASÍ EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.
NÚMERO DE TRABAJADORES A BENEFICIAR DE EMPRESAS DE SU CADENA PRODUCTIVA	**1**		

SECTORES Y SUB-SECTORES DEL BENEFICIARIO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

SECTOR(ES) AL QUE PERTENECE LOS BENEFICIARIOS DE LA FORMACIÓN	**SERVICIOS**	**SUB-SECTOR(ES) AL QUE PERTENECE LOS BENEFICIARIOS DE LA FORMACIÓN**	**INDUSTRIA, SERVICIOS, COMERCIO, TRANSVERSAL**

CLASIFICACIÓN DE SECTOR(ES) Y SUB-SECTOR(ES), A BENEFICIAR CON ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN

CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SECTOR(ES) A BENEFICIAR CON LA AF	**SERVICIOS**	**CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SUB-SECTOR(ES) A BENEFICIAR CON LA AF**	**TRANSVERSAL**
JUSTIFICACIÓN SECTORES Y SUB-SECTORES A BENEFICIAR	**LA FORMACIÓN PROPUESTA SE ARTICULA CON EL SECTOR SERVICIOS, DEFINIENDO COMO SUBSECTOR EL TRANSVERSAL EN FUNCIÓN DE LAS MÚLTIPLES ACTIVIDADES ECONÓMICAS QUE DESARROLLAN LAS EMPRESAS REPRESENTADAS POR EL GRUPO MULTISECTORIAL. ESTAS ORGANIZACIONES PRESTAN SERVICIOS CLAVE COMO LOGÍSTICA, TECNOLOGÍA, CONSULTORÍA, MARKETING, ATENCIÓN AL CLIENTE, DESARROLLO DE SOFTWARE, SOPORTE COMERCIAL Y GESTIÓN OPERATIVA, ENTRE OTROS.**		
AMBIENTE DE APRENDIZAJE	**SALONES (HOTELES, LABORATORIOS, AULAS GASTRONOMÍA, SALONES EMPRESARIALES)**		

ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	**INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN EMPRESARIAL**

JUSTIFICACIÓN DE LA ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	ESTA ACCIÓN FORMATIVA IMPULSA PROCESOS DE INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL ESTRUCTURAL, AL ENSEÑAR A LAS MIPYMES A REDISEÑAR SUS MODELOS DE OPERACIÓN, LIDERAZGO Y SOLUCIÓN DE PROBLEMAS A TRAVÉS DE METODOLOGÍAS ÁGILES, PENSAMIENTO CREATIVO Y GESTIÓN ADAPTATIVA. NO SE TRATA SOLO DE MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD, SINO DE CAMBIAR LA FORMA EN QUE SE CONCIBEN, DESARROLLAN Y VALIDAN NUEVAS IDEAS DENTRO DE LA EMPRESA, LO QUE SE ALINEA DIRECTAMENTE CON EL PROPÓSITO DE FOMENTAR LA INNOVACIÓN APLICADA Y CONTINUA EN ENTORNOS REALES DE NEGOCIO. ADEMÁS, EL COMPONENTE DE DISEÑO DE MICROPROTOTIPOS, LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE IDEACIÓN ESTRATÉGICA (COMO SCAMPER, DESIGN HACKS Y STORYTELLING INTERNO), ASÍ COMO LA CREACIÓN DE CÉLULAS DE INNOVACIÓN EN ÁREAS OPERATIVAS, ENCAJA PERFECTAMENTE CON LA NOCIÓN DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL EXPERIMENTAL DEFINIDA EN EL PND 2022–2026. SEGÚN EL PND, LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL NO SOLO SE REFIERE AL DESARROLLO DE PRODUCTOS TECNOLÓGICOS, SINO TAMBIÉN A LA TRANSFORMACIÓN DE PROCESOS, MODELOS DE NEGOCIO, CULTURA INTERNA Y MÉTODOS DE GESTIÓN. ESTA FORMACIÓN SE ENFOCA PRECISAMENTE EN ESOS ASPECTOS, DESDE UN ENFOQUE ACCESIBLE, PRÁCTICO Y ADAPTABLE AL ENTORNO MIPYME MULTISECTORIAL. DE MANERA TEXTUAL EN LA PÁGINA 144 DEL DOCUMENTO PND SE REFIERE: “SE PRIORIZARÁ EL FORTALECIMIENTO DE PROCESOS DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL Y EL DESARROLLO DE CAPACIDADES PARA TRANSFORMAR PRODUCTOS, SERVICIOS, PROCESOS Y MODELOS DE NEGOCIO EN SECTORES ESTRATÉGICOS.” ADICIONAL A LO ANTERIOR, EL CONPES 4085 DE 2022 – POLÍTICA NACIONAL DE EMPRENDIMIENTO ENFATIZA EL DESARROLLO DE ENTORNOS DE INNOVACIÓN EN EMPRESAS DE TODOS LOS TAMAÑOS, FOMENTANDO ESTRUCTURAS ÁGILES, PROCESOS DE IDEACIÓN Y REDISEÑO ESTRATÉGICO COMO PARTE DEL FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL. HTTPS://COLABORACION.DNP.GOV.CO/CDT/CONPES/ECON%C3%B3MICOS/4085.PDF
JUSTIFICACIÓN ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA		
JUSTIFICACIÓN ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA	•LA ACCIÓN DE FORMACIÓN ES DE CARÁCTER ESPECIALIZADO DEBIDO A QUE DESARROLLA COMPETENCIAS AVANZADAS Y ESPECÍFICAS EN EL REDISEÑO ESTRUCTURAL, LA GESTIÓN DEL CAMBIO Y LA INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL, FOCALIZADAS EN LAS CONDICIONES REALES DE OPERACIÓN DE LAS MIPYMES MULTISECTORIALES. NO SE TRATA DE UNA FORMACIÓN GENÉRICA EN HABILIDADES BLANDAS O GESTIÓN EMPRESARIAL, SINO DE UNA RUTA FORMATIVA RIGUROSAMENTE DISEÑADA PARA RESOLVER PROBLEMÁTICAS CONCRETAS IDENTIFICADAS EN EL DIAGNÓSTICO, TALES COMO: BAJA ADAPTABILIDAD ESTRUCTURAL, RESISTENCIA AL CAMBIO ORGANIZACIONAL, FRAGMENTACIÓN OPERATIVA Y DÉBIL APROPIACIÓN DE ENFOQUES ÁGILES. •LA ESPECIALIZACIÓN SE EVIDENCIA EN LOS SIGUIENTES ASPECTOS: •ENFOQUE METODOLÓGICO PROFUNDO, BASADO EN MARCOS ÁGILES (SCRUM, KANBAN), PENSAMIENTO SISTÉMICO, Y FACILITACIÓN ADAPTATIVA, QUE NO SON COMUNES EN FORMACIONES GENERALES PARA PYMES. •CONTENIDOS ALTAMENTE CONTEXTUALIZADOS, COMO LA APLICACIÓN DEL ENFOQUE VUCA AL ENTORNO MIPYME, EL DISEÑO DE CÉLULAS DE INNOVACIÓN Y LA IMPLEMENTACIÓN DE MODELOS DE LIDERAZGO DISTRIBUIDO NO JERÁRQUICO. •DISEÑO INSTRUCCIONAL ORIENTADO A LA TRANSFORMACIÓN ORGANIZACIONAL DESDE LOS NIVELES MEDIOS Y OPERATIVOS, LO CUAL PERMITE UNA APROPIACIÓN FUNCIONAL Y ESTRATÉGICA DEL CAMBIO POR PARTE DE LOS ACTORES CLAVE EN LA EJECUCIÓN DE PROCESOS EMPRESARIALES.
RESULTADOS - IMPACTO DE LA FORMACIÓN EN EL DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR Y APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS EN EL PUESTO DE TRABAJO	
1	-DISEÑAR ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES ÁGILES AJUSTADAS AL CONTEXTO MIPYME, APLICANDO MODELOS COMO SCRUM Y KANBAN PARA OPTIMIZAR FLUJOS OPERATIVOS Y CICLOS DE ENTREGA DE VALOR.
2	-IMPLEMENTAR RUTINAS DE TRABAJO VISUAL Y COLABORATIVO A TRAVÉS DE TABLEROS KANBAN Y REUNIONES DIARIAS, FOMENTANDO LA ADAPTABILIDAD Y LA EFICIENCIA EN EQUIPOS PEQUEÑOS.
3	-REDISEÑAR PROCESOS CLAVE MEDIANTE PENSAMIENTO ÁGIL Y HERRAMIENTAS DE MAPEO FUNCIONAL, ELIMINANDO CUELLOS DE BOTELLA Y MEJORANDO LA ENTREGA DE VALOR EN CICLOS CORTOS.
4	-FACILITAR PROCESOS DE CAMBIO ORGANIZACIONAL DESDE EL LIDERAZGO DISTRIBUIDO, ACTIVANDO CÉLULAS DE INNOVACIÓN Y PARTICIPACIÓN BOTTOM-UP EN ÁREAS OPERATIVAS Y COMERCIALES.
5	-ACTIVAR COMPORTAMIENTOS ADAPTATIVOS Y PENSAMIENTO CREATIVO MEDIANTE TÉCNICAS DE IDEACIÓN ESTRUCTURADA Y MICROHÁBITOS ORGANIZACIONALES, PROMOVIENDO UNA CULTURA DE INNOVACIÓN CONTINUA.
RESULTADOS - IMPACTO DE LA FORMACIÓNEN LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESASY GREMIOS	
1	1.REDUCIR LOS CICLOS DE EJECUCIÓN DE PROCESOS OPERATIVOS Y COMERCIALES, MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE PRÁCTICAS ÁGILES QUE PERMITEN ENTREGAS INCREMENTALES, MEJORA CONTINUA Y ELIMINACIÓN DE CUELLOS DE BOTELLA. PRODUCTIVIDAD
2	2.INCREMENTAR LA EFICIENCIA DEL TRABAJO COLABORATIVO, A TRAVÉS DE LA ADOPCIÓN DE TABLEROS VISUALES, RUTINAS DE REVISIÓN DIARIA Y LIDERAZGO DISTRIBUIDO, LO QUE OPTIMIZA TIEMPOS, RECURSOS Y TOMA DE DECISIONES. PRODUCTIVIDAD

3	3. DISMINUIR LA RESISTENCIA AL CAMBIO EN ENTORNOS OPERATIVOS, GRACIAS AL FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES DE ADAPTABILIDAD, COMUNICACIÓN INTERNA EFECTIVA Y ACTIVACIÓN DE MICROHÁBITOS ORGANIZACIONALES QUE ACELERAN LA TRANSICIÓN HACIA ESTRUCTURAS MÁS FLEXIBLES. PRODUCTIVIDAD
4	1. MEJORAR LA CAPACIDAD DE RESPUESTA ESTRATÉGICA ANTE ENTORNOS VOLÁTILES, MEDIANTE EL REDISEÑO ORGANIZACIONAL CENTRADO EN METODOLOGÍAS ÁGILES Y ENFOQUES DE PENSAMIENTO CREATIVO APLICADOS A LA RESOLUCIÓN DE DESAFÍOS REALES. COMPETITIVIDAD
5	2. AUMENTAR LA DIFERENCIACIÓN DEL MODELO ORGANIZACIONAL FRENTE AL MERCADO, AL INTEGRAR PRÁCTICAS DE INNOVACIÓN INTERNA, EMPODERAMIENTO DE EQUIPOS Y ESTRUCTURAS ADAPTATIVAS QUE ELEVAN EL VALOR PERCIBIDO POR CLIENTES Y ALIADOS ESTRATÉGICOS. COMPETITIVIDAD

MATERIAL DE FORMACIÓN

MATERIAL DE FORMACIÓN SELECCIONADO	**CARTILLA IMPRESA**	**GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO**	INFOGRAFÍA	**RECURSOS DIDÁCTICOS**	**NO ESPECIFICADO / NO APLICA**
JUSTIFICACIÓN DEL MATERIAL DE FORMACIÓN (SI APLICA)	DADO QUE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN SE DESARROLLARÁ EN MODALIDAD PRESENCIAL CON UNA INTENSIDAD DE 8 HORAS, SE JUSTIFICA EL USO DE MATERIAL FÍSICO EN FORMATO DE CARTILLA IMPRESA POR SU EFECTIVIDAD PEDAGÓGICA, PERTINENCIA LOGÍSTICA Y ALINEACIÓN CON EL PERFIL DE LOS BENEFICIARIOS. LOS PARTICIPANTES EN SU MAYORÍA TRABAJADORES OPERATIVOS Y MANDOS MEDIOS DE MIPYMES MULTISECTORIALES REQUIEREN RECURSOS DE FÁCIL CONSULTA, MANIPULACIÓN DIRECTA Y USO PRÁCTICO DURANTE LA FORMACIÓN. LA CARTILLA FUNCIONARÁ COMO UNA GUÍA ESTRUCTURADA QUE INTEGRA LOS CONTENIDOS TEÓRICOS Y EJERCICIOS APLICADOS CORRESPONDIENTES A CADA UNIDAD TEMÁTICA, PERMITIENDO REGISTRAR AVANCES, REFLEXIONES Y PERSONALIZAR APRENDIZAJES EN TIEMPO REAL. ADEMÁS, FACILITA EL TRABAJO COLABORATIVO EN AULA, LA DISCUSIÓN DE CASOS Y EL SEGUIMIENTO INDIVIDUAL POR PARTE DEL INSTRUCTOR, SIN DEPENDER DE INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA ADICIONAL. DADO QUE LA METODOLOGÍA DE FORMACIÓN ESTÁ CENTRADA EN APRENDIZAJE EXPERIENCIAL, ANÁLISIS DE CASOS LOCALES, EJERCICIOS DE IDEACIÓN COLECTIVA Y PROTOTIPADO NARRATIVO, LA CARTILLA PERMITE CONSOLIDAR EVIDENCIAS DE PARTICIPACIÓN, ESQUEMAS DE TRABAJO VISUAL (COMO MAPAS MENTALES O MATRICES NARRATIVAS) Y LA APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS ÁGILES EN PAPEL, ESPECIALMENTE DISEÑADAS PARA ENTORNOS DE BAJA DIGITALIZACIÓN. POR LO TANTO, LA PRODUCCIÓN DEL MATERIAL IMPRESO RESPONDE TANTO A UNA NECESIDAD DIDÁCTICA COMO A UNA ESTRATEGIA DE APROPIACIÓN Y TRANSFERENCIA AL CONTEXTO LABORAL, ASEGURANDO QUE LOS BENEFICIARIOS PUEDAN REUTILIZAR EL RECURSO COMO GUÍA PRÁCTICA EN SUS PROCESOS DE MEJORA CONTINUA.				
INSUMOS (SI APLICA)	NO ESPECIFICADO / NO APLICA	**JUSTIFICACION DE LOS INSUMOS (SI APLICA)**	NO ESPECIFICADO / NO APLICA		

UNIDADES TEMATICAS DE LA ACCION DE FORMACIÓN — **AF N°** 3

NOMBRE DE LA UNIDAD TEMATICA	**RECONFIGURACIÓN ORGANIZACIONAL ÁGIL EN MIPYMES MULTISECTORIALES**					**CONSECUTIVO / NUMERO UNIDAD TEMATICA**	**1**
HORAS PRACTICAS A IMPARTIR	**2**	**HORAS TEORICAS A IMPARTIR**	**2**	**TOTAL DE HORAS DE LA UNIDAD TEMATICA**	**4**	**PERFIL DEL CAPACITADOR**	**R01.1.4 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE MAESTRÍA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS, Horas - 4**
CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMATICA	1.1. APLICACIÓN DEL ENFOQUE VUCA EN ESTRUCTURAS MIPYME IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES DE VOLATILIDAD, INCERTIDUMBRE, COMPLEJIDAD Y AMBIGÜEDAD. ALINEACIÓN ENTRE ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y DINÁMICAS DE CAMBIO. 1.2. ADAPTACIÓN DE MODELOS SCRUM Y KANBAN AL ECOSISTEMA MIPYME ROLES Y ARTEFACTOS AJUSTADOS A EQUIPOS PEQUEÑOS. MÉTRICAS ÁGILES APLICABLES A MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS. DISEÑO DE RUTINAS ÁGILES DIARIAS Y TABLEROS VISUALES. 1.3. REDISEÑO DE PROCESOS CLAVE CON PENSAMIENTO ÁGIL MAPEO DE PROCESOS CRÍTICOS. IDENTIFICACIÓN DE CUELLOS DE BOTELLA Y PUNTOS DE FRICCIÓN. PRIORIZACIÓN Y ENTREGA DE VALOR POR CICLOS CORTOS. 1.4. FACILITACIÓN DE CAMBIOS ORGANIZACIONALES DESDE EL LIDERAZGO DISTRIBUIDO HABILIDADES DE FACILITACIÓN PARA LÍDERES NO JERÁRQUICOS. TÉCNICAS PARA FOMENTAR LA PARTICIPACIÓN ACTIVA EN EL REDISEÑO. DISEÑO DE CÉLULAS DE INNOVACIÓN EN ÁREAS OPERATIVAS.						
COMPETENCIA POR ADQUIRIR	ACCIÓN: CONSTRUIR ESTRUCTURAS NARRATIVAS EMPRESARIALES COHERENTES CON EL ADN ORGANIZACIONAL, ADAPTADAS A PÚBLICOS ESTRATÉGICOS Y APLICABLES A CONTEXTOS COMERCIALES MULTICANAL, PARA POSICIONAR DIFERENCIADAMENTE PRODUCTOS Y SERVICIOS. JUSTIFICACIÓN: LA NARRATIVA EMPRESARIAL ES UNA HERRAMIENTA ESTRATÉGICA QUE PROYECTA VALOR, IDENTIDAD Y PROPÓSITO. ESTE MÓDULO DOTA A LOS PARTICIPANTES DE LA CAPACIDAD PARA DISEÑAR RELATOS COMERCIALES POTENTES, CONSISTENTES Y EMOCIONALMENTE CONECTADOS CON SUS AUDIENCIAS, MEJORANDO SU IMPACTO EN MERCADOS COMPETITIVOS. CONOCIMIENTO: PRINCIPIOS DE STORYTELLING CORPORATIVO, ARQUETIPOS NARRATIVOS SECTORIALES, MATRICES DE BUYER PERSONA, NARRATIVA OMNICANAL, ANÁLISIS SEMIÓTICO Y HERRAMIENTAS PARA AUDITORÍA NARRATIVA. CONTEXTO: ESTA COMPETENCIA SE APLICA EN MIPYMES MULTISECTORIALES QUE NECESITAN DIFERENCIARSE EN MERCADOS ALTAMENTE COMPETITIVOS, DONDE LAS CARACTERÍSTICAS FUNCIONALES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS YA NO SON SUFICIENTES PARA CAPTAR LA ATENCIÓN NI GENERAR RECORDACIÓN. EN ESTOS ENTORNOS, LA NARRATIVA EMPRESARIAL SE CONVIERTE EN UNA HERRAMIENTA ESTRATÉGICA PARA COMUNICAR VALOR, CONECTAR EMOCIONALMENTE CON EL CLIENTE Y PROYECTAR UNA IDENTIDAD SÓLIDA Y AUTÉNTICA. HABILIDAD: DISEÑAR RELATOS DIFERENCIADORES DESDE LA VISIÓN DE CLIENTE, MAPEAR PUNTOS DE CONTACTO NARRATIVOS Y ADAPTAR MENSAJES SEGÚN CANAL Y PERFIL DE RECEPTOR.						
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	LECTURA DE TEXTOS, ESTUDIO DE CASO						

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	NO APLICA

HABILIDADES TRANSVERSALES					
HABILIDAD TRANSVERSAL A EJECUTAR EN ESTA UNIDAD TEMATICA (SOLO UNA HABILIDAD POR AF)	**NO APLICA**	**NUMERO DE HORAS A EJECUTAR**	**0**	**PORCENTAJE DE HORAS A EJECUTAR**	**0,0%**

UNIDADES TEMATICAS DE LA ACCION DE FORMACIÓN							AF N°	3
NOMBRE DE LA UNIDAD TEMATICA	**GESTIÓN DE LA ADAPTABILIDAD HUMANA EN PROCESOS DE CAMBIO**					**CONSECUTIVO / NUMERO UNIDAD TEMATICA**	**2**	
HORAS PRACTICAS A IMPARTIR	**1**	**HORAS TEORICAS A IMPARTIR**	**2**	**TOTAL DE HORAS DE LA UNIDAD TEMATICA**	**3**	**PERFIL DEL CAPACITADOR**	**R01.1.4 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE MAESTRÍA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS, Horas - 3**	
CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMATICA	2.1. IDENTIFICACIÓN DE BARRERAS HUMANAS ANTE EL CAMBIO ÁGIL DIAGNÓSTICO DE RESISTENCIAS HABITUALES EN ENTORNOS OPERATIVOS. TIPOS DE MENTALIDAD: FIJA VS DE CRECIMIENTO. MODELOS DE TRANSICIÓN EMOCIONAL EN LA TRANSFORMACIÓN. 2.2. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN PRINCIPIOS DE TRANSPARENCIA, FRECUENCIA Y EMPATÍA. DISEÑO DE MAPAS DE CONVERSACIÓN PARA ALINEAR EXPECTATIVAS. CASOS DE STORYTELLING INTERNO COMO HERRAMIENTA DE CAMBIO. 2.3. ACTIVACIÓN DE COMPORTAMIENTOS ADAPTATIVOS EN EQUIPOS DE BASE MICROHÁBITOS PARA LA COLABORACIÓN Y EL APRENDIZAJE CONTINUO. TÉCNICAS DE GAMIFICACIÓN Y FEEDBACK PARA MANTENER EL COMPROMISO. DISEÑO DE PLANES DE ADAPTACIÓN ORGANIZACIONAL BOTTOM-UP.							
COMPETENCIA POR ADQUIRIR	ACCIÓN: FACILITAR ENTORNOS DE TRANSFORMACIÓN ORGANIZACIONAL MEDIANTE LA ACTIVACIÓN DE DINÁMICAS DE COMUNICACIÓN EMPÁTICA, GESTIÓN EMOCIONAL DEL CAMBIO Y CONSTRUCCIÓN DE HÁBITOS COLABORATIVOS SOSTENIBLES, QUE POTENCIEN LA APROPIACIÓN DEL CAMBIO DESDE LA BASE OPERATIVA. JUSTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA: LOS PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN SOLO PROSPERAN CUANDO SE GESTIONAN DESDE LO HUMANO. ESTA UNIDAD DOTA AL PARTICIPANTE DE HERRAMIENTAS PARA DIAGNOSTICAR RESISTENCIAS, DISEÑAR NARRATIVAS INTERNAS QUE MOVILICEN EL CAMBIO Y CONSOLIDAR MICROHÁBITOS DE ADAPTACIÓN EN ENTORNOS PRODUCTIVOS. CONOCIMIENTO: MODELOS DE TRANSICIÓN EMOCIONAL, MAPAS DE CONVERSACIÓN, PRINCIPIOS DE COMUNICACIÓN INTERNA, TÉCNICAS DE GAMIFICACIÓN, DISEÑO BOTTOM-UP DE CAMBIO. CONTEXTO: ESTA COMPETENCIA SE APLICA EN ENTORNOS ORGANIZACIONALES DONDE LAS MIPYMES ATRAVIESAN PROCESOS DE CAMBIO ESTRUCTURAL, TECNOLÓGICO O CULTURAL, Y REQUIEREN ACOMPAÑAR A SUS EQUIPOS PARA QUE ADOPTEN NUEVAS DINÁMICAS CON COMPROMISO Y ESTABILIDAD EMOCIONAL. EN ESTOS CONTEXTOS, LAS TRANSFORMACIONES FRACASAN NO POR FALTA DE ESTRATEGIA, SINO POR NO GESTIONAR ADECUADAMENTE LAS RESISTENCIAS, EMOCIONES Y HÁBITOS DEL TALENTO HUMANO, ESPECIALMENTE EN NIVELES OPERATIVOS. HABILIDAD: IDENTIFICAR RESISTENCIAS AL CAMBIO, ARTICULAR DISCURSOS MOVILIZADORES, ACOMPAÑAR EMOCIONALMENTE PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN, FACILITAR PLANES DE ADAPTACIÓN COLECTIVA.							
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	LECTURA DE TEXTOS, TAREAS EN EQUIPO							
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	NO APLICA							

HABILIDADES TRANSVERSALES					
HABILIDAD TRANSVERSAL A EJECUTAR EN ESTA UNIDAD TEMATICA (SOLO UNA HABILIDAD POR AF)	**NO APLICA**	**NUMERO DE HORAS A EJECUTAR**	**0**	**PORCENTAJE DE HORAS A EJECUTAR**	**0,0%**

UNIDADES TEMATICAS DE LA ACCION DE FORMACIÓN							AF N°	3
NOMBRE DE LA UNIDAD TEMATICA	**PENSAMIENTO CREATIVO – TRANSVERSAL PLIEGO CONVOCATORIA**					**CONSECUTIVO / NUMERO UNIDAD TEMATICA**	**3**	
HORAS PRACTICAS A IMPARTIR	**0**	**HORAS TEORICAS A IMPARTIR**	**1**	**TOTAL DE HORAS DE LA UNIDAD TEMATICA**	**1**	**PERFIL DEL CAPACITADOR**	**R01.1.4 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE MAESTRÍA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS, Horas - 1**	
CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMATICA	3.1. DESBLOQUEO COGNITIVO Y RUPTURA DE PATRONES MENTALES LIMITANTES EN PROCESOS EMPRESARIALES APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PENSAMIENTO LATERAL, ANALOGÍAS FORZADAS Y DISRUPCIÓN DE PATRONES PARA IDENTIFICAR BLOQUEOS MENTALES FRECUENTES EN TAREAS OPERATIVAS, COMERCIALES O ESTRATÉGICAS. REDIRECCIONAMIENTO CREATIVO DE PROBLEMAS COTIDIANOS HACIA SOLUCIONES VIABLES Y DE ALTO IMPACTO. 3.2. IDEACIÓN ESTRATÉGICA PARA RETOS DE BAJO PRESUPUESTO Y ALTA ESCALABILIDAD IMPLEMENTACIÓN DE METODOLOGÍAS COMO SCAMPER, MAPAS MENTALES VISUALES Y “DESIGN HACKS” PARA LA GENERACIÓN DE SOLUCIONES FUNCIONALES EN CONTEXTOS DE RECURSOS LIMITADOS. ADAPTACIÓN DE PROCESOS CREATIVOS A REALIDADES DE MIPYMES MULTISECTORIALES. 3.3. DISEÑO ÁGIL DE MICROPROTOTIPOS PARA VALIDACIÓN RÁPIDA DE IDEAS EN ENTORNOS EMPRESARIALES CONSTRUCCIÓN DE SOLUCIONES RÁPIDAS, TESTEO DE IDEAS MEDIANTE SIMULACIONES FUNCIONALES Y CREACIÓN DE PROPUESTAS MÍNIMAS VIABLES PARA EVALUAR SU APLICABILIDAD, RESPUESTA DEL ENTORNO Y POTENCIAL DE ESCALABILIDAD.							

COMPETENCIA POR ADQUIRIR	APLICAR ESTRATEGIAS DE PENSAMIENTO CREATIVO ESTRUCTURADO PARA REDISEÑAR PROCESOS, RESOLVER DESAFÍOS OPERATIVOS Y GENERAR SOLUCIONES ESCALABLES EN CONTEXTOS DE BAJA INVERSIÓN Y ALTA ADAPTABILIDAD EN MIPYMES MULTISECTORIALES. JUSTIFICACIÓN: LA CREATIVIDAD APLICADA ES UN MOTOR DE INNOVACIÓN FUNCIONAL QUE PERMITE A LAS MIPYMES RESPONDER A CAMBIOS, LIMITACIONES PRESUPUESTARIAS Y RETOS COMPETITIVOS CON INGENIO PRÁCTICO. ESTA UNIDAD ENTRENA AL TRABAJADOR PARA DESBLOQUEAR SU POTENCIAL CREATIVO, TRANSFORMAR BARRERAS EN OPORTUNIDADES Y DISEÑAR MICROINNOVACIONES SOSTENIBLES DESDE SU ROL OPERATIVO O DIRECTIVO. CONOCIMIENTO: DOMINARÁ HERRAMIENTAS DE IDEACIÓN COMO SCAMPER, MAPAS MENTALES VISUALES, ANALOGÍAS FORZADAS Y PROTOTIPADO ÁGIL. COMPRENDERÁ LOS BLOQUEOS COGNITIVOS FRECUENTES Y LAS METODOLOGÍAS PARA ACTIVAR EL PENSAMIENTO DIVERGENTE. CONTEXTO: ESTA COMPETENCIA SE APLICA EN MIPYMES DE TODOS LOS SECTORES QUE ENFRENTAN RESTRICCIONES COMUNES COMO BAJOS PRESUPUESTOS, RECURSOS HUMANOS LIMITADOS, PROCESOS TRADICIONALES ARRAIGADOS O BAJA CAPACIDAD DE RESPUESTA ANTE CAMBIOS DEL ENTORNO. EN ESTE CONTEXTO, EL PENSAMIENTO CREATIVO ESTRUCTURADO PERMITE REDISEÑAR PROCESOS COMERCIALES, LOGÍSTICOS, ADMINISTRATIVOS O DE ATENCIÓN AL CLIENTE, CON SOLUCIONES PRÁCTICAS QUE NO REQUIEREN GRANDES INVERSIONES NI DESARROLLOS TECNOLÓGICOS COMPLEJOS. HABILIDAD: PODRÁ DIAGNOSTICAR DESAFÍOS EMPRESARIALES CON MIRADA CREATIVA, GENERAR IDEAS INNOVADORAS CONTEXTUALIZADAS Y DESARROLLAR PROTOTIPOS FUNCIONALES ADAPTADOS A LAS REALIDADES DE SU ORGANIZACIÓN.
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	LECTURA DE TEXTOS, ESTUDIO DE CASO
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	NO APLICA

HABILIDADES TRANSVERSALES					
HABILIDAD TRANSVERSAL A EJECUTAR EN ESTA UNIDAD TEMATICA (SOLO UNA HABILIDAD POR AF)	**PENSAMIENTO CREATIVO**	**NUMERO DE HORAS A EJECUTAR**	**1**	**PORCENTAJE DE HORAS A EJECUTAR**	**12,5%**

COBERTURA ACCIÓN DE FORMACIÓN - LUGAR DE EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PRESENCIAL				**AF N°**	**3**
NUMERO TOTAL DE GRUPOS	**6**	**NUMERO TOTAL DE BENEFICIARIOS SEGÚN COBERTURA**		**120**	

NÚMERO DE GRUPO	**DEPARTAMENTO**	**CIUDAD**	**NÚMERO DE BENEFICIARIOS**	**JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA PROPONENTE, AGREMIADAS AL PROPONENETE O DE SU CADENA PRODUCTIVA CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN PLANTEADOS**
GRUPO 1	**CAUCA**	**POPAYÁN**	**20**	**LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. SI BIEN EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, MUCHAS DE LAS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENEN RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN A ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS REGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS. ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL ES ESTRATÉGICA PARA CONSOLIDAR UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA, COHESIONADA Y PREPARADA PARA ENFRENTAR RETOS COMUNES EN PRODUCTIVIDAD, TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y SOSTENIBILIDAD, IMPULSANDO ASÍ EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD**
GRUPO 2	**VALLE DEL CAUCA**	**CALI**	**20**	**LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, DE ALLÍ QUE SE JUSTIFIQUE COHEREMENTE LA COBERTURA PROPUESTA. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.**
GRUPO 3	**VALLE DEL CAUCA**	**BUGALAGRANDE**	**20**	**LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, DE ALLÍ QUE SE JUSTIFIQUE COHEREMENTE LA COBERTURA PROPUESTA, TENIENDO EN CUENTA EL ÁREA DE INFLUENCIA DEPARTAMENTAL. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.**

GRUPO 4	VALLE DEL CAUCA	PALMIRA	20	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, DE ALLÍ QUE SE JUSTIFIQUE COHEREMENTE LA COBERTURA PROPUESTA, TENIENDO EN CUENTA EL ÁREA DE INFLUENCIA DEPARTAMENTAL. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.
GRUPO 5	VALLE DEL CAUCA	BUENAVENTURA	20	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, DE ALLÍ QUE SE JUSTIFIQUE COHEREMENTE LA COBERTURA PROPUESTA, TENIENDO EN CUENTA EL ÁREA DE INFLUENCIA DEPARTAMENTAL. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.
GRUPO 6	VALLE DEL CAUCA	CALI	20	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, DE ALLÍ QUE SE JUSTIFIQUE COHEREMENTE LA COBERTURA PROPUESTA, TENIENDO EN CUENTA EL ÁREA DE INFLUENCIA DEPARTAMENTAL. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.

RUBROS PARA LA ACCIÓN DE FORMACIÓN — AF N° 3

PRESUPUESTO TOTAL DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	CONFINANCIACÍON SENA	% SENA	CONTRAPARTIDA ESPECIE	% ESPECIE	CONTRAPARTIDA DINERO	% DINERO	VALOR TOTAL
	$ 41.430.000	77,77%	$ 0	0,00%	$ 11.840.000	22,23%	$ 53.270.000

RUBRO	JUSTIFICACIÓN	UNIDADES	VALOR UNIDAD	$ CONFINANCIACIÓN SENA	% CONF. SENA	$ CONTRAPARTIDA ESPECIE	% CONTRA ESPECIE	$ CONTRAPARTIDA DINERO	% CONTRA DINERO	VALOR TOTAL DEL RUBRO
R01.1.4 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE MAESTRÍA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	HONORARIOS CAPACITADOR NACIONAL TÍTULO DE MAESTRÍA	48	$ 520.000	$ 24.960.000	100,00%	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 24.960.000
R04 TIQUETES AÉREOS, TERRESTRES INTERMUNICIPALES Y/O FLUVIAL	TIQUETE AÉREO IDA Y REGRESO VUELO NACIONAL	0		$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 800.000	100,00%	$ 800.000
R02.1 ALOJAMIENTO, MANUTENCIÓN Y TRANSPORTE LOCAL - CAPACITADOR NACIONAL	ALOJAMIENTO, MANUTENCIÓN Y TRANSPORTE LOCAL CAPACITADOR	1	$ 450.000	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 450.000	100,00%	$ 450.000
R07.1.1.3 ALQUILER DE SALONES Y/O ESPACIOS - SALONES, HOTELES, LABORATORIOS, AULAS GASTRONOMÍA, SALONES EMPRESARIALES) - HASTA 30 BENEFICIARIOS	SALÓN EMPRESARIAL PARA 30 BENEFIARIOS	48	$ 360.000	$ 11.520.000	66,67%	$ 0	0,00%	$ 5.760.000	33,33%	$ 17.280.000
R05.1.1 MATERIAL DE FORMACIÓN - IMPRESO - CARTILLA IMPRESA	CARTILLA IMPRESA	120	$ 55.000	$ 4.950.000	75,00%	$ 0	0,00%	$ 1.650.000	25,00%	$ 6.600.000
R05.3.1 MATERIAL DE FORMACIÓN - DIAGRAMACIÓN - DIAGRAMACIÓN CARTILLA	DIAGRAMACIÓN CARTILLA	0		$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 2.800.000	100,00%	$ 2.800.000
R012.7 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS EVENTOS DE FORMACIÓN - DISEÑO E IMPRESIÓN DE INFOGRAFIA	DISEÑO E IMPRESIÓN DE INFOGRAFÍA	0		$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 260.000	100,00%	$ 260.000
R013 PÓLIZAS DE SEGURO.	PÓLIZAS DE SEGURO	0		$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 120.000	100,00%	$ 120.000

ACCIONES DE FORMACIÓN DEL PROYECTO

NOMBRE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS BASADAS EN REALIDAD AUMENTADA PARA POTENCIAR LAS MIPYMES MULTISECTORIALES	CONSECUTIVO	4

PROBLEMA O NECESIDAD DETECTADA DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	4. LIMITADA INCORPORACIÓN DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES COMO LA REALIDAD AUMENTADA (RA EN SUS PROCESOS COMERCIALES, NARRATIVOS Y EXPERIENCIALES. ESTA BARRERA TECNOLÓGICA AFECTA SU CAPACIDAD PARA GENERAR VALOR DIFERENCIAL, MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE Y POSICIONARSE COMPETITIVAMENTE EN DESTINOS DONDE EL TURISMO CULTURAL Y CULINARIO REQUIERE INNOVACIÓN CONSTANTE Y CONEXIÓN EMOCIONAL CON LOS VISITANTES.

JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DETECTADA	SE EVIDENCIA BAJO CONOCIMIENTO DE HERRAMIENTAS DE REALIDAD AUMENTADA ACCESIBLES Y DIFICULTADES PARA DISEÑAR CONTENIDOS INMERSIVOS ALINEADOS CON LA IDENTIDAD GASTRONÓMICA Y TERRITORIAL. ADEMÁS, LAS MIPYMES CARECEN DE RUTAS CLARAS PARA INTEGRAR ESTA TECNOLOGÍA SIN AFECTAR SU OPERACIÓN NI AUTENTICIDAD CULTURAL, LO QUE AMPLÍA LA BRECHA FRENTE A LAS EXPECTATIVAS DEL NUEVO TURISTA DIGITAL. LOS DATOS CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS SUGIEREN: LOS DATOS REVELAN NARRATIVAS FRAGMENTADAS SOBRE EL TERRITORIO, AUSENCIA DE INDICADORES PARA EVALUAR LA EXPERIENCIA (89 % NO LOS USA) Y DÉBIL CULTURA DE INNOVACIÓN DIGITAL. MANDOS MEDIOS REPORTAN FALTA DE METODOLOGÍAS PRÁCTICAS PARA LIDERAR PROCESOS TECNOLÓGICOS, AGRAVADA POR LA ESCASA FORMACIÓN EN RA (71 % NO HA RECIBIDO CAPACITACIÓN EN LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS). ESTOS HALLAZGOS RESPALDAN UNA ACCIÓN FORMATIVA PRÁCTICA, INTERFUNCIONAL Y CONTEXTUALIZADA PARA CERRAR LA BRECHA TECNOLÓGICA Y NARRATIVA. SE IDENTIFICAN NARRATIVAS TERRITORIALES FRAGMENTADAS, FALTA DE INDICADORES PARA EVALUAR LA EXPERIENCIA Y DEBILIDAD ORGANIZACIONAL EN INNOVACIÓN DIGITAL. SE REPORTA NO CONTAR CON METODOLOGÍAS PRÁCTICAS PARA LIDERAR PROCESOS TECNOLÓGICOS, Y UN 71 % NO HA RECIBIDO FORMACIÓN EN RA EN LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS. FUENTES EXTERNAS: EL 77 % DE LOS CONSUMIDORES GLOBALES AFIRMA QUE VALORA MÁS A LAS MARCAS QUE OFRECEN EXPERIENCIAS INMERSIVAS, Y UN 61 % ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR MÁS POR PRODUCTOS O SERVICIOS QUE INTEGREN REALIDAD AUMENTADA O TECNOLOGÍAS SIMILARES. HTTPS://WWW.ACCENTURE.COM/US-EN/INSIGHTS/TECHNOLOGY/TECHNOLOGY-TRENDS-2022 “EN SECTORES COMO TURISMO Y GASTRONOMÍA, LAS PEQUEÑAS EMPRESAS ENFRENTAN UNA PÉRDIDA DE COMPETITIVIDAD CUANDO NO INTEGRAN TECNOLOGÍAS QUE AMPLIFIQUEN EL VALOR CULTURAL Y LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE. LA BRECHA NO ES DE ACCESO, SINO DE APROPIACIÓN NARRATIVA Y ESTRATÉGICA.” WWW.WEFORUM.ORG/REPORTS/FUTURE-READINESS-OF-SMES DE ACUERDO CON LO ANTERIOR, LA FORMACIÓN SE ATIENDE PARCIAL, REQUIRIENDO UNA IMPLEMENTACIÓN DE CONOCIMIENTOS PARA EL CIERRE TOTAL DE LA BRECHA.	**ENFOQUE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN**	**FORMACIÓN EN EL TRABAJO**

ANÁLISIS DE CAUSAS Y EFECTOS DEL PROBLEMA O NECESIDAD DETECTADA	3.CAUSAS -DESCONOCIMIENTO SOBRE TECNOLOGÍAS DE REALIDAD AUMENTADA APLICABLES AL TURISMO GASTRONÓMICO, POR FALTA DE FORMACIÓN TÉCNICA AJUSTADA A LAS CONDICIONES DE LAS MIPYMES. -DESARTICULACIÓN ENTRE LA ESTRATEGIA COMERCIAL Y LAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS, LO QUE LIMITA EL USO DE SOLUCIONES INMERSIVAS EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE. -ESCASA CULTURA DE INNOVACIÓN EN MANDOS MEDIOS Y OPERATIVOS, QUE REDUCE LA GENERACIÓN DE IDEAS CON TECNOLOGÍAS ACCESIBLES PARA FORTALECER LA NARRATIVA TERRITORIAL Y LA DIFERENCIACIÓN. LAS MIPYMES DEL TURISMO GASTRONÓMICO ENFRENTAN BARRERAS CULTURALES Y OPERATIVAS PARA INCORPORAR TECNOLOGÍAS COMO LA REALIDAD AUMENTADA (RA). PREDOMINA EL DESCONOCIMIENTO SOBRE HERRAMIENTAS ACCESIBLES Y UNA FALTA DE FORMACIÓN TÉCNICA CONTEXTUALIZADA. ADEMÁS, EXISTE DESCONEXIÓN ENTRE LAS ESTRATEGIAS COMERCIALES Y EL POTENCIAL DE LA RA PARA ENRIQUECER LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE, LO QUE LIMITA SU ADOPCIÓN. EFECTOS -PERSISTENCIA DE EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS POCO DIFERENCIADAS Y CON BAJA MEMORABILIDAD, LO QUE LIMITA LA FIDELIZACIÓN DE TURISTAS Y LA GENERACIÓN DE VALOR AGREGADO EN EL TERRITORIO. -BAJA APROPIACIÓN TECNOLÓGICA QUE IMPIDE A LAS MIPYMES COMPETIR EN ECOSISTEMAS DIGITALES, AFECTANDO SU VISIBILIDAD, REPUTACIÓN Y CAPACIDAD DE ATRAER NUEVOS MERCADOS. -REDUCCIÓN PROGRESIVA EN LA PRODUCTIVIDAD DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR, AL NO OPTIMIZAR PUNTOS CRÍTICOS DEL SERVICIO CON HERRAMIENTAS INTERACTIVAS QUE FACILITEN LA ATENCIÓN, LA INDUCCIÓN Y LA PROMOCIÓN EXPERIENCIAL. COMO RESULTADO, LAS EMPRESAS SIGUEN OFRECIENDO EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS POCO DIFERENCIADAS Y DE BAJO IMPACTO EMOCIONAL, LO QUE DIFICULTA LA FIDELIZACIÓN Y EL POSICIONAMIENTO FRENTE A COMPETIDORES MÁS INNOVADORES. LA FALTA DE APROPIACIÓN TECNOLÓGICA LIMITA SU VISIBILIDAD Y ACCESO A NUEVOS MERCADOS, Y LA INACCIÓN FRENTE A ESTAS BRECHAS REDUCE SU PRODUCTIVIDAD, AL NO OPTIMIZAR PUNTOS DE CONTACTO CON EL CLIENTE MEDIANTE RECURSOS INTERACTIVOS QUE FORTALEZCAN LA PROMOCIÓN DE LA OFERTA TERRITORIAL.

OBJETIVO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	OBJETIVO APLICAR HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DE REALIDAD AUMENTADA PARA DISEÑAR EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS INMERSIVAS QUE FORTALEZCAN LA NARRATIVA TERRITORIAL, OPTIMICEN LA INTERACCIÓN CON EL CLIENTE Y MEJOREN LA VISIBILIDAD DE LAS MIPYMES TURÍSTICAS EN MERCADOS DINÁMICOS. PARA QUÉ ESTE OBJETIVO RESPONDE A LA NECESIDAD CRÍTICA DE LAS MIPYMES DEL TURISMO GASTRONÓMICO DE INNOVAR EN LA FORMA EN QUE PRESENTAN, COMUNICAN Y POSICIONAN SU OFERTA, EN UN ENTORNO DONDE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE ES DETERMINANTE PARA LA FIDELIZACIÓN Y EL CRECIMIENTO COMERCIAL. A TRAVÉS DE ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA SE BUSCA: ●MEJORAR LA DIFERENCIACIÓN DEL SERVICIO GASTRONÓMICO, MEDIANTE LA CREACIÓN DE MICROEXPERIENCIAS AUMENTADAS COHERENTES CON EL RELATO CULTURAL DEL TERRITORIO Y LA IDENTIDAD DE MARCA. ●REDUCIR LOS TIEMPOS DE ATENCIÓN Y PROCESOS OPERATIVOS REPETITIVOS, INTEGRANDO SEÑALIZACIÓN AUMENTADA, MENÚS INTERACTIVOS Y CONTENIDOS GUIADOS QUE FUNCIONAN COMO ASISTENTES VIRTUALES DE BAJO COSTO. ●AUMENTAR EL VALOR PERCIBIDO POR EL CLIENTE, A TRAVÉS DEL DISEÑO DE CONTENIDOS INMERSIVOS QUE ACTIVEN EMOCIONES, MEJOREN LA MEMORABILIDAD Y FOMENTEN LA RECOMENDACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO. ●EMPODERAR A LOS MANDOS MEDIOS Y OPERATIVOS EN EL USO DE TECNOLOGÍAS ACCESIBLES PARA LA INNOVACIÓN FUNCIONAL, SIN REQUERIMIENTOS AVANZADOS DE PROGRAMACIÓN O INFRAESTRUCTURA DIGITAL COMPLEJA. ●ARTICULAR LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA CON LA ESTRATEGIA DE MARCA, PERMITIENDO A LAS MIPYMES FORTALECER SU NARRATIVA COMERCIAL Y POSICIONARSE COMO REFERENTES DE TURISMO EXPERIENCIAL SOSTENIBLE. ESTE OBJETIVO ES PLENAMENTE ALCANZABLE, DADO EL ENFOQUE MODULAR Y PRÁCTICO DEL PROCESO FORMATIVO, EL USO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DE BAJO COSTO Y FÁCIL IMPLEMENTACIÓN (COMO ZAPPAR, ARTIVIVE, WALLAME, ENTRE OTRAS), Y LA ALINEACIÓN CON LAS BRECHAS IDENTIFICADAS EN LOS DIAGNÓSTICOS INTERNOS DEL GREMIO. INNOVACIÓN BASADA EN EL PATRIMONIO CULTURAL Y LA DIGITALIZACIÓN INCLUSIVA.

EVENTO DE FORMACIÓN

TIPO DE EVENTO DE FORMACIÓN	**TALLER**	**MODALIDAD DE FORMACIÓN**	**PRESENCIAL**	**METODOLOGÍA DE FORMACIÓN**	**TEÓRICO - PRÁCTICA**	**NÚMERO DE HORAS POR GRUPO**	**8**	**NÚMERO DE GRUPOS**	**1**
BENEFICIARIOS PRESENCIALES POR GRUPO	**20**	**BENEFICIARIOS VIRTUALES POR GRUPO**	**0**	**TOTAL DE HORAS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN**	**8**	**TOTAL DE BENEFICIARIOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN**	**20**		

PERFIL DE LOS BENEFICIARIOS - FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA

ÁREAS FUNCIONALES DE LOS BENEFICIARIOS	**MARKETING, VENTAS, TECNOLOGÍA, INNOVACIÓN, SERVICIO AL CLIENTE**	**JUSTIFICACIÓN ÁREAS FUNCIONALES A BENEFICIAR**	LA ACCIÓN DE FORMACIÓN EN “APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS BASADAS EN REALIDAD AUMENTADA PARA POTENCIAR LAS MIPYMES EN TURISMO GASTRONÓMICO” IMPACTA DE FORMA TRANSVERSAL MÚLTIPLES ÁREAS FUNCIONALES DENTRO DE LAS MIPYMES DEL SECTOR. SU ENFOQUE ESPECIALIZADO NO SOLO SE LIMITA AL COMPONENTE TECNOLÓGICO, SINO QUE BUSCA INTEGRAR LA REALIDAD AUMENTADA COMO UNA HERRAMIENTA ESTRATÉGICA PARA MEJORAR PROCESOS, EXPERIENCIAS Y POSICIONAMIENTO EN UN MERCADO ALTAMENTE COMPETITIVO. ●MARKETING Y VENTAS TIENEN UN PAPEL CRUCIAL, YA QUE SERÁN LOS RESPONSABLES DE TRADUCIR LAS CAPACIDADES DE RA EN ESTRATEGIAS DE ATRACCIÓN, STORYTELLING TERRITORIAL Y GENERACIÓN DE EXPERIENCIAS MEMORABLES QUE AUMENTEN EL TICKET PROMEDIO Y LA FRECUENCIA DE VISITA. ●INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA SON HABILITADORES DIRECTOS DEL USO DE LA RA, REQUIRIENDO COMPETENCIAS PARA ADAPTAR PLATAFORMAS ACCESIBLES A LAS CONDICIONES OPERATIVAS DE LAS MIPYMES. ●SERVICIO AL CLIENTE ES UN PUNTO NEURÁLGICO DONDE SE EXPRESA TODO EL VALOR DE LA EXPERIENCIA RA, REQUIRIENDO FORMACIÓN EN SU USO, INTERACCIÓN Y RETROALIMENTACIÓN DEL VISITANTE. ESTA ARTICULACIÓN FUNCIONAL ES INDISPENSABLE PARA ASEGURAR QUE LA IMPLEMENTACIÓN DE RA NO SE LIMITE A UNA SOLUCIÓN TÉCNICA, SINO QUE SE CONVIERTA EN UNA ESTRATEGIA DE TRANSFORMACIÓN ORGANIZACIONAL, COMERCIAL Y SIMBÓLICA, COHERENTE CON LA IDENTIDAD CULTURAL DEL TERRITORIO Y LAS EXIGENCIAS DE LOS MERCADOS EXPERIENCIALES.
NIVELES OCUPACIONALES DE LOS BENEFICIARIOS	**MEDIO, OPERATIVO**	**JUSTIFICACIÓN BENEFICIARIOS DE LOS NIVELES OCUPACIONALES**	LA PARTICIPACIÓN DE LOS TRABAJADORES DE NIVELES MEDIO Y OPERATIVO EN LA ACCIÓN DE FORMACIÓN SE JUSTIFICA PLENAMENTE DEBIDO A QUE SON ESTOS PERFILES QUIENES SE ENCUENTRAN DIRECTAMENTE VINCULADOS A LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE, LA EJECUCIÓN DE PROCESOS CRÍTICOS DEL SERVICIO Y LA IMPLEMENTACIÓN EFECTIVA DE INNOVACIONES TECNOLÓGICAS EN EL PUNTO DE CONTACTO. LOS MANDOS MEDIOS, POR SU ROL ARTICULADOR ENTRE LA ESTRATEGIA Y LA OPERACIÓN, REQUIEREN COMPETENCIAS QUE LES PERMITAN LIDERAR LA ADOPCIÓN DE NUEVAS HERRAMIENTAS COMO LA RA, COORDINAR SU INTEGRACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE MARCA Y GARANTIZAR LA COHERENCIA NARRATIVA DE LA PROPUESTA GASTRONÓMICA. SON CLAVE PARA FACILITAR PROCESOS DE CAMBIO ORGANIZACIONAL, EVALUAR IMPACTOS Y ACTIVAR RUTAS DE MEJORA CONTINUA A PARTIR DEL USO DE TECNOLOGÍA INMERSIVA. POR SU PARTE, LOS NIVELES OPERATIVOS SON QUIENES EJECUTAN LAS INTERACCIONES DIARIAS CON EL CLIENTE, MANIPULAN LOS CONTENIDOS AUMENTADOS, ENTREGAN EL PRODUCTO Y ACTIVAN LOS COMPONENTES DE LA EXPERIENCIA. FORMARLOS EN EL USO ADECUADO DE LA RA GARANTIZA UNA IMPLEMENTACIÓN FLUIDA, EVITA ERRORES TÉCNICOS Y ASEGURA QUE EL IMPACTO EMOCIONAL, INFORMATIVO Y NARRATIVO LLEGUE DE FORMA EFICAZ AL COMENSAL. ADICIONALMENTE, EL ENFOQUE DE ESTA FORMACIÓN PRIVILEGIA HERRAMIENTAS ACCESIBLES, METODOLOGÍAS PRÁCTICAS Y CASOS DE USO REALES, LO QUE FACILITA LA APROPIACIÓN POR PARTE DE ESTOS NIVELES, EMPODERÁNDOLOS COMO AGENTES ACTIVOS DE LA INNOVACIÓN Y NO MEROS RECEPTORES DE DECISIONES ESTRATÉGICAS. INCLUIRLOS DESDE EL DISEÑO DE LAS EXPERIENCIAS PERMITE ESCALAR SOLUCIONES COHERENTES, REPLICABLES Y SOSTENIBLES, FORTALECIENDO LA CULTURA DIGITAL EN TODO EL ECOSISTEMA ORGANIZACIONAL.

OCUPACIÓN CUOC	**21410 - INGENIEROS INDUSTRIALES Y DE PRODUCCIÓN, 24210 - PROFESIONALES Y ANALISTAS DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN, 33411 - SUPERVISORES ADMINISTRATIVOS, 21522 - INGENIEROS DE AUTOMATIZACIÓN E INSTRUMENTACIÓN, 21531 - INGENIEROS DE TELECOMUNICACIONES, 25110 - ANALISTAS DE SISTEMAS, 25120 - DESARROLLADORES DE SOFTWARE, 25140 - PROGRAMADORES DE APLICACIONES, 25190 - DESARROLLADORES Y ANALISTAS DE SOFTWARE Y MULTIMEDIA NO CLASIFICADOS EN OTRAS OCUPACIONES, 25230 - PROFESIONALES EN REDES DE COMPUTADORES, 33220 - REPRESENTANTES COMERCIALES, 33392 - ASISTENTES DE MERCADEO, PUBLICIDAD Y COMUNICACIONES, 42251 - AUXILIARES DE INFORMACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE, 33413 - SUPERVISORES Y COORDINADORES DE PROCESOS DE NEGOCIO, EMPLEADOS DE INFORMACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE**

NÚMERO DE TRABAJADORES MUJERES QUE SE BENEFICIAN DE LA FORMACIÓN	**1**	**NÚMERO DE TRABAJADORES EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD QUE SE BENEFICIAN DE LA FORMACIÓN**	**N/A**	**NÚMERO DE TRABAJADORES CAMPESINOS QUE SE BENEFICIAN DE LA FORMACIÓN**	**1**	**NÚMERO DE EMPRESAS BIC A BENEFICIAR**	**N/A**

NÚMERO DE EMPRESAS MIPYMES A BENEFICIAR	**N/A**	**JUSTIFICACIÓN EMPRESAS Y TRABAJADORES DE MIPYMES A BENEFICIAR**	NO ESPECIFICADO
NÚMERO DE TRABAJADORES A BENEFICIAR DE EMPRESAS MIPYMES	**N/A**		
NÚMERO DE EMPRESAS DE SU CADENA PRODUCTIVA A BENEFICIAR	**1**	**JUSTIFICACIÓN EMPRESAS Y BENEFICIARIOS DE LA CADENA PRODUCTIVA A BENEFICIAR**	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. SI BIEN EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, MUCHAS DE LAS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENEN RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN A ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS REGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS. ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL ES ESTRATÉGICA PARA CONSOLIDAR UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA, COHESIONADA Y PREPARADA PARA ENFRENTAR RETOS COMUNES EN PRODUCTIVIDAD, TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y SOSTENIBILIDAD, IMPULSANDO ASÍ EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.
NÚMERO DE TRABAJADORES A BENEFICIAR DE EMPRESAS DE SU CADENA PRODUCTIVA	**1**		

SECTORES Y SUB-SECTORES DEL BENEFICIARIO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

SECTOR(ES) AL QUE PERTENECE LOS BENEFICIARIOS DE LA FORMACIÓN	**SERVICIOS**	**SUB-SECTOR(ES) AL QUE PERTENECE LOS BENEFICIARIOS DE LA FORMACIÓN**	**COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS, TRANSVERSAL**

CLASIFICACIÓN DE SECTOR(ES) Y SUB-SECTOR(ES), A BENEFICIAR CON ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN

CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SECTOR(ES) A BENEFICIAR CON LA AF	**SERVICIOS**	**CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SUB-SECTOR(ES) A BENEFICIAR CON LA AF**	**TRANSVERSAL**

JUSTIFICACIÓN SECTORES Y SUB-SECTORES A BENEFICIAR	**LA FORMACIÓN PROPUESTA SE ARTICULA CON EL SECTOR SERVICIOS, DEFINIENDO COMO SUBSECTOR EL TRANSVERSAL EN FUNCIÓN DE LAS MÚLTIPLES ACTIVIDADES ECONÓMICAS QUE DESARROLLAN LAS EMPRESAS REPRESENTADAS POR EL GRUPO MULTISECTORIAL. ESTAS ORGANIZACIONES PRESTAN SERVICIOS CLAVE COMO LOGÍSTICA, TECNOLOGÍA, CONSULTORÍA, MARKETING, ATENCIÓN AL CLIENTE, DESARROLLO DE SOFTWARE, SOPORTE COMERCIAL Y GESTIÓN OPERATIVA, ENTRE OTROS.**
AMBIENTE DE APRENDIZAJE	**SALONES (HOTELES, LABORATORIOS, AULAS GASTRONOMÍA, SALONES EMPRESARIALES) - PLATAFORMA O HERRAMIENTA TECNOLOGICA**

ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	**USO Y APROPIACIÓN DE TECNOLOGÍAS DIGITALES**

JUSTIFICACIÓN DE LA ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	LA ACCIÓN DE FORMACIÓN SE ALINEA DIRECTAMENTE CON LA LÍNEA PRIORIZADA “USO Y APROPIACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES”, AL FOMENTAR EN LAS MIPYMES DEL SECTOR TURÍSTICO Y GASTRONÓMICO LA ADOPCIÓN PRÁCTICA DE SOLUCIONES DIGITALES EMERGENTES, COMO LA REALIDAD AUMENTADA, EL DISEÑO DE EXPERIENCIAS INMERSIVAS Y EL DESARROLLO DE CONTENIDOS INTERACTIVOS ADAPTADOS A SU IDENTIDAD TERRITORIAL. ESTA FORMACIÓN NO SOLO PROMUEVE EL ACCESO A HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS ACCESIBLES, SINO QUE TAMBIÉN DESARROLLA CAPACIDADES LOCALES PARA TRANSFORMAR DIGITALMENTE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE, EN COHERENCIA CON LOS PRINCIPIOS DE SOSTENIBILIDAD, INNOVACIÓN Y FORTALECIMIENTO DEL TEJIDO EMPRESARIAL QUE PLANTEA EL GOBIERNO NACIONAL. DICHA ALINEACIÓN SE ENCUENTRA EXPRESAMENTE RESPALDADA POR LAS BASES DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2022–2026 – COLOMBIA, POTENCIA MUNDIAL DE LA VIDA, QUE EN LA PÁGINA 144 ESTABLECE COMO PRIORIDAD LA APROPIACIÓN SOCIAL Y PRODUCTIVA DE TECNOLOGÍAS DIGITALES PARA LA TRANSFORMACIÓN DE SECTORES ESTRATÉGICOS Y EL CIERRE DE BRECHAS TERRITORIALES, ESPECIALMENTE MEDIANTE LA ARTICULACIÓN DE CONOCIMIENTO, CULTURA Y TECNOLOGÍAS. ASIMISMO, LA POLÍTICA NACIONAL DE REINDUSTRIALIZACIÓN (CONPES 4129 DE 2023) PROMUEVE LA INCORPORACIÓN DE TECNOLOGÍAS HABILITADORAS EN SECTORES DE VOCACIÓN PRODUCTIVA TERRITORIAL, COMO EL TURISMO Y LA ECONOMÍA CULTURAL, DONDE ESTE TIPO DE HERRAMIENTAS PERMITE GENERAR VALOR AGREGADO, DIFERENCIAR LA OFERTA Y MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD DE LAS MIPYMES.
JUSTIFICACIÓN ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA	
JUSTIFICACIÓN ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA	LA ACCIÓN DE FORMACIÓN ES DE CARÁCTER ESPECIALIZADO, DADO QUE DESARROLLA COMPETENCIAS TÉCNICAS AVANZADAS EN EL DISEÑO, INTEGRACIÓN Y USO ESTRATÉGICO DE TECNOLOGÍAS INMERSIVAS, ORIENTADAS A ENRIQUECER LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE, FORTALECER LA NARRATIVA DEL PRODUCTO GASTRONÓMICO Y ESCALAR EL POSICIONAMIENTO DEL NEGOCIO EN ENTORNOS ALTAMENTE COMPETITIVOS. NO SE TRATA DE UNA FORMACIÓN BÁSICA EN MARKETING O TECNOLOGÍA, SINO DE UNA RUTA FORMATIVA RIGUROSAMENTE DISEÑADA PARA RESOLVER BRECHAS IDENTIFICADAS EN EL DIAGNÓSTICO, COMO: BAJA DIFERENCIACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA, LIMITADA APROPIACIÓN DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES Y ESCASA CAPACIDAD PARA GENERAR EXPERIENCIAS DE VALOR SIMBÓLICO-CULTURAL MEDIANTE HERRAMIENTAS DIGITALES. LA ESPECIALIZACIÓN SE EVIDENCIA EN LOS SIGUIENTES ASPECTOS: ● ENFOQUE METODOLÓGICO APLICADO, CENTRADO EN EL USO DE HERRAMIENTAS DE REALIDAD AUMENTADA ACCESIBLES PARA MIPYMES, DISEÑO DE CONTENIDOS INMERSIVOS, Y ALINEACIÓN CON PRINCIPIOS DE NARRATIVA TERRITORIAL Y EXPERIENCIA SENSORIAL DEL CLIENTE. ● CONTENIDOS ALTAMENTE CONTEXTUALIZADOS, COMO LA IMPLEMENTACIÓN DE RA EN MENÚS INTERACTIVOS, PROCESOS DE TRAZABILIDAD ALIMENTARIA, GAMIFICACIÓN TURÍSTICA Y MICRO-NARRATIVAS INMERSIVAS, QUE PERMITEN CONECTAR EMOCIONALMENTE CON EL COMENSAL DESDE EL VALOR CULTURAL DEL PRODUCTO. ● DISEÑO INSTRUCCIONAL ADAPTADO A MANDOS MEDIOS Y OPERATIVOS, ORIENTADO A LA IMPLEMENTACIÓN PRÁCTICA DE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS SIN REQUERIMIENTOS DE PROGRAMACIÓN AVANZADA, LO QUE FACILITA LA APROPIACIÓN FUNCIONAL EN ENTORNOS CON RECURSOS LIMITADOS. EN SUMA, ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN ES ESPECIALIZADA NO SOLO POR EL NIVEL TÉCNICO Y NARRATIVO DE SUS CONTENIDOS, SINO POR SU ALINEACIÓN CON DESAFÍOS REALES DEL SECTOR, SU ENFOQUE PRÁCTICO Y SU CAPACIDAD DE GENERAR UN IMPACTO DIRECTO EN LA INNOVACIÓN EXPERIENCIAL, LA COMPETITIVIDAD SIMBÓLICA Y LA SOSTENIBILIDAD DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN MIPYMES DEL TERRITORIO.

RESULTADOS - IMPACTO DE LA FORMACIÓN EN EL DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR Y APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS EN EL PUESTO DE TRABAJO	
1	- APLICAR METODOLOGÍAS ÁGILES (COMO SCRUM Y KANBAN) ADAPTADAS A LAS CONDICIONES OPERATIVAS DE LAS MIPYMES PARA MEJORAR LA EFICIENCIA EN LA EJECUCIÓN DE PROCESOS.
2	- DISEÑAR MAPAS DE PROCESOS CLAVE CON ENFOQUE EN CICLOS CORTOS DE ENTREGA DE VALOR, PRIORIZANDO CUELLOS DE BOTELLA Y PUNTOS DE FRICCIÓN OPERATIVA.
3	- IMPLEMENTAR Y LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LOS EQUIPOS EN PROCESOS DE CAMBIO ORGANIZACIONAL.
4	- FACILITAR PROCESOS DE REDISEÑO ESTRUCTURAL BAJO CONDICIONES VUCA (VOLATILIDAD, INCERTIDUMBRE, COMPLEJIDAD Y AMBIGÜEDAD), ALINEANDO ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL CON ENTORNOS CAMBIANTES.
5	- DESARROLLAR CÉLULAS DE INNOVACIÓN FUNCIONALES DENTRO DE LAS ÁREAS OPERATIVAS DE LA EMPRESA, CON CAPACIDAD PARA PROTOTIPAR MEJORAS, ESCALAR APRENDIZAJES Y GENERAR IMPACTO TANGIBLE EN LA PRODUCTIVIDAD.

RESULTADOS - IMPACTO DE LA FORMACIÓNEN LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESASY GREMIOS	
1	1. REDUCIR LOS TIEMPOS OPERATIVOS DE ATENCIÓN Y ORIENTACIÓN AL CLIENTE MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE RECURSOS INMERSIVOS QUE AUTOMATIZAN LA ENTREGA DE INFORMACIÓN, MENÚS Y TRAZABILIDAD DE PRODUCTOS. PRODUCTIVIDAD
2	2. OPTIMIZAR LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN PUNTOS CRÍTICOS DEL SERVICIO, AUMENTANDO LA EFICIENCIA DE PROCESOS LOGÍSTICOS Y DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO GASTRONÓMICO. PRODUCTIVIDAD

3	3.2AUMENTAR LA FRECUENCIA DE RECOMPRA Y EL VALOR PROMEDIO DE TRANSACCIÓN GRACIAS A LA MEJORA EN LA PERCEPCIÓN DE VALOR Y LA PERSONALIZACIÓN SENSORIAL DE LA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA. PRODUCTIVIDAD
4	1.1FORTALECER EL POSICIONAMIENTO DIFERENCIAL DE LAS MIPYMES MEDIANTE LA CREACIÓN DE EXPERIENCIAS INNOVADORAS Y TECNOLÓGICAMENTE ATRACTIVAS QUE COMBINAN TRADICIÓN GASTRONÓMICA CON RA. COMPETITIVIDAD
5	2.2AMPLIAR EL ALCANCE Y VISIBILIDAD DE LA OFERTA GASTRONÓMICA EN EL ECOSISTEMA TURÍSTICO REGIONAL MEDIANTE LA VIRALIZACIÓN DE CONTENIDOS INMERSIVOS Y LA INTEGRACIÓN EN PLATAFORMAS DIGITALES EXPERIENCIALES. COMPETITIVIDAD

MATERIAL DE FORMACIÓN					
MATERIAL DE FORMACIÓN SELECCIONADO	**CARTILLA IMPRESA**	**GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO**	INFOGRAFÍA	**RECURSOS DIDÁCTICOS**	**ACCESO REALIDAD VIRTUAL O REALIDAD AUMENTADA**
JUSTIFICACIÓN DEL MATERIAL DE FORMACIÓN (SI APLICA)	LA ACCIÓN DE FORMACIÓN REQUIERE UN MATERIAL FÍSICO IMPRESO (CARTILLA) DEBIDO A LAS CARACTERÍSTICAS OPERATIVAS, CONTEXTUALES Y TECNOLÓGICAS DE LOS BENEFICIARIOS. AL TRATARSE DE TRABAJADORES DE MIPYMES DEL SECTOR GASTRONÓMICO Y TURÍSTICO, UBICADOS EN ENTORNOS QUE NO SIEMPRE CUENTAN CON CONECTIVIDAD DIGITAL ESTABLE O INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA AVANZADA, LA CARTILLA GARANTIZA ACCESIBILIDAD UNIVERSAL, PORTABILIDAD Y USO AUTÓNOMO DURANTE Y DESPUÉS DE LA FORMACIÓN. ESTE MATERIAL ACOMPAÑA LA EXPERIENCIA PRESENCIAL (DE 8 HORAS), FACILITANDO LA APROPIACIÓN SECUENCIAL DE LOS CONCEPTOS CLAVES SOBRE RA, DISEÑO DE EXPERIENCIAS INMERSIVAS Y ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN SENSORIAL, ESPECIALMENTE CUANDO EL APRENDIZAJE SE DA A TRAVÉS DE EJERCICIOS APLICADOS Y PROTOTIPADO BÁSICO SIN RECURSOS DIGITALES AVANZADOS. LA CARTILLA PERMITE CONSOLIDAR APRENDIZAJES MEDIANTE ESQUEMAS VISUALES, GUÍAS PASO A PASO, REFERENCIAS DE PLATAFORMAS RA ACCESIBLES Y ESPACIOS PARA DOCUMENTACIÓN DE IDEAS. ADICIONALMENTE, EL ENFOQUE METODOLÓGICO CENTRADO EN EL “APRENDER HACIENDO” SE VE REFORZADO POR ESTE MATERIAL, QUE ACTÚA COMO BITÁCORA DE INNOVACIÓN Y CONSULTA PRÁCTICA EN LOS ENTORNOS REALES DE OPERACIÓN DE LAS MIPYMES. SU DISEÑO MODULAR, IMPRESO Y ACCESIBLE SE ALINEA CON LOS CONTENIDOS DE LAS UNIDADES TEMÁTICAS Y PROMUEVE UNA TRANSFERENCIA EFECTIVA AL PUESTO DE TRABAJO. DESDE EL PUNTO DE VISTA PRESUPUESTAL, LA CARTILLA ES UNA INVERSIÓN COHERENTE Y EFICIENTE QUE MAXIMIZA EL IMPACTO DE LA ACCIÓN FORMATIVA AL DEJAR UNA HERRAMIENTA TANGIBLE DE CONSULTA Y RÉPLICA, CUMPLIENDO CON LO ESTABLECIDO EN LOS PLIEGOS SOBRE MATERIALES DIDÁCTICOS PERTINENTES AL ENFOQUE Y MODALIDAD DEL CURSO.				

INSUMOS (SI APLICA)	NO ESPECIFICADO / NO APLICA	**JUSTIFICACION DE LOS INSUMOS (SI APLICA)**	NO ESPECIFICADO / NO APLICA

UNIDADES TEMATICAS DE LA ACCION DE FORMACIÓN								
							AF Nº	4
NOMBRE DE LA UNIDAD TEMATICA	**REALIDAD AUMENTADA COMO HERRAMIENTA DE VALOR PARA EL TURISMO GASTRONÓMICO**					**CONSECUTIVO / NUMERO UNIDAD TEMATICA**	**1**	
HORAS PRACTICAS A IMPARTIR	**3**	**HORAS TEORICAS A IMPARTIR**	**1**	**TOTAL DE HORAS DE LA UNIDAD TEMATICA**	**4**	**PERFIL DEL CAPACITADOR**	**R01.1.4 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE MAESTRÍA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS, Horas - 4**	
CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMATICA	1.1. APLICACIÓN DEL ENFOQUE VUCA EN ESTRUCTURAS MIPYME IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES DE VOLATILIDAD, INCERTIDUMBRE, COMPLEJIDAD Y AMBIGÜEDAD. ALINEACIÓN ENTRE ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y DINÁMICAS DE CAMBIO. 1.1. EXPLORACIÓN DE PLATAFORMAS Y TECNOLOGÍAS DE RA APLICADAS A GASTRONOMÍA Y TURISMO APPS Y RECURSOS ACCESIBLES PARA PYMES SIN INFRAESTRUCTURA ROBUSTA. CASOS LOCALES E INTERNACIONALES DE RA EN EXPERIENCIAS CULINARIAS. 1.2. DISEÑO DE CONTENIDOS INMERSIVOS ORIENTADOS A LA VALORIZACIÓN DEL PRODUCTO LOCAL ELEMENTOS VISUALES, SONOROS E INTERACTIVOS. COHERENCIA CON EL RELATO CULTURAL, ANCESTRAL O DIFERENCIADOR. 1.3. IMPLEMENTACIÓN DE RA EN PUNTOS CRÍTICOS DEL SERVICIO GASTRONÓMICO MENÚS INTERACTIVOS, PROCESOS EN VIVO, TRAZABILIDAD DE INGREDIENTES. SEÑALIZACIÓN EXPERIENCIAL Y GAMIFICACIÓN PARA TURISTAS. 1.4. IMPACTO DE LA RA EN EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA GASTRONÓMICO PERCEPCIÓN DE VALOR, EFECTO WOW, MEMORABILIDAD. FIDELIZACIÓN A TRAVÉS DE EXPERIENCIAS INMERSIVAS.							
COMPETENCIA POR ADQUIRIR	ACCIÓN: APLICAR HERRAMIENTAS DE REALIDAD AUMENTADA PARA ENRIQUECER LA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA DEL CLIENTE Y FORTALECER LA NARRATIVA TERRITORIAL DEL DESTINO TURÍSTICO. JUSTIFICACIÓN: EN EL TURISMO GASTRONÓMICO, LA DIFERENCIACIÓN BASADA EN EXPERIENCIA SENSORIAL Y NARRATIVA ES CLAVE. ESTE MÓDULO FORMA AL PARTICIPANTE EN EL USO DE TECNOLOGÍAS DE REALIDAD AUMENTADA PARA CONECTAR LA OFERTA CULINARIA CON EL RELATO CULTURAL, MEJORANDO LA PERCEPCIÓN DE VALOR, EL POSICIONAMIENTO DEL NEGOCIO Y LA RECORDACIÓN DEL DESTINO. CONOCIMIENTO: PLATAFORMAS ACCESIBLES DE RA, ELEMENTOS NARRATIVOS VISUALES Y AUDITIVOS, PRINCIPIOS DE EXPERIENCIA INMERSIVA Y CASOS DE ÉXITO EN RA TURÍSTICA. CONTEXTO: ESTA COMPETENCIA SE APLICA EN MIPYMES DEL SECTOR GASTRONÓMICO CON VOCACIÓN TURÍSTICA, QUE BUSCAN DESTACAR POR SU IDENTIDAD CULTURAL Y CULINARIA. EN ESTOS ENTORNOS, DONDE LA EXPERIENCIA SENSORIAL Y EL RELATO DETRÁS DEL PLATO SON TAN IMPORTANTES COMO EL PRODUCTO MISMO, LA REALIDAD AUMENTADA (RA) PERMITE ENRIQUECER LA VIVENCIA DEL CLIENTE MEDIANTE CONTENIDOS INTERACTIVOS, VISUALES Y NARRATIVOS QUE FORTALECEN LA CONEXIÓN EMOCIONAL CON LA MARCA Y EL DESTINO. HABILIDAD: DISEÑAR Y APLICAR CONTENIDOS INMERSIVOS CON RA EN PUNTOS ESTRATÉGICOS DEL NEGOCIO GASTRONÓMICO, ALINEADOS CON LA IDENTIDAD DEL TERRITORIO Y EL RELATO DE LA MARCA.							
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	REALIDAD AUMENTADA							

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	SE TRABAJA DE MANERA ESPECÍFICA EN LA TEMÁTICA: IMPLEMENTACIÓN DE RA EN PUNTOS CRÍTICOS DEL SERVICIO GASTRONÓMICO A PARTIR DE LA CUAL SE PROPONE COMO EXPERIENCIA DE USO LAS SIGUIENTES: MENÚS INTERACTIVOS, PROCESOS EN VIVO, TRAZABILIDAD DE INGREDIENTES. SEÑALIZACIÓN EXPERIENCIAL Y GAMIFICACIÓN PARA TURISTAS.

HABILIDADES TRANSVERSALES					
HABILIDAD TRANSVERSAL A EJECUTAR EN ESTA UNIDAD TEMATICA (SOLO UNA HABILIDAD POR AF)	**NO APLICA**	**NUMERO DE HORAS A EJECUTAR**	**0**	**PORCENTAJE DE HORAS A EJECUTAR**	**0,0%**

UNIDADES TEMATICAS DE LA ACCION DE FORMACIÓN							**AF N°**	**4**
NOMBRE DE LA UNIDAD TEMATICA	**INTEGRACIÓN ESTRATÉGICA DE RA EN EL MODELO DE NEGOCIO MIPYME**					**CONSECUTIVO / NUMERO UNIDAD TEMATICA**	**2**	
HORAS PRACTICAS A IMPARTIR	**2**	**HORAS TEORICAS A IMPARTIR**	**1**	**TOTAL DE HORAS DE LA UNIDAD TEMATICA**	**3**	**PERFIL DEL CAPACITADOR**	**R01.1.4 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE MAESTRÍA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS, Horas - 3**	

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMATICA	2.1. ALINEACIÓN DE LA RA CON LA ESTRATEGIA COMERCIAL Y DE MARCA DEL NEGOCIO IDENTIDAD NARRATIVA, DIFERENCIACIÓN, VALOR AGREGADO PERCIBIDO. 2.2. DISEÑO DE UNA HOJA DE RUTA TECNOLÓGICA PARA IMPLEMENTAR RA EN ETAPAS EVALUACIÓN DE CAPACIDADES INTERNAS, INVERSIÓN, Y RETORNO ESPERADO. 2.3. MÉTRICAS PARA EVALUAR EL IMPACTO DE LA RA EN LA EXPERIENCIA Y EN LAS VENTAS ENGAGEMENT, TIEMPO DE PERMANENCIA, VIRALIZACIÓN, FEEDBACK DIGITAL.
COMPETENCIA POR ADQUIRIR	ACCIÓN: INTEGRAR SOLUCIONES DE REALIDAD AUMENTADA EN EL MODELO COMERCIAL Y COMUNICATIVO DE MIPYMES TURÍSTICAS Y GASTRONÓMICAS, CON ENFOQUE EN ESCALABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD. JUSTIFICACIÓN: LAS MIPYMES DEBEN INNOVAR SIN COMPROMETER SU SOSTENIBILIDAD. ESTE MÓDULO ENTRENA EN LA INTEGRACIÓN PAULATINA Y ESTRATÉGICA DE TECNOLOGÍAS RA EN FUNCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO, SU MARCA, Y SU CAPACIDAD OPERATIVA, GARANTIZANDO RETORNO DE VALOR Y COHERENCIA. CONOCIMIENTO: MODELOS DE NEGOCIO EXPERIENCIALES, RUTAS DE ADOPCIÓN TECNOLÓGICA, ALINEACIÓN DE HERRAMIENTAS RA CON OBJETIVOS COMERCIALES, INDICADORES DE RETORNO DE EXPERIENCIA (ROX). CONTEXTO: ESTA COMPETENCIA SE APLICA EN MIPYMES DEL SECTOR TURÍSTICO Y GASTRONÓMICO QUE BUSCAN INNOVAR EN SUS MODELOS COMERCIALES Y DE COMUNICACIÓN MEDIANTE HERRAMIENTAS DE REALIDAD AUMENTADA (RA), SIN PONER EN RIESGO SU SOSTENIBILIDAD OPERATIVA O FINANCIERA. ES ESPECIALMENTE RELEVANTE EN EMPRESAS QUE DESEAN INTRODUCIR TECNOLOGÍAS EMERGENTES DE FORMA PROGRESIVA, MANTENIENDO LA COHERENCIA CON SU IDENTIDAD DE MARCA, SU PROPUESTA DE VALOR Y SUS CAPACIDADES REALES DE EJECUCIÓN. HABILIDAD: DISEÑAR UNA HOJA DE RUTA ESTRATÉGICA PARA IMPLEMENTAR SOLUCIONES RA ALINEADAS CON LA IDENTIDAD DEL NEGOCIO Y SU CAPACIDAD TECNOLÓGICA Y NARRATIVA.
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	TAREAS EN EQUIPO
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	NO APLICA

HABILIDADES TRANSVERSALES					
HABILIDAD TRANSVERSAL A EJECUTAR EN ESTA UNIDAD TEMATICA (SOLO UNA HABILIDAD POR AF)	**NO APLICA**	**NUMERO DE HORAS A EJECUTAR**	**0**	**PORCENTAJE DE HORAS A EJECUTAR**	**0,0%**

UNIDADES TEMATICAS DE LA ACCION DE FORMACIÓN							**AF N°**	**4**
NOMBRE DE LA UNIDAD TEMATICA	**PENSAMIENTO CREATIVO – TRANSVERSAL PLIEGO CONVOCATORIA**					**CONSECUTIVO / NUMERO UNIDAD TEMATICA**	**3**	
HORAS PRACTICAS A IMPARTIR	**0**	**HORAS TEORICAS A IMPARTIR**	**1**	**TOTAL DE HORAS DE LA UNIDAD TEMATICA**	**1**	**PERFIL DEL CAPACITADOR**	**R01.1.4 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE MAESTRÍA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS, Horas - 1**	

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMATICA	3.1. DESBLOQUEO COGNITIVO Y RUPTURA DE PATRONES MENTALES LIMITANTES EN PROCESOS EMPRESARIALES APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PENSAMIENTO LATERAL, ANALOGÍAS FORZADAS Y DISRUPCIÓN DE PATRONES PARA IDENTIFICAR BLOQUEOS MENTALES FRECUENTES EN TAREAS OPERATIVAS, COMERCIALES O ESTRATÉGICAS. REDIRECCIONAMIENTO CREATIVO DE PROBLEMAS COTIDIANOS HACIA SOLUCIONES VIABLES Y DE ALTO IMPACTO. 3.2. IDEACIÓN ESTRATÉGICA PARA RETOS DE BAJO PRESUPUESTO Y ALTA ESCALABILIDAD IMPLEMENTACIÓN DE METODOLOGÍAS COMO SCAMPER, MAPAS MENTALES VISUALES Y "DESIGN HACKS" PARA LA GENERACIÓN DE SOLUCIONES FUNCIONALES EN CONTEXTOS DE RECURSOS LIMITADOS. ADAPTACIÓN DE PROCESOS CREATIVOS A REALIDADES DE MIPYMES MULTISECTORIALES. 3.3. DISEÑO ÁGIL DE MICROPROTOTIPOS PARA VALIDACIÓN RÁPIDA DE IDEAS EN ENTORNOS EMPRESARIALES CONSTRUCCIÓN DE SOLUCIONES RÁPIDAS, TESTEO DE IDEAS MEDIANTE SIMULACIONES FUNCIONALES Y CREACIÓN DE PROPUESTAS MÍNIMAS VIABLES PARA EVALUAR SU APLICABILIDAD, RESPUESTA DEL ENTORNO Y POTENCIAL DE ESCALABILIDAD.
COMPETENCIA POR ADQUIRIR	ACCIÓN: APLICAR ESTRATEGIAS DE PENSAMIENTO CREATIVO ESTRUCTURADO PARA REDISEÑAR PROCESOS, RESOLVER DESAFÍOS OPERATIVOS Y GENERAR SOLUCIONES ESCALABLES EN CONTEXTOS DE BAJA INVERSIÓN Y ALTA ADAPTABILIDAD EN MIPYMES MULTISECTORIALES. JUSTIFICACIÓN: LA CREATIVIDAD APLICADA ES UN MOTOR DE INNOVACIÓN FUNCIONAL QUE PERMITE A LAS MIPYMES RESPONDER A CAMBIOS, LIMITACIONES PRESUPUESTARIAS Y RETOS COMPETITIVOS CON INGENIO PRÁCTICO. ESTA UNIDAD ENTRENA AL TRABAJADOR PARA DESBLOQUEAR SU POTENCIAL CREATIVO, TRANSFORMAR BARRERAS EN OPORTUNIDADES Y DISEÑAR MICROINNOVACIONES SOSTENIBLES DESDE SU ROL OPERATIVO O DIRECTIVO. CONOCIMIENTO: DOMINARÁ HERRAMIENTAS DE IDEACIÓN COMO SCAMPER, MAPAS MENTALES VISUALES, ANALOGÍAS FORZADAS Y PROTOTIPADO ÁGIL. COMPRENDERÁ LOS BLOQUEOS COGNITIVOS FRECUENTES Y LAS METODOLOGÍAS PARA ACTIVAR EL PENSAMIENTO DIVERGENTE. CONTEXTO: ESTA COMPETENCIA SE APLICA EN MIPYMES DE TODOS LOS SECTORES QUE ENFRENTAN RESTRICCIONES COMUNES COMO BAJOS PRESUPUESTOS, RECURSOS HUMANOS LIMITADOS, PROCESOS TRADICIONALES ARRAIGADOS O BAJA CAPACIDAD DE RESPUESTA ANTE CAMBIOS DEL ENTORNO. EN ESTE CONTEXTO, EL PENSAMIENTO CREATIVO ESTRUCTURADO PERMITE REDISEÑAR PROCESOS COMERCIALES, LOGÍSTICOS, ADMINISTRATIVOS O DE ATENCIÓN AL CLIENTE, CON SOLUCIONES PRÁCTICAS QUE NO REQUIEREN GRANDES INVERSIONES NI DESARROLLOS TECNOLÓGICOS COMPLEJOS. HABILIDAD: PODRÁ DIAGNOSTICAR DESAFÍOS EMPRESARIALES CON MIRADA CREATIVA, GENERAR IDEAS INNOVADORAS CONTEXTUALIZADAS Y DESARROLLAR PROTOTIPOS FUNCIONALES ADAPTADOS A LAS REALIDADES DE SU ORGANIZACIÓN.
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	LECTURA DE TEXTOS, ESTUDIO DE CASO
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	NO APLICA

HABILIDADES TRANSVERSALES					
HABILIDAD TRANSVERSAL A EJECUTAR EN ESTA UNIDAD TEMATICA (SOLO UNA HABILIDAD POR AF)	**PENSAMIENTO CREATIVO**	**NUMERO DE HORAS A EJECUTAR**	**1**	**PORCENTAJE DE HORAS A EJECUTAR**	**12,5%**

COBERTURA ACCIÓN DE FORMACIÓN - LUGAR DE EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PRESENCIAL				**AF N°**	**4**
NUMERO TOTAL DE GRUPOS	**1**	**NUMERO TOTAL DE BENEFICIARIOS SEGÚN COBERTURA**	**20**		

NÚMERO DE GRUPO	**DEPARTAMENTO**	**CIUDAD**	**NÚMERO DE BENEFICIARIOS**	**JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA PROPONENTE, AGREMIADAS AL PROPONENETE O DE SU CADENA PRODUCTIVA CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN PLANTEADOS**
GRUPO 1	**CAUCA**	**POPAYÁN**	**20**	**LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. SI BIEN EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, MUCHAS DE LAS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENEN RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN A ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS REGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS. ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL ES ESTRATÉGICA PARA CONSOLIDAR UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA, COHESIONADA Y PREPARADA PARA ENFRENTAR RETOS COMUNES EN PRODUCTIVIDAD, TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y SOSTENIBILIDAD, IMPULSANDO ASÍ EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD**

RUBROS PARA LA ACCIÓN DE FORMACIÓN							**AF N°**	**4**
PRESUPUESTO TOTAL DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN			**CONFINANCIACÍON SENA**	**% SENA**	**CONTRAPARTIDA ESPECIE**	**% ESPECIE**	**CONTRAPARTIDA DINERO**	**% DINERO**	**VALOR TOTAL**
			$ 11.390.000	**74,85%**	**$ 0**	**0,00%**	**$ 3.827.000**	**25,15%**	**$ 15.217.000**

RUBRO	**JUSTIFICACIÓN**	**UNIDADES**	**VALOR UNIDAD**	**$ CONFINANCIACIÓN SENA**	**% CONF. SENA**	**$ CONTRAPARTIDA ESPECIE**	**% CONTRA ESPECIE**	**$ CONTRAPARTIDA DINERO**	**% CONTRA DINERO**	**VALOR TOTAL DEL RUBRO**
R01.1.4 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE MAESTRÍA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	**R01.1.4 HONORARIOS CAP. NAL MAESTRÍA**	8	$ 520.000	$ 4.160.000	100,00%	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	**$ 4.160.000**
R04 TIQUETES AÉREOS, TERRESTRES INTERMUNICIPALES Y/O FLUVIAL	**TIQUETE AÉREO IDA Y REGRESO VUELO NACIONAL**	0		$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 700.000	100,00%	**$ 700.000**
R02.1 ALOJAMIENTO, MANUTENCIÓN Y TRANSPORTE LOCAL - CAPACITADOR NACIONAL	**ALOJAMIENTO, MANUTENCIÓN Y TRANSPORTE LOCAL CAPACITADOR**	1	$ 450.000	$ 450.000	100,00%	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	**$ 450.000**

R07.1.1.3 ALQUILER DE SALONES Y/O ESPACIOS - SALONES, HOTELES, LABORATORIOS, AULAS GASTRONOMÍA, SALONES EMPRESARIALES) - HASTA 30 BENEFICIARIOS	**SALÓN EMPRESARIAL PARA 30 BENEFIARIOS**	8	$ 360.000	$ 2.880.000	100,00%	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	**$ 2.880.000**
R05.1.1 MATERIAL DE FORMACIÓN - IMPRESO - CARTILLA IMPRESA	**CARTILLA IMPRESA**	20	$ 55.000	$ 1.100.000	100,00%	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	**$ 1.100.000**
R05.3.1 MATERIAL DE FORMACIÓN - DIAGRAMACIÓN - DIAGRAMACIÓN CARTILLA	**DIAGRAMACIÓN CARTILLA**	0		$ 2.800.000	100,00%	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	**$ 2.800.000**
R05.4.3 MATERIAL DE FORMACIÓN - RECURSOS DIDACTICOS - ACCESO A ENTORNOS EN REALIDAD VIRTUAL O AUMENTADA	**ACCESO A ENTORNOS DE REALIDAD AUMENTADA**	0		$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 2.500.000	100,00%	**$ 2.500.000**
R012.7 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS EVENTOS DE FORMACIÓN - DISEÑO E IMPRESIÓN DE INFOGRAFIA	**DISEÑO E IMPRESIÓN DE INFOGRAFÍA**	0		$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 260.000	100,00%	**$ 260.000**
R013 PÓLIZAS DE SEGURO.	**PÓLIZAS DE SEGURO**	0		$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 367.000	100,00%	**$ 367.000**

ACCIONES DE FORMACIÓN DEL PROYECTO			
NOMBRE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	**INNOVACIONES EN LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN UNA ERA DE HIPERPERSONALIZACIÓN, HUMANIZACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL**	**CONSECUTIVO**	**5**
PROBLEMA O NECESIDAD DETECTADA DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	5. LIMITADA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES COMO LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA, LA NEUROCOMUNICACIÓN Y LAS EXPERIENCIAS INMERSIVAS PARA DISEÑAR CONTENIDOS PERSONALIZADOS Y ESTRATEGIAS CENTRADAS EN EL CLIENTE.		
JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DETECTADA	ESTA BRECHA TECNOLÓGICA Y NARRATIVA LIMITA LA DIFERENCIACIÓN DE LAS MIPYMES EN ENTORNOS SATURADOS. SE EVIDENCIAN DEBILIDADES EN EL USO DE IA PARA CREAR CONTENIDOS, DESCONOCIMIENTO DE PRINCIPIOS DE NEUROCOMUNICACIÓN Y BAJA IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍAS INMERSIVAS COMO LA REALIDAD AUMENTADA EN LA INTERACCIÓN CON EL CLIENTE. LOS DATOS RECOGIDOS LOS DATOS EVIDENCIAN UNA BAJA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN LAS MIPYMES DEL GREMIO. EL 72 % NO USA HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y SOLO EL 18 % CONOCE PLATAFORMAS DE REALIDAD AUMENTADA. ADEMÁS, 8 DE CADA 10 EMPRESAS TIENEN DIFICULTADES PARA DIFERENCIARSE EN CANALES DIGITALES Y EL 83 % DE SUS CONTENIDOS NO SUPERA LAS 50 INTERACCIONES, REFLEJANDO UNA BAJA EFECTIVIDAD COMUNICATIVA. DESDE LO CUALITATIVO, LAS MIPYMES RECONOCEN EL DESFASE EN SUS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y EL DESCONOCIMIENTO SOBRE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, LO QUE LIMITA LA PERSONALIZACIÓN. PERSISTEN RUTINAS TRADICIONALES Y RESISTENCIA AL CAMBIO TECNOLÓGICO, ASOCIADAS A LA FALTA DE FORMACIÓN. SIN EMBARGO, SE IDENTIFICA UN INTERÉS CRECIENTE POR CAPACITAR A LOS EQUIPOS OPERATIVOS EN HERRAMIENTAS DIGITALES ACCESIBLES. EXTERNOS EL 80 % DE LOS CONSUMIDORES TIENE MÁS PROBABILIDADES DE COMPRAR A EMPRESAS QUE OFRECEN EXPERIENCIAS PERSONALIZADAS, MIENTRAS QUE EL 66 % ESPERA QUE LAS MARCAS COMPRENDAN SUS NECESIDADES INDIVIDUALES. HTTPS://WWW.SALESFORCE.COM/RESOURCES/RESEARCH/STATE-OF-THE-CONNECTED-CUSTOMER/ “MUCHAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS CARECEN DE ESTRATEGIAS DIGITALES MADURAS Y CONTINÚAN OPERANDO CON ENFOQUES DE MARKETING TRADICIONALES, LO QUE IMPIDE CREAR VÍNCULOS EMOCIONALES SOSTENIBLES CON SUS AUDIENCIAS.” DELOITTE INSIGHTS – THE FUTURE OF MARKETING: HUMAN EXPERIENCE IN A DIGITAL WORLD (2023). HTTPS://WWW2.DELOITTE.COM/US/EN/INSIGHTS/TOPICS/MARKETING-AND-SALES-OPERATIONS/FUTURE-OF-MARKETING.HTML LA NECESIDAD SE ATIENDE PARCIAL CON LA FORMACIÓN, YA QUE SE HABILITA EL CONOCIMIENTO, ESPERANDO UNA ETAPA DE APROPIACIÓN Y PRÁCTICA.	**ENFOQUE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN**	**FORMACIÓN EN EL TRABAJO**
ANÁLISIS DE CAUSAS Y EFECTOS DEL PROBLEMA O NECESIDAD DETECTADA	3.CAUSAS -LIMITADO CONOCIMIENTO SOBRE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA QUE PERMITAN CREAR CONTENIDOS PERSONALIZADOS Y EMOCIONALMENTE RESONANTES, ADAPTADOS A LOS NUEVOS COMPORTAMIENTOS DEL CONSUMIDOR. -BAJA CAPACIDAD TÉCNICA DE LOS EQUIPOS DE TRABAJO PARA INTERPRETAR DATOS EMOCIONALES Y DE COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE, LO QUE IMPIDE DISEÑAR EXPERIENCIAS SIGNIFICATIVAS Y ALINEADAS CON LOS VALORES DEL CONSUMIDOR ACTUAL. -ESCASA APROPIACIÓN DE ENFOQUES DE COMUNICACIÓN HUMANIZADA Y DISEÑO EXPERIENCIAL, LO QUE LIMITA LA CREACIÓN DE CONTENIDOS INMERSIVOS Y ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN BASADAS EN NARRATIVAS Y EMOCIONES. EL BAJO CONOCIMIENTO EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA IMPIDE CREAR MENSAJES HIPERPERSONALIZADOS. LA ESCASA HABILIDAD PARA INTERPRETAR DATOS EMOCIONALES DIFICULTA DISEÑAR EXPERIENCIAS CONECTADAS CON EL VALOR SIMBÓLICO DE LA MARCA Y LA LIMITADA APROPIACIÓN DE ENFOQUES DE COMUNICACIÓN HUMANIZADA MANTIENE ESTRATEGIAS CONVENCIONALES CON POCO IMPACTO EN FIDELIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO. EFECTOS -PERSISTENCIA DE CONTENIDOS IMPERSONALES Y GENÉRICOS, QUE REDUCEN LA CONEXIÓN EMOCIONAL DEL CLIENTE CON LA MARCA Y AFECTAN NEGATIVAMENTE SU PERCEPCIÓN Y FIDELIDAD. -DESAPROVECHAMIENTO DE HERRAMIENTAS DE IA GENERATIVA, LO QUE CONLLEVA A PROCESOS DE COMUNICACIÓN INEFICIENTES, LENTOS Y POCO EFECTIVOS FRENTE A LOS RETOS DE MARKETING DIGITAL ACTUAL. -DEBILITAMIENTO DEL POSICIONAMIENTO DE MARCA EN ENTORNOS DIGITALES COMPETITIVOS, DEBIDO A LA INCAPACIDAD DE OFRECER EXPERIENCIAS DIFERENCIADORAS, MEMORABLES Y ALINEADAS A LOS NUEVOS LENGUAJES DEL CONSUMIDOR. SI NO SE IMPLEMENTA UNA FORMACIÓN PERTINENTE, LAS MIPYMES SEGUIRÁN ENFRENTANDO BAJOS NIVELES DE CONEXIÓN EMOCIONAL CON EL CLIENTE, EL DESAPROVECHAMIENTO DE HERRAMIENTAS DE IA GENERATIVA LIMITARÁ LA EFICIENCIA EN LA CREACIÓN DE CONTENIDO Y AUMENTARÁ LOS COSTOS OPERATIVOS.		
OBJETIVO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	OBJETIVO FORTALECER LAS CAPACIDADES DE LOS TRABAJADORES DE NIVELES MEDIOS Y OPERATIVOS DE MIPYMES MULTISECTORIALES PARA DISEÑAR, IMPLEMENTAR Y EVALUAR CONTENIDOS PERSONALIZADOS Y EXPERIENCIAS AUMENTADAS MEDIANTE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA Y TECNOLOGÍAS INMERSIVAS, CON EL FIN DE MEJORAR LA CONEXIÓN EMOCIONAL CON EL CLIENTE, LA EFICIENCIA COMERCIAL Y EL POSICIONAMIENTO COMPETITIVO EN ECOSISTEMAS DIGITALES. PARA QUÉ ESTE OBJETIVO RESPONDE A LA NECESIDAD URGENTE DE LAS MIPYMES EN SECTORES DIVERSOS DE INNOVAR EN LA FORMA DE COMUNICAR, ATRAER Y FIDELIZAR A SUS CLIENTES, EN UN ENTORNO DE ALTA SATURACIÓN INFORMATIVA Y CAMBIO CONSTANTE EN LOS HÁBITOS DE CONSUMO. A TRAVÉS DE ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA SE BUSCA: ●MEJORAR LA DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, MEDIANTE LA CREACIÓN DE CONTENIDOS HIPERPERSONALIZADOS QUE CONECTAN EMOCIONALMENTE CON EL USUARIO. ●INCREMENTAR EL VALOR PERCIBIDO DEL NEGOCIO, DISEÑANDO MICROEXPERIENCIAS DIGITALES INMERSIVAS QUE ELEVAN LA RECORDACIÓN DE MARCA Y LA FIDELIZACIÓN. ●EMPODERAR A LOS TRABAJADORES DE BASE PARA LIDERAR PROCESOS DE INNOVACIÓN NARRATIVA Y TECNOLÓGICA, SIN REQUERIR HABILIDADES DE PROGRAMACIÓN AVANZADA. ●ALINEAR LA NARRATIVA COMERCIAL CON HERRAMIENTAS EMERGENTES, COMO PLATAFORMAS DE IA, REALIDAD AUMENTADA Y DATOS CONDUCTUALES, PARA FORTALECER LA PRESENCIA DE LAS MIPYMES EN ENTORNOS DIGITALES. ESTE OBJETIVO ES PLENAMENTE ALCANZABLE DADO EL ENFOQUE MODULAR, PRÁCTICO Y CONTEXTUALIZADO DE LA FORMACIÓN, EL CUAL PERMITE A TRABAJADORES ADQUIRIR COMPETENCIAS TÉCNICAS CLAVE PARA TRANSFORMAR LA RELACIÓN CLIENTE-MARCA. DE ACUERDO CON LO ANTERIOR, EL OBJETIVO ESTA ALINEADO CON LA NECESIDAD DE CERRAR LA BRECHA IDENTIFICADA Y ES ALCANZABLE.		

EVENTO DE FORMACIÓN									
TIPO DE EVENTO DE FORMACIÓN	**CONFERENCIA**	**MODALIDAD DE FORMACIÓN**	**HÍBRIDA**	**METODOLOGÍA DE FORMACIÓN**	**TEÓRICA**	**NÚMERO DE HORAS POR GRUPO**	**2**	**NÚMERO DE GRUPOS**	**2**
BENEFICIARIOS PRESENCIALES POR GRUPO	**100**	**BENEFICIARIOS VIRTUALES POR GRUPO**	**150**	**TOTAL DE HORAS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN**	**4**	**TOTAL DE BENEFICIARIOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN**	**500**		

PERFIL DE LOS BENEFICIARIOS - FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA

ÁREAS FUNCIONALES DE LOS BENEFICIARIOS	**MARKETING, VENTAS, INNOVACIÓN, SERVICIO AL CLIENTE, DIRECCIÓN**	**JUSTIFICACIÓN ÁREAS FUNCIONALES A BENEFICIAR**	LA PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES PERTENECIENTES A LAS ÁREAS FUNCIONALES DE DIRECCIÓN, MARKETING, VENTAS, INNOVACIÓN, TECNOLOGÍA, SERVICIO AL CLIENTE, PRODUCCIÓN, RECURSOS HUMANOS, CALIDAD Y FINANZAS EN LA ACCIÓN DE FORMACIÓN “INNOVACIONES EN LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN UNA ERA DE HIPERPERSONALIZACIÓN, HUMANIZACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL” SE JUSTIFICA PLENAMENTE, DADO QUE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y LA MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE REQUIEREN UN ENFOQUE TRANSVERSAL Y SISTÉMICO EN LA ORGANIZACIÓN. DESDE LA DIRECCIÓN SE DEBEN COMPRENDER Y LIDERAR LAS ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN, INVERSIÓN EN TECNOLOGÍAS EMERGENTES Y GENERACIÓN DE VALOR SIMBÓLICO, ALINEANDO ESTOS PROCESOS CON LA VISIÓN DE NEGOCIO. LAS ÁREAS DE MARKETING, VENTAS Y SERVICIO AL CLIENTE SON ACTORES DIRECTOS EN EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE EXPERIENCIAS HIPERPERSONALIZADAS, EN LA NARRATIVA EMOCIONAL DE MARCA Y EN LA INTERACCIÓN CON EL CLIENTE, SIENDO FUNDAMENTALES PARA TRADUCIR LAS CAPACIDADES TÉCNICAS EN VALOR PERCIBIDO Y CONVERSIÓN COMERCIAL. LAS ÁREAS DE INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA ESTÁN DIRECTAMENTE INVOLUCRADAS EN LA INTEGRACIÓN DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, PLATAFORMAS DE REALIDAD AUMENTADA Y DESARROLLO DE CONTENIDOS INTERACTIVOS, LO CUAL EXIGE UN CONOCIMIENTO TÉCNICO Y CREATIVO ESPECÍFICO. EN SUMA, LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS ÁREAS PERMITE UNA APROPIACIÓN INTEGRAL DEL CONOCIMIENTO, MULTIPLICA EL IMPACTO DE LA FORMACIÓN, Y ASEGURA QUE LAS MIPYMES PUEDAN ARTICULAR LA INNOVACIÓN NARRATIVA, TECNOLÓGICA Y OPERATIVA EN TODOS SUS FRENTES ESTRATÉGICOS.
NIVELES OCUPACIONALES DE LOS BENEFICIARIOS	**ALTA DIRECCIÓN, MEDIO, OPERATIVO**	**JUSTIFICACIÓN BENEFICIARIOS DE LOS NIVELES OCUPACIONALES**	LA PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES DE LOS NIVELES REFERENCIADOS EN LA ACCIÓN DE FORMACIÓN SE ENCUENTRA PLENAMENTE JUSTIFICADA, YA QUE SON ELLOS QUIENES EJECUTAN, ADAPTAN Y SOSTIENEN LAS EXPERIENCIAS QUE LAS MIPYMES OFRECEN A SUS CLIENTES. LA ALTA DIRECCIÓN DEBE COMPRENDER EL VALOR ESTRATÉGICO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y LAS TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA IMPULSAR DECISIONES ORIENTADAS A LA DIFERENCIACIÓN Y FIDELIZACIÓN. POR UN LADO, LOS MANDOS MEDIOS SON CLAVE EN LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE PERSONALIZACIÓN, NARRATIVA EMOCIONAL Y TECNOLOGÍAS EMERGENTES COMO LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA O LA REALIDAD AUMENTADA. AL ESTAR EN CONTACTO DIRECTO CON LOS EQUIPOS OPERATIVOS Y TENER RESPONSABILIDADES DE SUPERVISIÓN, SON EL PUENTE ENTRE LAS DECISIONES ESTRATÉGICAS Y LA EJECUCIÓN COTIDIANA, FACILITANDO LA APROPIACIÓN DE HERRAMIENTAS Y METODOLOGÍAS INNOVADORAS EN CONTEXTOS REALES DE SERVICIO, VENTAS Y OPERACIÓN. POR OTRO LADO, EL PERSONAL OPERATIVO ES QUIEN TIENE EL CONTACTO DIRECTO CON EL CLIENTE FINAL Y, POR LO TANTO, DESEMPEÑA UN ROL CRUCIAL EN LA ENTREGA DE EXPERIENCIAS MEMORABLES. SU FORMACIÓN EN EL USO PRÁCTICO DE TECNOLOGÍAS ACCESIBLES (COMO MENÚS AUMENTADOS, ASISTENTES VIRTUALES O PLATAFORMAS DE CONTENIDO EMOCIONAL) PERMITE QUE LA INNOVACIÓN NO QUEDE EN LA PLANEACIÓN, SINO QUE SE TRADUZCA EN MEJORAS TANGIBLES EN LOS PUNTOS DE ATENCIÓN Y SERVICIO. ADEMÁS, ESTE GRUPO SUELE ENFRENTAR MAYORES BRECHAS EN HABILIDADES DIGITALES, POR LO QUE EL ENFOQUE PEDAGÓGICO DE LA FORMACIÓN —PRÁCTICO, CONTEXTUALIZADO Y SIN REQUERIMIENTOS TÉCNICOS AVANZADOS— RESULTA ESPECIALMENTE PERTINENTE Y NECESARIO. EN CONJUNTO, CAPACITAR A ESTOS NIVELES FAVORECE LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA INNOVACIÓN, FORTALECE LA APROPIACIÓN DEL CAMBIO DESDE LA BASE OPERATIVA Y ASEGURA QUE LOS PROCESOS TRANSFORMADORES SEAN SOSTENIBLES, REPLICABLES Y COHERENTES CON LAS REALIDADES DE LAS MIPYMES.
OCUPACIÓN CUOC	**12111 - DIRECTORES Y GERENTES FINANCIEROS, 13303 - DIRECTORES Y GERENTES DE COMUNICACIONES Y AUDIOVISUALES, 12211 - DIRECTORES Y GERENTES DE VENTAS Y MERCADEO, 13492 - DIRECTORES Y GERENTES DE SERVICIOS Y PROCESOS DE NEGOCIO, 21410 - INGENIEROS INDUSTRIALES Y DE PRODUCCIÓN, 24210 - PROFESIONALES Y ANALISTAS DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN, 33411 - SUPERVISORES ADMINISTRATIVOS, 21522 - INGENIEROS DE AUTOMATIZACIÓN E INSTRUMENTACIÓN, 21531 - INGENIEROS DE TELECOMUNICACIONES, 25110 - ANALISTAS DE SISTEMAS, 25120 - DESARROLLADORES DE SOFTWARE, 25140 - PROGRAMADORES DE APLICACIONES, 25190 - DESARROLLADORES Y ANALISTAS DE SOFTWARE Y MULTIMEDIA NO CLASIFICADOS EN OTRAS OCUPACIONES, 33220 - REPRESENTANTES COMERCIALES, 33392 - ASISTENTES DE MERCADEO, PUBLICIDAD Y COMUNICACIONES, 42251 - AUXILIARES DE INFORMACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE, 33413 - SUPERVISORES Y COORDINADORES DE PROCESOS DE NEGOCIO, EMPLEADOS DE INFORMACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE**		

NÚMERO DE TRABAJADORES MUJERES QUE SE BENEFICIAN DE LA FORMACIÓN	**40**	**NÚMERO DE TRABAJADORES EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD QUE SE BENEFICIAN DE LA FORMACIÓN**	**N/A**	**NÚMERO DE TRABAJADORES CAMPESINOS QUE SE BENEFICIAN DE LA FORMACIÓN**	**N/A**	**NÚMERO DE EMPRESAS BIC A BENEFICIAR**	**N/A**

NÚMERO DE EMPRESAS MIPYMES A BENEFICIAR	**10**	**JUSTIFICACIÓN EMPRESAS Y TRABAJADORES DE MIPYMES A BENEFICIAR**	A CORTE 2025, EL GRUPO MULTISECTORIAL SE CONSOLIDA COMO UNA DE LAS PLATAFORMAS GREMIALES MÁS INFLUYENTES DEL SUROCCIDENTE COLOMBIANO, REPRESENTANDO A MÁS DE 100 EMPRESAS DE SECTORES DIVERSOS COMO AGROINDUSTRIA, ECONOMÍA NARANJA, COMERCIO, MANUFACTURA, TECNOLOGÍA Y SERVICIOS. SU CAPACIDAD DE DIAGNÓSTICO MULTISECTORIAL, EXPRESADA A TRAVÉS DEL OBSERVATORIO MIPYME Y SU COMITÉ DE LÍDERES, PERMITE DISEÑA ACCIONES DE FORMACIÓN BASADAS EN INFORMACIÓN REAL, VALIDADA Y CONTEXTUALIZADA Y QUE PARA EL CASO SEAN PERTINENTES PARA LAS MIPYMES AFILIADAS.
NÚMERO DE TRABAJADORES A BENEFICIAR DE EMPRESAS MIPYMES	**10**		

NÚMERO DE EMPRESAS DE SU CADENA PRODUCTIVA A BENEFICIAR	**10**	**JUSTIFICACIÓN EMPRESAS Y BENEFICIARIOS DE LA CADENA PRODUCTIVA A BENEFICIAR**	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. SI BIEN EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, MUCHAS DE LAS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENEN RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN A ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS REGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS. ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL ES ESTRATÉGICA PARA CONSOLIDAR UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA, COHESIONADA Y PREPARADA PARA ENFRENTAR RETOS COMUNES EN PRODUCTIVIDAD, TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y SOSTENIBILIDAD, IMPULSANDO ASÍ EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.
NÚMERO DE TRABAJADORES A BENEFICIAR DE EMPRESAS DE SU CADENA PRODUCTIVA	**10**		

SECTORES Y SUB-SECTORES DEL BENEFICIARIO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN			
SECTOR(ES) AL QUE PERTENECE LOS BENEFICIARIOS DE LA FORMACIÓN	**SERVICIOS**	**SUB-SECTOR(ES) AL QUE PERTENECE LOS BENEFICIARIOS DE LA FORMACIÓN**	**COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS, TRANSVERSAL**

CLASIFICACIÓN DE SECTOR(ES) Y SUB-SECTOR(ES), A BENEFICIAR CON ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN			
CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SECTOR(ES) A BENEFICIAR CON LA AF	**SERVICIOS**	**CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SUB-SECTOR(ES) A BENEFICIAR CON LA AF**	**TRANSVERSAL**
JUSTIFICACIÓN SECTORES Y SUB-SECTORES A BENEFICIAR	**LA FORMACIÓN PROPUESTA SE ARTICULA CON EL SECTOR SERVICIOS, DEFINIENDO COMO SUBSECTOR EL TRANSVERSAL EN FUNCIÓN DE LAS MÚLTIPLES ACTIVIDADES ECONÓMICAS QUE DESARROLLAN LAS EMPRESAS REPRESENTADAS POR EL GRUPO MULTISECTORIAL. ESTAS ORGANIZACIONES PRESTAN SERVICIOS CLAVE COMO LOGÍSTICA, TECNOLOGÍA, CONSULTORÍA, MARKETING, ATENCIÓN AL CLIENTE, DESARROLLO DE SOFTWARE, SOPORTE COMERCIAL Y GESTIÓN OPERATIVA, ENTRE OTROS.**		
AMBIENTE DE APRENDIZAJE	**SALONES (HOTELES, LABORATORIOS, AULAS GASTRONOMÍA, SALONES EMPRESARIALES)**		
ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN			
ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	**USO Y APROPIACIÓN DE TECNOLOGÍAS DIGITALES**		
JUSTIFICACIÓN DE LA ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA SE ALINEA DE MANERA ESTRATÉGICA CON LAS BASES DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2022–2026 “COLOMBIA POTENCIA MUNDIAL DE LA VIDA”, ESPECIALMENTE EN LO RELACIONADO CON LA TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA SOSTENIBLE, LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL BASADA EN TECNOLOGÍAS EMERGENTES Y EL FORTALECIMIENTO DEL TALENTO HUMANO EN TERRITORIOS CON BRECHAS DE DIGITALIZACIÓN. ESTA FORMACIÓN PROMUEVE EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA, DISEÑO DE CONTENIDOS PERSONALIZADOS Y CREACIÓN DE EXPERIENCIAS DIGITALES AUMENTADAS, ELEMENTOS CLAVE PARA QUE LAS MIPYMES PUEDAN ADAPTARSE A NUEVAS DINÁMICAS DEL MERCADO, INCREMENTAR EL VALOR PERCIBIDO DE SUS SERVICIOS Y CONECTAR EMOCIONALMENTE CON SUS PÚBLICOS. ADICIONALMENTE, EL ENFOQUE ESTÁ CENTRADO EN EL USO ESTRATÉGICO DE HERRAMIENTAS DIGITALES PARA INNOVAR EN LA COMUNICACIÓN, PERSONALIZAR LA EXPERIENCIA DEL USUARIO Y AUMENTAR LA COMPETITIVIDAD, TODO LO CUAL SE ENCUENTRA EN EL NÚCLEO DE ESTA LÍNEA PRIORIZADA. DE ACUERDO CON LAS BASES DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2022–2026, EN SU PÁGINA 144, SE ESTABLECE QUE EL PAÍS PROMOVERÁ LA APROPIACIÓN PRODUCTIVA DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES COMO MOTOR DE TRANSFORMACIÓN EMPRESARIAL, CON ÉNFASIS EN SECTORES INTENSIVOS EN CONOCIMIENTO Y EN EL FORTALECIMIENTO DEL TALENTO HUMANO PARA ENFRENTAR LAS NUEVAS DINÁMICAS DEL MERCADO. ASIMISMO, SE ARTICULA CON LA POLÍTICA NACIONAL DE REINDUSTRIALIZACIÓN (CONPES 4129 DE 2023), CONTRIBUYENDO DE MANERA DIRECTA A DOS DE SUS EJES ESTRATÉGICOS: ● SOFISTICACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DEL APARATO PRODUCTIVO, AL INTEGRAR TECNOLOGÍAS COMO LA IA, LA REALIDAD AUMENTADA Y EL DISEÑO EMOCIONAL EN LOS MODELOS DE OPERACIÓN, COMUNICACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE DE LAS MIPYMES, IMPULSANDO SU MODERNIZACIÓN. ● FORTALECIMIENTO DEL TALENTO HUMANO, AL CAPACITAR A TRABAJADORES DE NIVELES MEDIOS Y OPERATIVOS EN EL USO APLICADO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA MEJORAR PROCESOS COMERCIALES, NARRATIVOS Y EXPERIENCIALES, SIN NECESIDAD DE CONOCIMIENTOS TÉCNICOS AVANZADOS.		
JUSTIFICACIÓN ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA			
JUSTIFICACIÓN ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA	LA ACCIÓN DE FORMACIÓN ES DE CARÁCTER ESPECIALIZADO, DADO QUE DESARROLLA COMPETENCIAS AVANZADAS EN EL DISEÑO DE CONTENIDOS EMOCIONALES BASADOS EN DATOS, USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA, NEUROCOMUNICACIÓN Y TECNOLOGÍAS INMERSIVAS APLICADAS AL MARKETING EXPERIENCIAL. NO SE TRATA DE UNA CONFERENCIA BÁSICA EN SERVICIO AL CLIENTE O COMUNICACIÓN DIGITAL, SINO EN UNA CONFERENCIA RIGUROSAMENTE DISEÑADA PARA RESPONDER A BRECHAS CRÍTICAS IDENTIFICADAS EN EL DIAGNÓSTICO, TALES COMO: BAJA DIFERENCIACIÓN DE MARCA, DEBILIDAD EN LA CONEXIÓN EMOCIONAL CON LOS USUARIOS, LIMITADA INTEGRACIÓN DE IA GENERATIVA EN PROCESOS COMERCIALES, Y FALTA DE MODELOS DE EXPERIENCIA INMERSIVA EN LAS MIPYMES. LA ESPECIALIZACIÓN SE EVIDENCIA EN LOS SIGUIENTES ASPECTOS: ● ENFOQUE METODOLÓGICO DE VANGUARDIA, CENTRADO EN LA COMBINACIÓN DE IA GENERATIVA, NEUROCONTENIDO, PLATAFORMAS DE EXPERIENCIA EMOCIONAL Y STORYTELLING COGNITIVO, QUE PERMITEN DISEÑAR CONTENIDOS ÚNICOS Y RUTAS DE EXPERIENCIA HIPERPERSONALIZADAS QUE CONECTAN CON LA EMOCIONALIDAD DEL CLIENTE. ● CONTENIDOS ALTAMENTE CONTEXTUALIZADOS, COMO LA CREACIÓN DE COPYS GENERADOS POR IA, LA LECTURA DE MICROEMOCIONES CON HERRAMIENTAS SEMÁNTICAS, EL USO DE REALIDAD AUMENTADA PARA DISEÑAR ENTORNOS SENSORIALES, Y EL REDISEÑO DEL CUSTOMER JOURNEY A TRAVÉS DE DATOS BIOMÉTRICOS Y FEEDBACK CONDUCTUAL. ● DISEÑO INSTRUCCIONAL ADAPTADO AL PERFIL DE BENEFICIARIOS ENFOCADO EN LA APROPIACIÓN PRÁCTICA DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES SIN NECESIDAD DE CONOCIMIENTOS TÉCNICOS AVANZADOS, LO CUAL DEMOCRATIZA LA INNOVACIÓN Y FORTALECE LA IMPLEMENTACIÓN DIRECTA EN PUNTOS DE CONTACTO CON EL CLIENTE.		
RESULTADOS - IMPACTO DE LA FORMACIÓN EN EL DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR Y APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS EN EL PUESTO DE TRABAJO			
1	- APLICAR HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA PARA PRODUCIR CONTENIDOS EMOCIONALES Y PERSONALIZADOS SEGÚN EL PERFIL CONDUCTUAL DEL CLIENTE.		
2	- DISEÑAR RUTAS DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE INTEGRANDO TECNOLOGÍAS INMERSIVAS COMO REALIDAD AUMENTADA Y PLATAFORMAS SENSORIALES MULTICANAL.		
3	- INTEGRAR PRINCIPIOS DE NEUROCOMUNICACIÓN Y STORYTELLING EMOCIONAL EN CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR LA CONEXIÓN NARRATIVA CON EL USUARIO.		
4	- ANALIZAR DATOS DE COMPORTAMIENTO Y MÉTRICAS DE ENGAGEMENT PARA AJUSTAR CONTENIDOS, EXPERIENCIAS Y ESTRATEGIAS COMERCIALES EN TIEMPO REAL.		
5	- CO-CREAR EXPERIENCIAS DIGITALES CENTRADAS EN EL CLIENTE JUNTO CON LOS EQUIPOS DE SERVICIO, MARKETING Y TECNOLOGÍA, FORTALECIENDO LA PROPUESTA DE VALOR DE LA EMPRESA.		

RESULTADOS - IMPACTO DE LA FORMACIÓNEN LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESASY GREMIOS	
1	1.OPTIMIZAR LOS PROCESOS DE GENERACIÓN DE CONTENIDO COMERCIAL MEDIANTE EL USO DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA, REDUCIENDO TIEMPOS Y COSTOS OPERATIVOS. PRODUCTIVIDAD
2	2.AUTOMATIZAR RUTAS DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE, PERMITIENDO UNA ATENCIÓN MÁS EFICIENTE Y PERSONALIZADA CON MENOR INTERVENCIÓN HUMANA. PRODUCTIVIDAD
3	3.INCREMENTAR LA TASA DE CONVERSIÓN DE CLIENTES A TRAVÉS DE ESTRATEGIAS DE CONTENIDO HIPERPERSONALIZADO Y EMOCIONALMENTE RESONANTE. PRODUCTIVIDAD
4	1.DIFERENCIARSE EN EL MERCADO MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE EXPERIENCIAS INMERSIVAS Y NARRATIVAS INNOVADORAS QUE AUMENTAN EL VALOR PERCIBIDO POR EL CLIENTE. COMPETITIVIDAD
5	2.FORTALECER EL POSICIONAMIENTO DE MARCA AL INTEGRAR TECNOLOGÍAS EMERGENTES, GENERANDO UNA PROPUESTA DE VALOR ATRACTIVA PARA NUEVOS SEGMENTOS DE MERCADO. COMPETITIVIDAD

MATERIAL DE FORMACIÓN					
MATERIAL DE FORMACIÓN SELECCIONADO	**FOLLETO DIGITAL**	**GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO**	VIDEO	**RECURSOS DIDÁCTICOS**	**NO ESPECIFICADO / NO APLICA**
JUSTIFICACIÓN DEL MATERIAL DE FORMACIÓN (SI APLICA)	EL USO DE UN FOLLETO DIGITAL COMO MATERIAL DE FORMACIÓN SE JUSTIFICA PLENAMENTE EN ESTA ACCIÓN FORMATIVA, DEBIDO A QUE SE TRATA DE UN RECURSO LIGERO, INTERACTIVO, ACCESIBLE DESDE MÚLTIPLES DISPOSITIVOS Y ADECUADO PARA EL PERFIL DE LOS BENEFICIARIOS, PRINCIPALMENTE TRABAJADORES DE NIVELES MEDIO Y OPERATIVO CON RESPONSABILIDADES EN COMUNICACIÓN, EXPERIENCIA DEL CLIENTE Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE MIPYMES MULTISECTORIALES. DADO QUE LA FORMACIÓN ABORDA TEMÁTICAS COMO LA HIPERPERSONALIZACIÓN DE CONTENIDOS, LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA, LA NEUROCOMUNICACIÓN Y LA IMPLEMENTACIÓN DE EXPERIENCIAS INMERSIVAS, EL FOLLETO DIGITAL PERMITE INTEGRAR ELEMENTOS VISUALES, AUDIOVISUALES Y ENLACES INTERACTIVOS QUE ENRIQUECEN LA COMPRENSIÓN DE CONCEPTOS TÉCNICOS Y FOMENTAN LA APROPIACIÓN PRÁCTICA DE LOS MISMOS. ADEMÁS, ESTE RECURSO DIDÁCTICO ESTÁ DISEÑADO PARA SER CONSULTADO ANTES, DURANTE Y DESPUÉS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN, FUNCIONANDO COMO GUÍA DE REFERENCIA RÁPIDA Y HERRAMIENTA DE TRANSFERENCIA AL ENTORNO LABORAL. SU ESTRUCTURA MODULAR PERMITE INCLUIR EJEMPLOS REALES, ESQUEMAS DE RUTAS DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE, CÓDIGOS QR CON ACCESO A HERRAMIENTAS DE IA, Y EJERCICIOS APLICADOS, TODO EN UN FORMATO QUE FACILITA LA NAVEGACIÓN AUTÓNOMA Y ADAPTATIVA SEGÚN EL RITMO DEL APRENDIZ. FINALMENTE, EL FOLLETO DIGITAL RESPONDE A LOS PRINCIPIOS DE EFICIENCIA EN EL USO DEL PRESUPUESTO, SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y PERTINENCIA METODOLÓGICA.				
INSUMOS (SI APLICA)	NO ESPECIFICADO / NO APLICA	**JUSTIFICACION DE LOS INSUMOS (SI APLICA)**	NO ESPECIFICADO / NO APLICA		

UNIDADES TEMATICAS DE LA ACCION DE FORMACIÓN						**AF Nº**	**5**
NOMBRE DE LA UNIDAD TEMATICA	**LA NUEVA ERA DE LA HIPERPERSONALIZACIÓN EMOCIONAL**					**CONSECUTIVO / NUMERO UNIDAD TEMATICA**	**1**
HORAS PRACTICAS A IMPARTIR	**0**	**HORAS TEORICAS A IMPARTIR**	**2**	**TOTAL DE HORAS DE LA UNIDAD TEMATICA**	**2**	**PERFIL DEL CAPACITADOR**	**R01.2.4 HONORARIOS - CAPACITADOR INTERNACIONAL - PROFESIONAL CON TITULO DE MAESTRIA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MINIMO DE CINCO (5) AÑOS, Horas - 2**
CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMATICA	-CONTENIDOS QUE PIENSAN Y SIENTEN: CÓMO LA IA GENERATIVA CREA COPYS, IMÁGENES Y CAMPAÑAS ALINEADAS AL PULSO EMOCIONAL DEL CLIENTE. -NEUROCONTENIDO EN ACCIÓN: CÓMO DETECTAR MICROEMOCIONES Y CONVERTIRLAS EN OPORTUNIDADES COMERCIALES CON DATOS BIOMÉTRICOS Y HERRAMIENTAS SEMÁNTICAS. -LO QUE VIENE (Y YA LLEGÓ): PLATAFORMAS, ALGORITMOS Y EXPERIENCIAS QUE ESTÁN DEJANDO ATRÁS EL MARKETING TRADICIONAL. CASOS INSPIRADORES DE MIPYMES QUE SE REINVENTARON CON IA. -REALIDADES QUE SE SIENTEN REALES: APLICACIONES DE REALIDAD AUMENTADA, INTERFACES INMERSIVAS Y TECNOLOGÍAS SENSORIALES QUE ESTÁN MARCANDO LA NUEVA CX. -HISTORIAS QUE INSPIRAN ACCIÓN: CASOS REALES DE PYMES COLOMBIANAS QUE TRANSFORMARON SU SERVICIO EN EXPERIENCIA, Y SU CONTENIDO EN COMUNIDAD.						

COMPETENCIA POR ADQUIRIR	ACCIÓN: COMPRENDER LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE GENERACIÓN DE CONTENIDOS INTELIGENTES Y EXPERIENCIAS PERSONALIZADAS, INTEGRANDO TECNOLOGÍAS COMO INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA, INTERFACES INMERSIVAS Y NEUROCONTENIDO, PARA CONECTAR EMOCIONALMENTE CON LOS CLIENTES, AUMENTAR EL VALOR PERCIBIDO Y POTENCIAR LA FIDELIZACIÓN EN MIPYMES MULTISECTORIALES. JUSTIFICACIÓN: EN UN ENTORNO DONDE LA ATENCIÓN ES LIMITADA Y LA CONEXIÓN EMOCIONAL CON EL CLIENTE DEFINE LA DECISIÓN DE COMPRA, LAS MIPYMES NECESITAN INNOVAR EN LA FORMA EN QUE COMUNICAN SU PROPUESTA DE VALOR. ESTA COMPETENCIA PERMITE COMPRENDER Y APLICAR HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, REALIDAD AUMENTADA Y ANÁLISIS EMOCIONAL PARA GENERAR CONTENIDOS Y EXPERIENCIAS SIGNIFICATIVAS, MÁS ALLÁ DEL MARKETING TRADICIONAL. ADEMÁS, POTENCIA LA CAPACIDAD DE LAS EMPRESAS PARA DIFERENCIARSE Y CONSTRUIR VÍNCULOS DURADEROS CON SUS CLIENTES A TRAVÉS DE MENSAJES Y CANALES HIPERPERSONALIZADOS. CONOCIMIENTO: FUNDAMENTOS DE IA GENERATIVA APLICADA A CONTENIDO (COPYS, IMÁGENES, MENSAJES). PRINCIPIOS DEL NEUROCONTENIDO Y DETECCIÓN DE EMOCIONES EN ENTORNOS DIGITALES. PLATAFORMAS Y HERRAMIENTAS EMERGENTES DE HIPERPERSONALIZACIÓN Y AUTOMATIZACIÓN. INTERFACES INMERSIVAS: REALIDAD AUMENTADA, EXPERIENCIAS SENSORIALES Y MULTICANALIDAD. TENDENCIAS EN EXPERIENCIA DEL CLIENTE BASADA EN DATOS Y EMOCIONES. CONTEXTO: ESTA COMPETENCIA SE APLICA EN MIPYMES MULTISECTORIALES QUE OPERAN EN ENTORNOS ALTAMENTE COMPETITIVOS Y BUSCAN DESTACAR POR LA CALIDAD DE SUS INTERACCIONES, LA INNOVACIÓN EN SUS CANALES DE COMUNICACIÓN Y LA CONEXIÓN EMOCIONAL CON SUS AUDIENCIAS. ES ESPECIALMENTE ÚTIL EN SECTORES COMO COMERCIO, SERVICIOS, TURISMO, SALUD, EDUCACIÓN O TECNOLOGÍA, DONDE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE ES UN FACTOR CRÍTICO DE DIFERENCIACIÓN Y FIDELIZACIÓN. SU APLICACIÓN PERMITE A LAS EMPRESAS OFRECER PROPUESTAS MÁS RELEVANTES, ADAPTADAS AL COMPORTAMIENTO DE SUS USUARIOS Y APOYADAS EN TECNOLOGÍAS ACCESIBLES E INNOVADORAS. HABILIDAD: IDENTIFICAR OPORTUNIDADES PARA APLICAR IA Y TECNOLOGÍAS INMERSIVAS
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	CONFERENCIA DE UN EXPERTO
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	NO APLICA

HABILIDADES TRANSVERSALES					
HABILIDAD TRANSVERSAL A EJECUTAR EN ESTA UNIDAD TEMATICA (SOLO UNA HABILIDAD POR AF)	**NO APLICA**	**NUMERO DE HORAS A EJECUTAR**	**0**	**PORCENTAJE DE HORAS A EJECUTAR**	**0,0%**

COBERTURA ACCIÓN DE FORMACIÓN - LUGAR DE EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PRESENCIAL - HÍBRIDA	**AF N°**	**5**

NUMERO TOTAL DE GRUPOS	**2**	**NUMERO TOTAL DE BENEFICIARIOS SEGÚN COBERTURA**	**500**

N° DE GRUPO	**LUGAR DE EJECUCIÓN PRESCENCIAL**				
	DEPARTAMENTO	**CIUDAD**	**NÚMERO DE BENEFICIARIOS**	**PORCENTAJE TOTAL**	**JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA PROPONENTE, AGREMIADAS AL PROPONENETE O DE SU CADENA PRODUCTIVA CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN PLANTEADOS**
GRUPO 1	**VALLE DEL CAUCA**	**CALI**	**100**	**40,00%**	**LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. SI BIEN EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, MUCHAS DE LAS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENEN RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN A ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS REGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS. ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL ES ESTRATÉGICA PARA CONSOLIDAR UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA, COHESIONADA Y PREPARADA PARA ENFRENTAR RETOS COMUNES EN PRODUCTIVIDAD, TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y SOSTENIBILIDAD, IMPULSANDO ASÍ EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.**

LUGAR(ES) DE EJECUCIÓN VIRTUAL			
LUGAR DE EJECUCIÓN N°	**DEPARTAMENTO**	**NÚMERO DE BENEFICIARIOS**	**PORCENTAJE TOTAL**
1	**CAUCA**	**25**	**10,00%**
2	**VALLE DEL CAUCA**	**125**	**50,00%**
3			**0,00%**
4			**0,00%**
5			**0,00%**
6			**0,00%**
7			**0,00%**
8			**0,00%**
9			**0,00%**
10			**0,00%**
11			**0,00%**
12			**0,00%**
13			**0,00%**
14			**0,00%**
15			**0,00%**
16			**0,00%**
17			**0,00%**
18			**0,00%**
19			**0,00%**
20			**0,00%**
21			**0,00%**
22			**0,00%**
23			**0,00%**
24			**0,00%**
25			**0,00%**

N° DE GRUPO	**LUGAR DE EJECUCIÓN PRESCENCIAL**				
	DEPARTAMENTO	**CIUDAD**	**NÚMERO DE BENEFICIARIOS**	**PORCENTAJE TOTAL**	**JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA PROPONENTE, AGREMIADAS AL PROPONENETE O DE SU CADENA PRODUCTIVA CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN PLANTEADOS**

GRUPO 2	VALLE DEL CAUCA	CALI	100	40,00%	LA ASOCIACIÓN ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, EN ESPECIAL AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA Y CON PROYECCIÓN A OTROS DEPARTAMENTOS (DE ALLÍ QUE SE AMPLÍE LA COBERTURA A CAUCA COMO DEPARTAMENTO PRÓXIMO CON EL QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS TIENEN RELACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS EN FUNCIÓN DE LA CENA PROPIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN. SI BIEN EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE SU DOMICILIO EN CALI, VALLE DEL CAUCA, MUCHAS DE LAS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENEN RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN A ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS REGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS. ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL ES ESTRATÉGICA PARA CONSOLIDAR UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA, COHESIONADA Y PREPARADA PARA ENFRENTAR RETOS COMUNES EN PRODUCTIVIDAD, TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y SOSTENIBILIDAD, IMPULSANDO ASÍ EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL.

LUGAR(ES) DE EJECUCIÓN VIRTUAL

LUGAR DE EJECUCIÓN N°	DEPARTAMENTO	NÚMERO DE BENEFICIARIOS	PORCENTAJE TOTAL
1	VALLE DEL CAUCA	150	60,00%
2			0,00%
3			0,00%
4			0,00%
5			0,00%
6			0,00%
7			0,00%
8			0,00%
9			0,00%
10			0,00%
11			0,00%
12			0,00%
13			0,00%
14			0,00%
15			0,00%
16			0,00%
17			0,00%
18			0,00%
19			0,00%
20			0,00%
21			0,00%
22			0,00%
23			0,00%
24			0,00%
25			0,00%

RUBROS PARA LA ACCIÓN DE FORMACIÓN — AF N° 5

PRESUPUESTO TOTAL DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN	CONFINANCIACÍON SENA	% SENA	CONTRAPARTIDA ESPECIE	% ESPECIE	CONTRAPARTIDA DINERO	% DINERO	VALOR TOTAL
	$ 9.680.000	72,75%	$ 0	0,00%	$ 3.625.000	27,25%	$ 13.305.000

RUBRO	JUSTIFICACIÓN	UNIDADES	VALOR UNIDAD	$ CONFINANCIACIÓN SENA	% CONF. SENA	$ CONTRAPARTIDA ESPECIE	% CONTRA ESPECIE	$ CONTRAPARTIDA DINERO	% CONTRA DINERO	VALOR TOTAL DEL RUBRO
R05.3.2 MATERIAL DE FORMACIÓN - DIAGRAMACIÓN - DIAGRAMACIÓN FOLLETO	DIAGRAMACIÓN FOLLETO	2	$ 40.000	$ 80.000	100,00%	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 80.000
R012.1 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS EVENTOS DE FORMACIÓN - BACKING DIGITAL	BACKING DIGITAL	2	$ 350.000	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 700.000	100,00%	$ 700.000
R012.2 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DELOS EVENTOS DE FORMACIÓN - EDICIÓN DEL VIDEO DE (2 MINUTOS)	EDICIÓN VIDEO 2 MINUTOS	1	$ 425.000	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 425.000	100,00%	$ 425.000
R013 PÓLIZAS DE SEGURO.	PÓLIZAS DE SEGURO	0		$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 400.000	100,00%	$ 400.000
R07.1.2.3 ALQUILER DE SALONES Y/O ESPACIOS - SALONES HOTELES, LABORATORIOS, AULAS GASTRONOMIA, SALONES EMPRESARIALES - PARA FORMACIONES ENTRE 31 Y 150 BENEFICIARIOS	SALONES HOTELES EMPRESARIALES DE 31 A 150 PERSONAS	4	$ 530.000	$ 2.120.000	100,00%	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 2.120.000
R01.2.4 HONORARIOS - CAPACITADOR INTERNACIONAL - PROFESIONAL CON TITULO DE MAESTRIA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MINIMO DE CINCO (5) AÑOS	HONORARIOS EXPERTO INTERNACIONAL MAESTRÍA	4	$ 1.000.000	$ 4.000.000	100,00%	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 4.000.000
R02.2 ALOJAMIENTO, MANUTENCIÓN Y Y TRANSPORTE LOCAL - CAPACITADOR INTERNACIONAL Y LIDER MUNDIAL Y NACIONAL	ALOJAMIENTO, MANUTENCIÓN Y TRANSPORTE LOCAL CAPACITADOR INTERNACIONAL	2	$ 650.000	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 1.300.000	100,00%	$ 1.300.000
R04 TIQUETES AÉREOS, TERRESTRES INTERMUNICIPALES Y/O FLUVIAL	TIQUETE AÉREO VUELO INTERNACIONAL IDA Y VUELTA TARIFA ECONÓMICA + TIQUETE AÉREO IDA Y REGRESO VUELO NACIONAL	0		$ 3.480.000	81,31%	$ 0	0,00%	$ 800.000	18,69%	$ 4.280.000

PRESUSPUESTO TOTAL DEL PROYECTO

PRESUPUESTO TOTAL ACCIONES DE FORMACIÓN

	TOTAL PRESUPUESTO ACCIONES DE FORMACION	NÚMERO DE BENEFICIARIOS DE LAS AF	VALOR TOTAL DE LAS AF
TOTAL DE ACCIONES DE FORMACIÓN	5	1200	$747.000.000

PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO

PRESUPUESTO GASTOS DE OPERACIÓN	% GASTOS DE OPERACIÓN	VALOR TOTAL DE LOS GASTOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO
	9,37%	$ 70.000.000

PRESUPUESTO TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO Y TECNOLOGÍA DEL PROYECTO	% BENEF TRANSFERENCIA	NUMERO DE BENEFICIARIOS DE TRANSFERENCIA	% DEL PRESUPUESTO DE TRANSFERENCIA	VALOR DEL PRESUPUESTO DE TRANSFERENCIA
	6,00%	72	1,00%	$ 7.500.000

PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO	CONFINANCIACÍON SENA	% SENA	CONTRAPARTIDA ESPECIE	% ESPECIE	CONTRAPARTIDA DINERO	% DINERO	VALOR TOTAL
	$ 659.500.000	79,99%	$ 0	0,00%	$ 165.000.000	20,01%	$ 824.500.000

RESUMEN DE RUBROS DEL PROYECTO							
RUBRO	$ CONFINANCIACIÓN SENA	% CONF. SENA	$ CONTRAPARTIDA ESPECIE	% CONTRA ESPECIE	$ CONTRAPARTIDA DINERO	% CONTRA DINERO	VALOR TOTAL DEL RUBRO
R01.1.4 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE MAESTRÍA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	$ 29.120.000	100,00%	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 29.120.000
R01.2.4 HONORARIOS - CAPACITADOR INTERNACIONAL - PROFESIONAL CON TITULO DE MAESTRIA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MINIMO DE CINCO (5) AÑOS	$ 4.000.000	100,00%	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 4.000.000
R02.1 ALOJAMIENTO, MANUTENCIÓN Y TRANSPORTE LOCAL - CAPACITADOR NACIONAL	$ 450.000	50,00%	$ 0	0,00%	$ 450.000	50,00%	$ 900.000
R02.2 ALOJAMIENTO, MANUTENCIÓN Y Y TRANSPORTE LOCAL - CAPACITADOR INTERNACIONAL Y LIDER MUNDIAL Y NACIONAL	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 1.300.000	100,00%	$ 1.300.000
R04 TIQUETES AÉREOS, TERRESTRES INTERMUNICIPALES Y/O FLUVIAL	$ 3.480.000	60,21%	$ 0	0,00%	$ 2.300.000	39,79%	$ 5.780.000
R05.1.1 MATERIAL DE FORMACIÓN - IMPRESO - CARTILLA IMPRESA	$ 6.050.000	78,57%	$ 0	0,00%	$ 1.650.000	21,43%	$ 7.700.000
R05.3.1 MATERIAL DE FORMACIÓN - DIAGRAMACIÓN - DIAGRAMACIÓN CARTILLA	$ 2.800.000	50,00%	$ 0	0,00%	$ 2.800.000	50,00%	$ 5.600.000
R05.3.2 MATERIAL DE FORMACIÓN - DIAGRAMACIÓN - DIAGRAMACIÓN FOLLETO	$ 80.000	100,00%	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 80.000
R05.4.3 MATERIAL DE FORMACIÓN - RECURSOS DIDACTICOS - ACCESO A ENTORNOS EN REALIDAD VIRTUAL O AUMENTADA	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 2.500.000	100,00%	$ 2.500.000
R07.1.1.3 ALQUILER DE SALONES Y/O ESPACIOS - SALONES, HOTELES, LABORATORIOS, AULAS GASTRONOMÍA, SALONES EMPRESARIALES) - HASTA 30 BENEFICIARIOS	$ 14.400.000	71,43%	$ 0	0,00%	$ 5.760.000	28,57%	$ 20.160.000
R07.1.2.3 ALQUILER DE SALONES Y/O ESPACIOS - SALONES HOTELES, LABORATORIOS, AULAS GASTRONOMIA, SALONES EMPRESARIALES - PARA FORMACIONES ENTRE 31 Y 150 BENEFICIARIOS	$ 2.120.000	100,00%	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 2.120.000
R010.2 FORMACIÓN VIRTUAL - CURSO 40 HORAS	$ 527.000.000	79,63%	$ 0	0,00%	$ 134.808.000	20,37%	$ 661.808.000
R012.1 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS EVENTOS DE FORMACIÓN - BACKING DIGITAL	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 700.000	100,00%	$ 700.000
R012.2 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DELOS EVENTOS DE FORMACIÓN - EDICIÓN DEL VIDEO DE (2 MINUTOS)	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 425.000	100,00%	$ 425.000
R012.5 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS EVENTOS DE FORMACIÓN - EDICIÓN PODCAST (10 MINUTOS)	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 2.000.000	100,00%	$ 2.000.000
R012.7 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS EVENTOS DE FORMACIÓN - DISEÑO E IMPRESIÓN DE INFOGRAFIA	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 520.000	100,00%	$ 520.000
R013 PÓLIZAS DE SEGURO.	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 2.287.000	100,00%	$ 2.287.000
R09.1: GASTOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO PARA PROYECTOS POR UN VALOR MAYOR DE $200.000.000 EL PORCENTAJE MÁXIMO PARA ESTE RUBRO SERÁ HASTA EL 10% DEL VALOR TOTAL DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN DEL PROYECTO.	$ 70.000.000	100,00%	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 70.000.000

R015: TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO Y TECNOLOGÍA.	$ 0	0,00%	$ 0	0,00%	$ 7.500.000	100,00%	**$ 7.500.000**