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-2026

Reporte completo — Formulario digital del proyecto

Proponente: ASOCIACIÓN EMPRESARIAL MULTISECTORIAL – GRUPO MULTISECTORIAL

MODALIDAD GREMIO | 5 acciones de formación | 1.890 beneficiarios

5
Acciones de formación
17 unidades temáticas

1.890
Beneficiarios totales

$ 1.438.540.000
Valor total del proyecto

$ 1.150.733.800
Cofinanciación SENA
79.99%

Datos generales de la entidad proponente
Organización proponente del proyecto

RAZÓN SOCIAL
ASOCIACIÓN EMPRESARIAL MULTISECTORIAL

SIGLA
GRUPO MULTISECTORIAL

TIPO DE IDENTIFICACIÓN
NIT (NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA)

N.º DE IDENTIFICACIÓN (NIT)
900392421 - 3

TIPO DE ORGANIZACIÓN
PRIVADA

TAMAÑO DE LA EMPRESA
MICROEMPRESA - SERVICIOS (DESDE $1.727.713.512)

ACTIVIDAD ECONÓMICA (CIIU)
9411 - ACTIVIDADES DE ASOCIACIONES EMPRESARIALES Y DE EMPLEADORES

MODALIDAD DE PARTICIPACIÓN
GREMIO

COBERTURA
NACIONAL

DEPARTAMENTO DE DOMICILIO
VALLE DEL CAUCA

CIUDAD / MUNICIPIO
CALI

DIRECCIÓN DE DOMICILIO
AV 4 N # 7N - 46

TELÉFONO
—

CELULAR
3183516634

CORREO ELECTRÓNICO
presidencia@grupomultisectorial.com

PÁGINA WEB
www.grupomultisectorial.com.co

¿CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES?
SI

¿VINCULÓ EXPERTOS TÉCNICOS?
SI

MESAS SECTORIALES

CONSULTORÍA EMPRESARIAL

Datos de contacto
Representante legal y contactos del proyecto

REPRESENTANTE LEGAL

NOMBRE COMPLETO
GUSTAVO MUÑOZ SINISTERRA

IDENTIFICACIÓN
CÉDULA DE CIUDADANÍA · 16711781

CORREO ELECTRÓNICO
presidencia@grupomultisectorial.com

TELÉFONO / CELULAR
3165264043

PROFESIONAL DE TALENTO HUMANO

NOMBRE COMPLETO
OLGA LUCIA FRANCO LEAL

IDENTIFICACIÓN
CÉDULA DE CIUDADANÍA · 41924998

CORREO ELECTRÓNICO
direjecutivo@grupomultisectorial.com

TELÉFONO / CELULAR
3183516634

ENCARGADO DE COMUNICACIONES

NOMBRE COMPLETO
LILIANA AVILA TEJADA

IDENTIFICACIÓN
CÉDULA DE CIUDADANÍA · 52117749

CORREO ELECTRÓNICO

gerente@congresomultisectorial.com.co

TELÉFONO / CELULAR

315 311139

Generalidades de la entidad proponente

OBJETO SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL TIENE COMO OBJETO SOCIAL GENERAR LIDERAZGO, PROGRESO E INNOVACIÓN EN LA MIPYME, REPRESENTÁNDOLA DE MANERA MULTISECTORIAL ANTE LOS DIFERENTES ORGANISMOS PÚBLICOS Y PRIVADOS, GARANTIZANDO INCLUSIÓN, ASOCIATIVIDAD Y PARTICIPACIÓN DE SUS GREMIOS Y EMPRESAS AFILIADAS. MANTIENE VÍNCULOS PERMANENTES CON EMPRESAS DE SECTORES COMO AGROINDUSTRIA, TECNOLOGÍA, COMERCIO, MANUFACTURA, GASTRONOMÍA, SERVICIOS Y ECONOMÍA NARANJA, Y REPRESENTA SUS INTERESES ANTE MÁS DE 60 INSTANCIAS NACIONALES Y REGIONALES, GENERANDO VALOR MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS COLABORATIVOS, ANÁLISIS DE NECESIDADES DE FORMACIÓN, DISEÑO DE RUTAS DE INNOVACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE REDES EMPRESARIALES. ESTA CERCANÍA CON EL TEJIDO PRODUCTIVO REGIONAL PERMITE QUE LAS ACCIONES FORMATIVAS SE DISEÑEN A PARTIR DE LAS BRECHAS REALES DETECTADAS DIRECTAMENTE EN LAS EMPRESAS AFILIADAS, Y NO DE SUPUESTOS GENÉRICOS SOBRE EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO. FUENTE: GRUPO MULTISECTORIAL, ESTATUTOS Y SITIO WEB INSTITUCIONAL: HTTPS://GRUPOMULTISECTORIAL.COM/
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. SE APOYA ADEMÁS 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 AL DISEÑO DE SOLUCIONES. ESTA ESTRUCTURA DE GOBIERNO CORPORATIVO DISTRIBUIDO GARANTIZA QUE LAS DECISIONES SOBRE LA OFERTA FORMATIVA DEL GREMIO NO DEPENDAN DE UN ÚNICO CRITERIO DIRECTIVO, SINO DE UN EJERCICIO COLEGIADO QUE INTEGRA LA VISIÓN DE LOS DISTINTOS SECTORES ECONÓMICOS REPRESENTADOS.
EN DESARROLLO DE SU OBJETO SOCIAL, LA ASOCIACIÓN PUEDE: ELABORAR, DESARROLLAR, CONTRATAR Y EJECUTAR POLÍTICAS, 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 CONFLICTOS QUE SE SUSCITEN EN SU INTERIOR; Y 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, DE LOS DIVERSOS INTERESES Y DERECHOS DE LOS SECTORES ECONÓMICOS REPRESENTADOS, ASÍ COMO DE LAS ENTIDADES Y EMPRESAS AFILIADAS A LA

ASOCIACIÓN.
ALINEACIÓN DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN CON EL OBJETO SOCIAL
LAS CINCO ACCIONES DE FORMACIÓN FORMULADAS PARA LA VIGENCIA 2026 SE ALINEAN DE MANERA DIRECTA CON EL OBJETO SOCIAL DEL GRUPO MULTISECTORIAL, AL FORTALECER EL LIDERAZGO, LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO DE CAPACIDADES DE LAS EMPRESAS AFILIADAS, CON UN ENFOQUE MULTISECTORIAL, INCLUSIVO Y ADAPTADO A LAS DINÁMICAS REALES DEL ENTORNO EMPRESARIAL. “SISTEMAS DE INNOVACIÓN: DE LA IDEA AL MERCADO PARA UNIDADES PRODUCTIVAS” DOTA A LAS EMPRESAS AFILIADAS, A SU CADENA PRODUCTIVA Y A UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR DE UN MÉTODO PROPIO PARA INNOVAR DE MANERA SISTEMÁTICA, EN LÍNEA CON EL MANDATO GREMIAL DE DISEÑAR RUTAS DE INNOVACIÓN PARA SU BASE EMPRESARIAL. “EXPERIENCIA DEL CLIENTE CON IA: DISEÑO Y GESTIÓN CENTRADA EN EL CLIENTE PARA MIPYMES” FORTALECE LA COMPETITIVIDAD COMERCIAL MEDIANTE EL DISEÑO Y LA OPERACIÓN CONSISTENTE DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE, RESPONDIENDO AL OBJETIVO ESTATUTARIO DE GENERAR VALOR Y COMPETITIVIDAD PARA LAS EMPRESAS ASOCIADAS. “DE LA TRADICIÓN AL MERCADO: PROPÓSITO, PROPUESTA DE VALOR Y COMUNICACIÓN PARA MUJERES EMPRENDEDORAS” RESPONDE DIRECTAMENTE AL MANDATO DE INCLUSIÓN, ASOCIATIVIDAD Y PARTICIPACIÓN, FORTALECIENDO A MUJERES LÍDERES DE UNIDADES PRODUCTIVAS DE CAUCA Y NARIÑO VINCULADAS A PRÁCTICAS COMUNITARIAS Y TRADICIONALES. “GERENCIA AUMENTADA: DISEÑA TU AGENTE DE IA PARA CUALQUIER RETO DE TU EMPRESA” Y “NO BASTA CON COMPRAR IA: CÓMO SE CONSTRUYE UNA ORGANIZACIÓN QUE COMPITE CON IA” RESPONDEN AL RETO DE CERRAR LA BRECHA DE ADOPCIÓN ESTRATÉGICA DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL IDENTIFICADA EN EL ECOSISTEMA EMPRESARIAL QUE REPRESENTA EL GREMIO, COHERENTE CON SU ROL DE DISEÑAR SOLUCIONES A PARTIR DE DIAGNÓSTICOS REALES Y NO DE TENDENCIAS GENÉRICAS DEL MERCADO.
EN CONJUNTO, ESTAS CINCO ACCIONES RESPONDEN AL MANDATO GREMIAL DE DISEÑAR Y EJECUTAR PROGRAMAS, A TRAVÉS DE ENTIDADES PÚBLICAS O PRIVADAS, TENDIENTES AL DESARROLLO INTEGRAL DE LOS SECTORES REPRESENTADOS, CON UN ALCANCE TERRITORIAL QUE ABARCA EL VALLE DEL CAUCA, CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, MATERIALIZANDO DE MANERA CONCRETA EL APOYO ESTATUTARIO A CAPÍTULOS REGIONALES Y GARANTIZANDO LA INCLUSIÓN DE DISTINTAS VOCACIONES PRODUCTIVAS, DESDE LA INDUSTRIA Y LOS SERVICIOS HASTA LA ECONOMÍA POPULAR Y CAMPESINA. EL PROYECTO CONTRIBUYE ASÍ AL POSICIONAMIENTO DEL GRUPO MULTISECTORIAL COMO ACTOR CLAVE EN LA REPRESENTACIÓN, PROMOCIÓN Y FORTALECIMIENTO EFECTIVO DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL QUE AGRUPA, EN LÍNEA DIRECTA CON CADA UNO DE LOS FINES ESTATUTARIOS DESCRITOS.

PRODUCTOS Y/O SERVICIOS OFRECIDOS Y MERCADO

PRODUCTOS Y SERVICIOS
• REPRESENTACIÓN GREMIAL ANTE ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS, NACIONALES E INTERNACIONALES, DEFENDIENDO LOS INTERESES COLECTIVOS DE LAS EMPRESAS AFILIADAS.
• DISEÑO Y EJECUCIÓN DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN, CAPACITACIÓN Y COOPERACIÓN EMPRESARIAL, FINANCIADOS CON RECURSOS PROPIOS, ALIANZAS INSTITUCIONALES O CONVENIOS COMO EL PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA DEL SENA.
• OBSERVATORIO MIPYME, CON GENERACIÓN PERMANENTE DE DATOS SECTORIALES QUE ALIMENTAN EL DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES DE FORMACIÓN Y EL DISEÑO DE SOLUCIONES PERTINENTES PARA LA BASE EMPRESARIAL.
• UNIDAD DE INTERNACIONALIZACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO, ORIENTADA A FORTALECER LA VOCACIÓN EXPORTADORA Y LA PRESENCIA DIGITAL DE LAS EMPRESAS AFILIADAS.
• PLATAFORMA DE GESTIÓN EMPRESARIAL (ODOO) PUESTA A DISPOSICIÓN DE LAS EMPRESAS AFILIADAS PARA FORTALECER SU GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL.
• CONGRESOS, FERIAS, RUEDAS DE NEGOCIOS Y ESPACIOS DE NETWORKING EMPRESARIAL, ENTRE ELLOS EL

CONGRESO MULTISECTORIAL MIPYME DE REALIZACIÓN ANUAL.
• DIAGNÓSTICO DE BRECHAS EMPRESARIALES Y DISEÑO DE SOLUCIONES FORMATIVAS PERSONALIZADAS POR SECTOR Y TERRITORIO.
• PARTICIPACIÓN ACTIVA EN MÁS DE 60 ESPACIOS INSTITUCIONALES, ENTRE ELLOS LAS MESAS SECTORIALES DEL SENA (COMERCIO, INDUSTRIAS CREATIVAS, TECNOLOGÍA, AGROINDUSTRIA, TIC), EL COMITÉ UNIVERSIDAD-EMPRESA-ESTADO (CUEE) DEL VALLE DEL CAUCA, EL CLÚSTER DE ECONOMÍA DIGITAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE CALI, Y LA RED NACIONAL DE CÁMARAS DE COMERCIO Y NODOS DE EMPRENDIMIENTO.
MERCADO
EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL, INCLUYENDO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA. EL GREMIO SE POSICIONA COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL, CONDICIÓN RECONOCIDA PÚBLICAMENTE POR LA GOBERNACIÓN DEL VALLE DEL CAUCA EN 2024. FUENTE: GOBERNACIÓN DEL VALLE DEL CAUCA (2024): HTTPS://WWW.VALLEDELCAUCA.GOV.CO/PUBLICACIONES/84595/EN-EL-CONGRESO-MIPYMES-MULTISECTORIAL-GOBERNADORA-DEL-VALLE-DESTACA-SU-ROL-COMO-GENERADORAS-DE-EMPLEO/
SEGMENTOS ESPECÍFICOS DENTRO DEL MERCADO
• MIPYMES CON VOCACIÓN EXPORTADORA O INTERESADAS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA INTERNACIONALIZACIÓN DE SU OFERTA.
• EMPRESAS EN PROCESO DE MODERNIZACIÓN OPERATIVA, TRANSFORMACIÓN DIGITAL O ADOPCIÓN ESTRATÉGICA DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, QUE BUSCAN SUPERAR LA ETAPA DE ADOPCIÓN SUPERFICIAL DE HERRAMIENTAS GENÉRICAS.
• UNIDADES PRODUCTIVAS DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL, COMERCIO, SERVICIOS, MANUFACTURA, TECNOLOGÍA Y ECONOMÍA NARANJA, DISTRIBUIDAS EN LOS DISTINTOS TERRITORIOS DE INFLUENCIA DEL GREMIO.
• UNIDADES PRODUCTIVAS DE ECONOMÍA POPULAR Y CAMPESINA VINCULADAS A PRÁCTICAS COMUNITARIAS Y TRADICIONALES (AGROPECUARIAS, ARTESANALES, TURÍSTICAS Y GASTRONÓMICAS), ESPECIALMENTE EN LOS DEPARTAMENTOS DE CAUCA Y NARIÑO.
• EMPRESAS QUE REQUIEREN FORMACIÓN TÉCNICA ESPECIALIZADA O SERVICIOS DE COOPERACIÓN Y PROYECTOS, TANTO DE MANERA INDIVIDUAL COMO ARTICULADA CON SU CADENA PRODUCTIVA.
• ORGANIZACIONES TERRITORIALES INTERESADAS EN ASOCIATIVIDAD, ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS O REPRESENTACIÓN COLECTIVA ANTE INSTANCIAS PÚBLICAS Y PRIVADAS.
ESTE MERCADO DIVERSO JUSTIFICA EL ENFOQUE MULTISECTORIAL Y TRANSVERSAL DE LAS CINCO ACCIONES DE FORMACIÓN PROPUESTAS PARA 2026, NINGUNA DE LAS CUALES SE LIMITA A UN ÚNICO SECTOR ECONÓMICO, SINO QUE DESARROLLA CAPACIDADES DE GESTIÓN APLICABLES DE MANERA HORIZONTAL AL CONJUNTO DE SEGMENTOS DESCRITOS. FUENTE: GRUPO MULTISECTORIAL, SITIO WEB INSTITUCIONAL: HTTPS://GRUPOMULTISECTORIAL.COM/

SITUACIÓN ACTUAL Y PROYECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

SITUACIÓN ACTUAL
LA SITUACIÓN ACTUAL DEL GRUPO MULTISECTORIAL Y DEL ECOSISTEMA DE MIPYMES QUE REPRESENTA EVIDENCIA BRECHAS ESTRUCTURALES Y CRECIENTES EN MATERIA DE TALENTO HUMANO, PARTICULARMENTE

FRENTE A LA ADOPCIÓN ESTRATÉGICA DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES. EL DIAGNÓSTICO REALIZADO EL 11 DE MAYO DE 2026, SOBRE UNA MUESTRA DE 112 EMPRESAS Y 520 TRABAJADORES DE TODOS LOS NIVELES OCUPACIONALES, CONFIRMA QUE ESTAS BRECHAS NO RESPONDEN A FALTA DE INTERÉS NI DE CONOCIMIENTO TÉCNICO DEL OFICIO, SINO A LA AUSENCIA DE MÉTODOS ESTRUCTURADOS PARA INNOVAR DE MANERA SISTEMÁTICA, DISEÑAR Y OPERAR CONSISTENTEMENTE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE, TRADUCIR EL PATRIMONIO CULTURAL EN PROPUESTA DE VALOR COMERCIAL, Y DISEÑAR SOLUCIONES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL A LA MEDIDA DE LOS RETOS ESTRATÉGICOS DE CADA ORGANIZACIÓN, EN LUGAR DE ADOPTAR HERRAMIENTAS GENÉRICAS DE MANERA SUPERFICIAL.

ESTAS BRECHAS SE TRADUCEN EN UNA LIMITADA CAPACIDAD PARA COMPETIR EN MERCADOS DINÁMICOS, BAJA APROPIACIÓN DE METODOLOGÍAS DE INNOVACIÓN ADAPTADAS A ORGANIZACIONES DE DISTINTO TAMAÑO Y GRADO DE FORMALIZACIÓN, GESTIÓN FRAGMENTADA E INTUITIVA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE ENTRE CANALES FÍSICOS Y DIGITALES, SUBUTILIZACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y LAS PRÁCTICAS COMUNITARIAS TRADICIONALES COMO ACTIVO DE DIFERENCIACIÓN COMERCIAL, Y UNA ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL CENTRADA EN HERRAMIENTAS GENÉRICAS DE PROPÓSITO GENERAL, SIN UN MARCO ORGANIZACIONAL, DE GOBIERNO DE DATOS NI DE TOMA DE DECISIONES QUE TRADUZCA DICHA INVERSIÓN EN UNA VENTAJA COMPETITIVA REAL. EL DIAGNÓSTICO EVIDENCIÓ ADEMÁS QUE ESTAS BRECHAS ATRAVIESAN DE MANERA TRANSVERSAL A LOS 23 SECTORES ECONÓMICOS QUE AGRUPA EL GREMIO, SIN CONCENTRARSE EN UN SEGMENTO PARTICULAR, LO QUE CONFIRMA LA PERTINENCIA DE UN ENFOQUE MULTISECTORIAL EN LAS ACCIONES DE FORMACIÓN PROPUESTAS.

PROSPECTIVA

A. CONSOLIDACIÓN DE SISTEMAS PROPIOS DE INNOVACIÓN EN LA BASE EMPRESARIAL: LAS EMPRESAS AFILIADAS Y LAS UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR AVANZARÁN HACIA MÉTODOS PROPIOS Y SOSTENIBLES DE IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS, COMUNICACIÓN DE LA NOVEDAD Y MEJORA CONTINUA, SUPERANDO LA INNOVACIÓN PURAMENTE INTUITIVA QUE CARACTERIZA HOY A BUENA PARTE DEL TEJIDO EMPRESARIAL MULTISECTORIAL, Y CONSOLIDANDO UNA CULTURA DE INNOVACIÓN QUE NO DEPENDA EXCLUSIVAMENTE DE LA INICIATIVA INDIVIDUAL DEL EMPRESARIO.

B. GESTIÓN ESTRUCTURADA Y CONSISTENTE DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE: LAS MIPYMES AFILIADAS FORTALECERÁN PROGRESIVAMENTE SUS CAPACIDADES DE DISEÑO, OPERACIÓN Y MEDICIÓN DE LA EXPERIENCIA QUE OFRECEN A SUS CLIENTES EN TODOS LOS CANALES, CON APOYO PROPORCIONADO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, CONSOLIDANDO LA EXPERIENCIA COMO UN FACTOR DE COMPETITIVIDAD TAN RELEVANTE COMO EL PRECIO O LA CALIDAD DEL PRODUCTO, Y CERRANDO LA BRECHA FRENTE A ORGANIZACIONES DE MAYOR TAMAÑO QUE YA GESTIONAN ESTE ASPECTO DE MANERA PROFESIONALIZADA.

C. VALORIZACIÓN COMERCIAL DEL PATRIMONIO CULTURAL Y LAS PRÁCTICAS COMUNITARIAS TRADICIONALES: LAS MUJERES LÍDERES DE UNIDADES PRODUCTIVAS EN TERRITORIOS COMO CAUCA Y NARIÑO ESCALARÁN SU CAPACIDAD DE TRADUCIR SUS SABERES ANCESTRALES, ARTESANALES, TURÍSTICOS Y GASTRONÓMICOS EN PROPUESTAS DE VALOR COMPETITIVAS Y COMUNICADAS DE MANERA PERSUASIVA ANTE NUEVOS MERCADOS, FORTALECIENDO SU VISIBILIDAD ECONÓMICA Y SU PARTICIPACIÓN EN ESPACIOS DE DECISIÓN COMERCIAL.

D. ADOPCIÓN ESTRATÉGICA Y ORGANIZACIONAL DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL: LOS DIRECTIVOS DE LAS EMPRESAS AFILIADAS TRANSITARÁN DE LA ADOPCIÓN SUPERFICIAL DE HERRAMIENTAS DE IA GENÉRICAS HACIA EL DISEÑO DE AGENTES Y MODELOS DE DECISIÓN CONFIGURADOS A LA MEDIDA DE SUS PROPIOS RETOS ESTRATÉGICOS, CON GOBIERNO DE DATOS Y CAPACIDAD DECISORIA INSTALADA, REPLICANDO EN SU PROPIA GESTIÓN EL MISMO RECORRIDO DE SISTEMATIZACIÓN QUE SE BUSCA INSTALAR EN LA BASE DE INNOVACIÓN DE SUS EMPRESAS.

E. FORTALECIMIENTO DE LA ARTICULACIÓN TERRITORIAL Y DE CADENA PRODUCTIVA: EL GREMIO PROYECTA AMPLIAR SU PRESENCIA EFECTIVA EN DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD, CONSOLIDANDO ENCADENAMIENTOS ENTRE EMPRESAS NÚCLEO, PROVEEDORES Y UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR Y CAMPESINA, EN LÍNEA CON LA UNIDAD TEMÁTICA TRANSVERSAL

INCLUIDA EN CADA UNA DE LAS CINCO ACCIONES DE FORMACIÓN DEL PROYECTO. FUENTE: DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES DE FORMACIÓN DEL GRUPO MULTISECTORIAL (11/05/2026); GRUPO MULTISECTORIAL, SITIO WEB INSTITUCIONAL: HTTPS://GRUPOMULTISECTORIAL.COM/

PAPEL DE LA ORGANIZACIÓN EN EL SECTOR Y/O REGIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ES UN ACTOR CLAVE EN EL SUROCCIDENTE COLOMBIANO, AGRUPANDO A MÁS DE 4.500 MIPYMES DE 23 SECTORES ECONÓMICOS A TRAVÉS DE 35 ORGANIZACIONES DE LA REGIÓN PACÍFICA. LA GOBERNACIÓN DEL VALLE DEL CAUCA (2024) RECONOCIÓ SU LIDERAZGO EN GENERACIÓN DE EMPLEO Y DINAMIZACIÓN ECONÓMICA REGIONAL MEDIANTE FORMACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y CONEXIÓN EMPRESARIAL, LO QUE JUSTIFICA SU IDONEIDAD COMO PROPONENTE ANTE EL SENA PARA EL PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA. FUENTE: GOBERNACIÓN DEL VALLE DEL CAUCA (2024): HTTPS://WWW.VALLEDELCAUCA.GOV.CO/PUBLICACIONES/84595/EN-EL-CONGRESO-MIPYMES-MULTISECTORIAL-GOBERNADORA-DEL-VALLE-DESTACA-SU-ROL-COMO-GENERADORAS-DE-EMPLEO/

• EL GREMIO REAFIRMÓ SU ROL ESTRATÉGICO EN EL FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL DURANTE EL II CONGRESO MIPYMES, ARTICULÁNDOSE CON EL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE CONTRATACIÓN PÚBLICA DE CALI PARA CAPACITAR MIPYMES EN CONTRATACIÓN ESTATAL, SOSTENIBILIDAD Y HERRAMIENTAS DIGITALES, FACILITANDO SU INCLUSIÓN EN COMPRAS PÚBLICAS Y DEMOSTRANDO SU COMPROMISO CON LA INNOVACIÓN Y LA DINAMIZACIÓN DEL VALLE. FUENTE: ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI (2025): HTTPS://INTRANET.CALI.GOV.CO/2025/07/02/EL-DEPARTAMENTO-ADMINISTRATIVO-DE-CONTRATACION-PUBLICA-MOTOR-DE-LA-TRANSPARENCIA-Y-LA-INNOVACION-EN-LA-GESTION-PUBLICA/

• 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 EVIDENCIA SU LIDERAZGO Y VISIÓN ESTRATÉGICA PARA ENFRENTAR DESAFÍOS REGIONALES DE MANERA COLABORATIVA. FUENTE: DIARIO OCCIDENTE (2025): HTTPS://OCCIDENTE.CO/EMPRESARIO/EL-VALLE-DEL-CAUCA-INSTALA-LA-PRIMERA-MESA-DE-SEGURIDAD-Y-DEFENSA-EMPRESARIAL-CON-RESPALDO-MULTISECTORIAL/

• EL GREMIO SE CONSOLIDA COMO VOZ DE LAS MIPYMES FRENTE A DESAFÍOS ECONÓMICOS INTERNACIONALES, ARTICULANDO RESPUESTAS ANTE EL AUMENTO DE ARANCELES EN ESTADOS UNIDOS QUE AFECTA SECTORES CLAVE DEL VALLE DEL CAUCA (AGROINDUSTRIA, CONFECCIONES, MANUFACTURA), LO QUE DEMUESTRA SU CAPACIDAD DE ANÁLISIS E INCIDENCIA FRENTE A LA NECESIDAD DE REPENSAR EXPORTACIONES, MEJORAR LA LOGÍSTICA E IMPULSAR LA INNOVACIÓN. FUENTE: CARACOL RADIO (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/

• EL NOMBRAMIENTO DE SAULO BRAVO COMO VICEPRESIDENTE, CON EXPERIENCIA EN MÁS DE 20 GREMIOS, CONSOLIDÓ UNA RED DE COOPERACIÓN PARA EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL, POTENCIÁNDOLO COMO ARTICULADOR ENTRE ACADEMIA, SECTOR PRODUCTIVO Y DESARROLLO ECONÓMICO, AMPLIANDO EL IMPACTO TERRITORIAL DEL GREMIO. FUENTE: UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI: 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/

ESTE PAPEL SE COMPLEMENTA CON LAS MEMORIAS DEL I CONGRESO MULTISECTORIAL MIPYME (2024), EL INFORME DE GESTIÓN 2023–2024, LOS BOLETINES DE COYUNTURA MIPYME DEL OBSERVATORIO MULTISECTORIAL (2023–2025) Y LOS ESTUDIOS DE CASO SOBRE INNOVACIÓN EMPRESARIAL (2023), DOCUMENTOS QUE CONSTITUYEN INSUMO TÉCNICO PERMANENTE PARA EL DISEÑO DE LOS PROYECTOS DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA DEL GREMIO, DISPONIBLES EN HTTPS://GRUPOMULTISECTORIAL.COM/. LA COBERTURA TERRITORIAL DE LAS CINCO ACCIONES DE FORMACIÓN 2026 —VALLE DEL CAUCA, CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA— MATERIALIZA ESTE PAPEL

DE ARTICULADOR REGIONAL, VINCULANDO DE MANERA DELIBERADA DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, EN COHERENCIA CON LO SEÑALADO POR LA PROPIA GOBERNACIÓN DEL VALLE DEL CAUCA SOBRE EL ROL DEL GREMIO COMO GENERADOR DE EMPLEO Y DINAMIZADOR ECONÓMICO MÁS ALLÁ DE SU SEDE PRINCIPAL EN CALI. ESTE ALCANCE MULTIDEPARTAMENTAL POSICIONA AL GRUPO MULTISECTORIAL NO SOLO COMO REPRESENTANTE DE UN TERRITORIO ESPECÍFICO, SINO COMO ARTICULADOR DE UNA RED EMPRESARIAL QUE TRASCIENDE LAS FRONTERAS ADMINISTRATIVAS DEL VALLE DEL CAUCA, FORTALECIENDO ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS CON EL PACÍFICO Y EL CARIBE COLOMBIANO.

RETOS ESTRATÉGICOS VINCULADOS A LA FORMACIÓN

• SISTEMATIZAR LA INNOVACIÓN EN LA BASE EMPRESARIAL: PASAR DE UNA INNOVACIÓN INTUITIVA Y AISLADA A UN MÉTODO PROPIO, REPLICABLE Y MEDIBLE DE IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS, COMUNICACIÓN DE LA NOVEDAD Y MEJORA CONTINUA, APLICABLE TANTO A MIPYMES FORMALES COMO A UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR VINCULADAS AL ECOSISTEMA DEL GREMIO, SIN DEPENDER DE ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES COMPLEJAS.
• FORTALECER LA GESTIÓN ESTRUCTURADA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE: DOTAR A LAS EMPRESAS AFILIADAS Y DE CADENA PRODUCTIVA DE HERRAMIENTAS ACCESIBLES DE DISEÑO, OPERACIÓN CONSISTENTE Y MEDICIÓN DE LA EXPERIENCIA QUE OFRECEN A SUS CLIENTES, CON APOYO PROPORCIONADO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, SIN QUE ELLO IMPLIQUE AUTOMATIZACIÓN COMERCIAL COMPLEJA NI INVERSIÓN TECNOLÓGICA ADICIONAL.
• IMPULSAR LA INCLUSIÓN PRODUCTIVA DE MUJERES LÍDERES DE UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR Y CAMPESINA: FORTALECER SU CAPACIDAD DE TRADUCIR EL PATRIMONIO CULTURAL Y LAS PRÁCTICAS COMUNITARIAS Y TRADICIONALES DE CAUCA Y NARIÑO EN PROPUESTAS DE VALOR COMUNICADAS DE MANERA PERSUASIVA ANTE NUEVOS MERCADOS, CERRANDO BRECHAS HISTÓRICAS DE VISIBILIZACIÓN ECONÓMICA.
• CERRAR LA BRECHA DE ADOPCIÓN ESTRATÉGICA DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL: SUPERAR LA ADOPCIÓN SUPERFICIAL DE HERRAMIENTAS GENÉRICAS DE IA POR PARTE DE DIRECTIVOS Y EQUIPOS GERENCIALES, DOTÁNDOLOS DE UN MÉTODO DE DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL Y DE DISEÑO DE SOLUCIONES DE IA A LA MEDIDA DE SUS PROPIOS RETOS ESTRATÉGICOS, CON GOBIERNO DE DATOS Y CAPACIDAD DECISORIA INSTALADA.
• ACTUALIZAR PERMANENTEMENTE LA OFERTA FORMATIVA: ALINEARLA CON LOS CAMBIOS REGULATORIOS, LAS DEMANDAS DEL MERCADO, LOS AVANCES TECNOLÓGICOS Y LAS TRANSFORMACIONES SOCIALES QUE AFECTAN A LAS MIPYMES Y A LAS UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR Y CAMPESINA DEL ECOSISTEMA MULTISECTORIAL, A PARTIR DE DIAGNÓSTICOS PERIÓDICOS COMO EL REALIZADO EN MAYO DE 2026.
• DESARROLLAR HABILIDADES CRÍTICAS EN EMPRESARIOS Y TRABAJADORES: FOMENTAR EL PENSAMIENTO ANALÍTICO, EL LIDERAZGO ADAPTATIVO, LA GESTIÓN DEL CAMBIO Y LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS COMPLEJOS, ESENCIALES EN ENTORNOS EMPRESARIALES VOLÁTILES Y COMPETITIVOS, EVITANDO AL MISMO TIEMPO LA SOBREOFERTA DE FORMACIÓN EN HABILIDADES BLANDAS GENÉRICAS YA CUBIERTA POR OTRAS ENTIDADES.
• FORTALECER LA ARTICULACIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA REGIONAL: CONSOLIDAR ENCADENAMIENTOS ENTRE EMPRESAS NÚCLEO, PROVEEDORES, DISTRIBUIDORES Y UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR Y CAMPESINA, COMO MECANISMO DE GENERACIÓN DE VALOR AGREGADO, FORMALIZACIÓN Y ACCESO A MERCADOS PARA EL CONJUNTO DEL ECOSISTEMA REPRESENTADO POR EL GREMIO.
• CONSOLIDAR AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO REFERENTE NACIONAL Y REGIONAL EN FORMACIÓN AVANZADA PARA MIPYMES, INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO, FORTALECIENDO SU POSICIONAMIENTO COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO ANTE EL SENA Y OTRAS ENTIDADES DEL ECOSISTEMA DE

FORMACIÓN PARA EL TRABAJO EN COLOMBIA.
ESTE PROYECTO DE FORMACIÓN ES CLAVE PARA GARANTIZAR LA SOSTENIBILIDAD FINANCIERA, EL CRECIMIENTO INTELIGENTE Y LA CONSOLIDACIÓN COMERCIAL DE LAS EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL, EN UN ENTORNO EMPRESARIAL DE TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA, INCERTIDUMBRE ECONÓMICA Y PRESIÓN CRECIENTE POR LA COMPETITIVIDAD. LA ARTICULACIÓN Y VISIÓN ESTRATÉGICA DESCRITAS JUSTIFICAN LA IDONEIDAD DEL GREMIO COMO PROPONENTE ANTE EL SENA PARA EL PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA, CERRANDO BRECHAS DE CAPITAL HUMANO CON IMPACTO TERRITORIAL VERIFICABLE EN LOS CINCO DEPARTAMENTOS DONDE SE EJECUTARÁN LAS ACCIONES DE FORMACIÓN PROPUESTAS. FUENTE: GOBERNACIÓN DEL VALLE DEL CAUCA (2024): HTTPS://WWW.VALLEDELCAUCA.GOV.CO/PUBLICACIONES/84595/EN-EL-CONGRESO-MIPYMES-MULTISECTORIAL-GOBERNADORA-DEL-VALLE-DESTACA-SU-ROL-COMO-GENERADORAS-DE-EMPLEO/; DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES DE FORMACIÓN DEL GRUPO MULTISECTORIAL (11/05/2026).

EXPERIENCIA EN ACTIVIDADES FORMATIVAS

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. FUENTE: GRUPO MULTISECTORIAL, INFORME DE GESTIÓN 2023–2024: HTTPS://GRUPOMULTISECTORIAL.COM/
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 LA VIGENCIA 2025, EL GREMIO EJECUTÓ CINCO ACCIONES DE FORMACIÓN EN EL MARCO DE ESTE MISMO PROGRAMA, ABORDANDO OPTIMIZACIÓN COMERCIAL CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA, NARRATIVA EMPRESARIAL DE ALTO VALOR PERCIBIDO, TRANSFORMACIÓN ORGANIZACIONAL ÁGIL, REALIDAD AUMENTADA APLICADA A MIPYMES MULTISECTORIALES, E INNOVACIONES EN GENERACIÓN DE CONTENIDOS Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE, LO QUE CONSTITUYE LA EVIDENCIA MÁS RECIENTE Y VERIFICABLE DE SU CAPACIDAD DE EJECUCIÓN TÉCNICA Y METODOLÓGICA. ESTA EXPERIENCIA DIRECTA DE 2025 FUE ADEMÁS EL INSUMO CENTRAL PARA EVITAR CUALQUIER SOLAPAMIENTO TEMÁTICO CON LAS CINCO ACCIONES DE FORMACIÓN DISEÑADAS PARA LA VIGENCIA 2026, QUE ABORDAN DELIBERADAMENTE ÁNGULOS Y CONTENIDOS DIFERENCIADOS FRENTE A LO YA EJECUTADO. EN LOS ÚLTIMOS TRES AÑOS, EL GREMIO 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, DIGITALIZACIÓN, SOSTENIBILIDAD E INNOVACIÓN EMPRESARIAL.
TEMÁTICAS ABORDADAS EN PROCESOS FORMATIVOS PREVIOS
• TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS MIPYMES Y APROPIACIÓN DE HERRAMIENTAS 4.0 (PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES, GESTIÓN DE RELACIÓN CON CLIENTES, COMERCIO ELECTRÓNICO, INTELIGENCIA ARTIFICIAL).
• 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.
EL GRUPO MULTISECTORIAL REALIZA ADEMÁS, DE MANERA ANUAL, EL CONGRESO MULTISECTORIAL MIPYME, QUE EN SU PRIMERA EDICIÓN (2024) CONVOCÓ A 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. ESTA TRAYECTORIA ACUMULADA DE MÁS DE UNA DÉCADA, SUMADA A LA EXPERIENCIA RECIENTE Y VERIFICABLE DE EJECUCIÓN EN 2025, SUSTENTA LA CAPACIDAD OPERATIVA, METODOLÓGICA Y TERRITORIAL DEL GREMIO PARA EJECUTAR LAS CINCO ACCIONES DE FORMACIÓN PROPUESTAS PARA LA VIGENCIA 2026, CON LA MISMA EXIGENCIA DE CALIDAD E INNOVACIÓN METODOLÓGICA QUE HA CARACTERIZADO SU PARTICIPACIÓN EN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA DESDE 2018. FUENTE: GRUPO MULTISECTORIAL, INFORME DE GESTIÓN 2023–2024 E HISTÓRICO DE EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA 2025: HTTPS://GRUPOMULTISECTORIAL.COM/

SECTOR AL QUE PERTENECE LA ENTIDAD

SERVICIOS

SECTOR(ES) QUE REPRESENTA

SERVICIOS

SUBSECTOR AL QUE PERTENECE LA ENTIDAD

SERVICIOS

SUBSECTOR(ES) QUE REPRESENTA

SERVICIOS

ESLABONES DE LA CADENA PRODUCTIVA

EL GRUPO MULTISECTORIAL SE POSICIONA COMO ACTOR ARTICULADOR Y REPRESENTATIVO DENTRO DE UNA CADENA PRODUCTIVA AMPLIA Y DIVERSA, PROPIA DE SU NATURALEZA MULTISECTORIAL. SU FUNCIÓN PRINCIPAL NO ES LA DE PRODUCTOR O TRANSFORMADOR DIRECTO, SINO LA DE INTERMEDIARIO INSTITUCIONAL QUE CONECTA, REPRESENTA Y FORTALECE A LOS DISTINTOS ESLABONES DE DICHA CADENA, IDENTIFICADOS DE LA SIGUIENTE MANERA:

• EMPRESAS NÚCLEO O AFILIADAS: MÁS DE 4.500 MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE 23 SECTORES ECONÓMICOS (SERVICIOS, INDUSTRIA, COMERCIO, SALUD, EDUCACIÓN, TRANSPORTE, AGROINDUSTRIA Y TURISMO, ENTRE OTROS), QUE CONSTITUYEN LA BASE REPRESENTADA DIRECTAMENTE POR EL GREMIO Y EL PRINCIPAL GRUPO OBJETIVO DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN.

• PROVEEDORES Y PRESTADORES DE SERVICIOS DE LA CADENA PRODUCTIVA: EMPRESAS QUE SUMINISTRAN INSUMOS, TECNOLOGÍA, LOGÍSTICA O SERVICIOS ESPECIALIZADOS A LAS EMPRESAS NÚCLEO, SIN SER NECESARIAMENTE AFILIADAS DIRECTAS, E INCLUIDAS DE MANERA EXPLÍCITA EN LAS CINCO ACCIONES DE FORMACIÓN 2026 COMO BENEFICIARIAS DE CADENA PRODUCTIVA.

• UNIDADES PRODUCTIVAS DE LA ECONOMÍA CAMPESINA Y POPULAR: MICRO Y PEQUEÑAS UNIDADES ECONÓMICAS, PERSONALES, FAMILIARES O ASOCIATIVAS, VINCULADAS A PRÁCTICAS AGROPECUARIAS, ARTESANALES, TURÍSTICAS Y GASTRONÓMICAS, PARTICULARMENTE EN LOS DEPARTAMENTOS DE CAUCA Y NARIÑO, E IDENTIFICADAS COMO GRUPO OBJETIVO ESPECÍFICO EN UNA DE LAS CINCO ACCIONES DE FORMACIÓN 2026.

• DISTRIBUIDORES Y COMERCIALIZADORES: ACTORES QUE CONECTAN LA PRODUCCIÓN DE LAS EMPRESAS AFILIADAS CON LOS MERCADOS LOCALES, REGIONALES Y NACIONALES, INCLUYENDO FERIAS, RUTAS COMERCIALES Y CANALES DIGITALES DE COMERCIALIZACIÓN DESARROLLADOS POR LAS PROPIAS EMPRESAS DEL ECOSISTEMA.

• CONSUMIDORES Y CLIENTES FINALES: PERSONAS Y ORGANIZACIONES QUE ADQUIEREN LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS POR LAS EMPRESAS DEL ECOSISTEMA MULTISECTORIAL, Y CUYA EXPERIENCIA DE COMPRA CONSTITUYE EL EJE CENTRAL DE UNA DE LAS CINCO ACCIONES DE FORMACIÓN PROPUESTAS PARA 2026.

• ALIADOS INSTITUCIONALES DE SOPORTE: ENTIDADES PÚBLICAS, CÁMARAS DE COMERCIO, UNIVERSIDADES

Y CENTROS DE INVESTIGACIÓN QUE FORTALECEN LA CAPACIDAD TÉCNICA, TECNOLÓGICA Y DE CONOCIMIENTO DEL CONJUNTO DE LA CADENA, DESCRITOS CON MAYOR DETALLE EN EL NUMERAL SIGUIENTE DE ESTE DOCUMENTO.
DENTRO DE ESTA CADENA, EL GRUPO MULTISECTORIAL OCUPA UNA POSICIÓN DE ARTICULACIÓN TRANSVERSAL: IDENTIFICA LAS NECESIDADES DE FORMACIÓN DE CADA ESLABÓN A TRAVÉS DE SU OBSERVATORIO MIPYME Y SU COMITÉ DE LÍDERES DE LÍNEA, DISEÑA SOLUCIONES FORMATIVAS PERTINENTES A CADA UNO, Y FACILITA LA CONEXIÓN ENTRE EMPRESAS NÚCLEO, PROVEEDORES, UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR Y CAMPESINA, Y CONSUMIDORES FINALES, FORTALECIENDO LA COHERENCIA Y LA COMPETITIVIDAD DEL CONJUNTO DE LA CADENA PRODUCTIVA REGIONAL. ESTA POSICIÓN DE ARTICULADOR, Y NO DE ESLABÓN PRODUCTIVO INDIVIDUAL, ES JUSTAMENTE LO QUE SUSTENTA QUE LAS CINCO ACCIONES DE FORMACIÓN DEL PROYECTO INCLUYAN DE MANERA OBLIGATORIA UNA UNIDAD TEMÁTICA TRANSVERSAL SOBRE ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS, ECONOMÍA POPULAR Y COMPETITIVIDAD TERRITORIAL, ASEGURANDO QUE CADA ACCIÓN DE FORMACIÓN, SIN IMPORTAR SU TEMÁTICA CENTRAL, REFUERCE EXPLÍCITAMENTE LA FUNCIÓN ARTICULADORA DEL GREMIO DENTRO DE ESTA CADENA. FUENTE: GRUPO MULTISECTORIAL, REGISTRO DE EMPRESAS AGREMIADAS (ANEXO NO. 10.1) Y OBSERVATORIO MIPYME: HTTPS://GRUPOMULTISECTORIAL.COM/

INTERACCIONES CON OTROS ACTORES

EL GRUPO MULTISECTORIAL MANTIENE INTERACCIONES ACTIVAS Y PERMANENTES CON UNA AMPLIA RED DE ACTORES PÚBLICOS, PRIVADOS, ACADÉMICOS Y DE COOPERACIÓN, QUE FORTALECEN SU CAPACIDAD DE DIAGNÓSTICO, REPRESENTACIÓN Y EJECUCIÓN DE PROYECTOS DE FORMACIÓN:
• SENA: PARTICIPACIÓN ACTIVA EN MESAS SECTORIALES (COMERCIO, INDUSTRIAS CREATIVAS, TECNOLOGÍA, AGROINDUSTRIA, TIC) Y EJECUCIÓN CONTINUA DE PROYECTOS DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA DESDE 2018, INCLUYENDO LAS CINCO ACCIONES DE FORMACIÓN EJECUTADAS EN 2025.
• COMITÉ UNIVERSIDAD-EMPRESA-ESTADO (CUEE) DEL VALLE DEL CAUCA: ESPACIO DE ARTICULACIÓN ENTRE ACADEMIA, SECTOR PRODUCTIVO Y GOBIERNO PARA LA GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO APLICADO A LOS RETOS DEL TEJIDO EMPRESARIAL REGIONAL.
• CLÚSTER DE ECONOMÍA DIGITAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE CALI: ESPACIO DE COOPERACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS EMPRESAS AFILIADAS Y EL INTERCAMBIO DE BUENAS PRÁCTICAS SECTORIALES.
• RED NACIONAL DE CÁMARAS DE COMERCIO Y NODOS DE EMPRENDIMIENTO: ARTICULACIÓN CON EL ECOSISTEMA NACIONAL DE APOYO EMPRESARIAL, AMPLIANDO EL ALCANCE DE LA REPRESENTACIÓN GREMIAL MÁS ALLÁ DEL ÁMBITO REGIONAL.
• GOBERNACIÓN DEL VALLE DEL CAUCA: RECONOCIMIENTO INSTITUCIONAL DEL ROL DEL GREMIO EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO Y LA DINAMIZACIÓN ECONÓMICA REGIONAL, DOCUMENTADO PÚBLICAMENTE EN 2024.
• DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE CONTRATACIÓN PÚBLICA DE CALI: ALIANZA PARA LA CAPACITACIÓN DE MIPYMES EN CONTRATACIÓN ESTATAL, SOSTENIBILIDAD Y HERRAMIENTAS DIGITALES, FACILITANDO SU ACCESO A COMPRAS PÚBLICAS.
• UNIVERSIDADES Y CENTROS DE DESARROLLO TECNOLÓGICO: ALIANZAS PARA EL DESARROLLO DE DIPLOMADOS, LABORATORIOS DE INNOVACIÓN ABIERTA Y TALLERES TÉCNICOS COMPLEMENTARIOS A LA OFERTA FORMATIVA PROPIA DEL GREMIO.
• ORGANIZACIONES DE LA REGIÓN PACÍFICA: ARTICULACIÓN CON 35 ORGANIZACIONES GREMIALES QUE AMPLÍAN LA REPRESENTATIVIDAD TERRITORIAL Y SECTORIAL DEL GRUPO MULTISECTORIAL MÁS ALLÁ DEL VALLE DEL CAUCA.
• MEDIOS DE COMUNICACIÓN REGIONALES Y NACIONALES: PRESENCIA INSTITUCIONAL DOCUMENTADA EN

MEDIOS COMO DIARIO OCCIDENTE Y CARACOL RADIO, QUE EVIDENCIAN EL RECONOCIMIENTO EXTERNO DEL ROL DE INCIDENCIA DEL GREMIO.
ESTAS INTERACCIONES SE MATERIALIZAN EN ESPACIOS DE TRABAJO CONJUNTO COMO EL CONGRESO MULTISECTORIAL MIPYME (CON MÁS DE 900 ASISTENTES EN SU PRIMERA EDICIÓN DE 2024), LA PRIMERA MESA DE SEGURIDAD Y DEFENSA EMPRESARIAL DEL VALLE DEL CAUCA, Y LA RECIENTE ARTICULACIÓN DE RESPUESTAS GREMIALES FRENTE AL AUMENTO DE ARANCELES DE ESTADOS UNIDOS QUE AFECTA A SECTORES CLAVE DE LA REGIÓN. EN CONJUNTO, ESTA RED DE INTERACCIONES INSTITUCIONALES CONSTITUYE EL SOPORTE RELACIONAL QUE PERMITE AL GRUPO MULTISECTORIAL IDENTIFICAR DE MANERA OPORTUNA LAS NECESIDADES DE FORMACIÓN DE SU BASE EMPRESARIAL Y DISEÑAR SOLUCIONES PERTINENTES, COMO LAS CINCO ACCIONES DE FORMACIÓN PROPUESTAS PARA LA VIGENCIA 2026. ESTAS ALIANZAS NO SON DE CARÁCTER ESPORÁDICO, SINO QUE SE SOSTIENEN EN EL TIEMPO A TRAVÉS DE ESPACIOS FORMALES DE PARTICIPACIÓN GREMIAL, LO QUE GARANTIZA CONTINUIDAD EN LA IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES Y EN EL DISEÑO DE SOLUCIONES FORMATIVAS PERTINENTES PARA EL ECOSISTEMA EMPRESARIAL MULTISECTORIAL.
FUENTE: GRUPO MULTISECTORIAL, INFORME DE GESTIÓN 2023–2024; ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI (2025): HTTPS://INTRANET.CALI.GOV.CO/2025/07/02/EL-DEPARTAMENTO-ADMINISTRATIVO-DE-CONTRATACION-PUBLICA-MOTOR-DE-LA-TRANSPARENCIA-Y-LA-INNOVACION-EN-LA-GESTION-PUBLICA/; DIARIO OCCIDENTE (2025): HTTPS://OCCIDENTE.CO/EMPRESARIO/EL-VALLE-DEL-CAUCA-INSTALA-LA-PRIMERA-MESA-DE-SEGURIDAD-Y-DEFENSA-EMPRESARIAL-CON-RESPALDO-MULTISECTORIAL/

Diagnóstico de necesidades de formación

1 diagnóstico(s)

Diagnóstico 1 Fecha: 05/11/2026

¿HERRAMIENTA DE CREACIÓN PROPIA?

SI

¿CUENTA CON PLAN DE CAPACITACIÓN?

SI

OTRO TIPO DE HERRAMIENTA

ENTREVISTAS SEMIESTRUCTURADAS

HERRAMIENTA / METODOLOGÍA	MUESTRA POBLACIONAL
ENCUESTAS	520

DESCRIPCIÓN DE LAS HERRAMIENTAS UTILIZADAS

HERRAMIENTAS DE DIAGNÓSTICO
• ENCUESTA ESTRUCTURADA
• ENTREVISTAS SEMIESTRUCTURADAS
• GRUPOS FOCALES MULTISECTORIALES
• REVISIÓN DOCUMENTAL (BOLETINES DEL OBSERVATORIO MIPYME, INFORME DE GESTIÓN 2023–2024, HISTÓRICO DE EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA 2025)
PARA ESTE DIAGNÓSTICO SE EMPLEÓ UNA METODOLOGÍA MIXTA, QUE COMBINÓ ENFOQUES CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS, APLICADA DE MANERA SIMULTÁNEA EN LOS DISTINTOS TERRITORIOS DE INFLUENCIA DEL GREMIO. SE APLICÓ UNA ENCUESTA ESTRUCTURADA PARA OBTENER DATOS ESTADÍSTICOS SOBRE ADOPCIÓN DE INNOVACIÓN, GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE, USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y VALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL EN LAS UNIDADES PRODUCTIVAS.

DE MANERA COMPLEMENTARIA, SE REALIZARON ENTREVISTAS SEMIESTRUCTURADAS A ACTORES CLAVE DEL ECOSISTEMA GREMIAL —DIRECTIVOS, LÍDERES SECTORIALES Y REPRESENTANTES DE UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR— Y GRUPOS FOCALES MULTISECTORIALES ORGANIZADOS POR AFINIDAD TEMÁTICA Y TERRITORIAL, LO QUE PERMITIÓ CONTRASTAR EXPERIENCIAS, BARRERAS Y OPORTUNIDADES DE TRANSFORMACIÓN ENTRE DISTINTOS SECTORES Y TERRITORIOS. UNA REVISIÓN DOCUMENTAL DE LOS BOLETINES DEL OBSERVATORIO MIPYME, EL INFORME DE GESTIÓN 2023–2024 Y EL HISTÓRICO DE EJECUCIÓN DE ACCIONES DE FORMACIÓN DEL GREMIO EN 2025 SIRVIÓ COMO INSUMO ADICIONAL, BRINDANDO UNA PERSPECTIVA HISTÓRICA Y COMPARATIVA DE LA EVOLUCIÓN DE LAS NECESIDADES FORMATIVAS DE LA BASE EMPRESARIAL.
LA MUESTRA ABARCÓ 112 EMPRESAS AFILIADAS Y DE CADENA PRODUCTIVA DEL GRUPO MULTISECTORIAL, REPRESENTATIVAS DE SECTORES COMO AGROINDUSTRIA, SERVICIOS, TECNOLOGÍA, MANUFACTURA, COMERCIO Y ECONOMÍA NARANJA, CON ÉNFASIS GEOGRÁFICO EN EL VALLE DEL CAUCA Y PROYECCIÓN HACIA CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA. PARTICIPARON 520 TRABAJADORES DE TODOS LOS NIVELES OCUPACIONALES —ALTA DIRECCIÓN, NIVEL MEDIO Y NIVEL OPERATIVO—, AMPLIANDO DE MANERA SIGNIFICATIVA LA REPRESENTATIVIDAD DEL EJERCICIO FRENTE A DIAGNÓSTICOS PREVIOS DEL GREMIO, AL INCORPORAR DE MANERA EXPLÍCITA LA PERSPECTIVA DEL NIVEL OPERATIVO COMO GENERADOR Y USUARIO DIRECTO DE LA INFORMACIÓN QUE SOSTIENE CUALQUIER PROCESO DE INNOVACIÓN O ADOPCIÓN TECNOLÓGICA DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES CONSULTADAS.

RESUMEN DE LOS PRINCIPALES RESULTADOS

RESULTADOS CUANTITATIVOS
LOS HALLAZGOS MÉTRICOS APLICADOS A LA MUESTRA DE 112 EMPRESAS Y 520 TRABAJADORES CONSOLIDAN DE MANERA EXACTA LAS BRECHAS QUE SUSTENTAN LAS CINCO ACCIONES DE FORMACIÓN: SISTEMAS DE INNOVACIÓN (AF1): EL 85% DE LOS EMPRESARIOS DE LA MUESTRA RECONOCE QUE SUS MEJORAS OPERATIVAS SON PURAMENTE INTUITIVAS Y EL 92% DE LAS MIPYMES JUNTO AL 100% DE LAS UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR DIAGNOSTICADAS CARECEN POR COMPLETO DE UN BUZÓN, INDICADOR TÉCNICO O ROL ASIGNADO PARA CAPTURAR Y MEDIR LA INNOVACIÓN EN EL TIEMPO.EXPERIENCIA DEL CLIENTE (AF2): EL 78% DE LAS EMPRESAS DE LA MUESTRA OPERA SIMULTÁNEAMENTE EN CANALES FÍSICOS Y DIGITALES, PERO EL 84% DE ELLAS CARECE DE MAPAS DE EXPERIENCIA O SERVICE BLUEPRINT, PROVOCANDO QUE UN 35% DE LOS PROSPECTOS SE PIERDAN POR DEMORAS Y FRICCIONES EN LA ATENCIÓN.MUJERES EMPRENDEDORAS (AF3): EL 90% DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS RURALES LIDERADAS POR MUJERES BASA SU COMERCIALIZACIÓN EN LA INFORMALIDAD LOCAL; NINGUNA POSEE SU PROPUESTA DE VALOR ESTRUCTURADA POR ESCRITO NI HA RECIBIDO ENTRENAMIENTO EN TÉCNICAS DE PITCH.GERENCIA AUMENTADA Y ADOPCIÓN DE IA (AF4 Y AF5): EL 100% DE LOS PERFILES ESTRATÉGICOS AFIRMA USAR IA DE FORMA MASIVA Y SUPERFICIAL (CHATBOTS), Y EL 85% HA FINANCIADO ALGÚN PILOTO AISLADO. SIN EMBARGO, EL 91% DE LOS DIRECTIVOS, MANDOS MEDIOS Y OPERARIOS DESCONOCE CÓMO AUDITAR LA MADUREZ O EL GOBIERNO DE DATOS DE SU EMPRESA, TRABAJANDO SIN UN MARCO DE DIAGNÓSTICO EN CINCO DIMENSIONES.
RESULTADOS CUALITATIVOS
EN LAS ENTREVISTAS Y GRUPOS FOCALES DEL DIAGNÓSTICO, LOS EQUIPOS CONSULTADOS VALIDARON LAS NECESIDADES DE FORMACIÓN DE LA SIGUIENTE MANERA: FALTA DE MÉTODO FRENTE A LA INTUICIÓN: LOS DIRECTIVOS MANIFESTARON FRUSTRACIÓN AL ADMITIR QUE LAS INNOVACIONES NACEN DE "REACCIONES INMEDIATAS A LA COMPETENCIA" Y QUE LAS HERRAMIENTAS DE IA ADQUIRIDAS NO ESCALAN PORQUE LOS FLUJOS DE DATOS INTERNOS ESTÁN FRAGMENTADOS.INCONSISTENCIA Y

FRICCIÓN COMERCIAL: LOS TRABAJADORES OPERATIVOS DE SERVICIO AL CLIENTE Y VENTAS REPORTARON QUE CADA COLABORADOR ATIENDE "A SU MANERA", GENERANDO INCONSISTENCIAS GRAVES EN PRECIOS Y RESPUESTAS ENTRE WHATSAPP Y EL PUNTO FÍSICO, LO QUE DESTRUYE LA CONFIANZA DEL CLIENTE.INVISIBILIZACIÓN DEL PATRIMONIO RURAL: EN CAUCA Y NARIÑO, LAS LIDERESAS TRADICIONALES EXPRESARON QUE DOMINAN SÓLIDAMENTE EL "HACER" TÉCNICO (OFICIO ARTESANAL/GASTRONÓMICO), PERO EXPERIMENTAN ALTA INSEGURIDAD EN EL "COMUNICAR Y VENDER", LIMITANDO SU ACCESO A MERCADOS DE MAYOR VALOR.CONCLUSIÓN
EL DIAGNÓSTICO DEMUESTRA QUE LA BRECHA DEL TEJIDO MULTISECTORIAL NO ES LA FALTA DE CREATIVIDAD O EL ACCESO FINANCIERO A LA TECNOLOGÍA, SINO LA AUSENCIA DE UN MÉTODO PROPIO PARA ESTRUCTURAR PROCESOS, COMUNICAR EL VALOR DE LO NUEVO Y GOBERNAR LA INFORMACIÓN. ESTOS DATOS INTERNOS JUSTIFICAN PLENAMENTE EL DISEÑO APLICADO Y NO REPETITIVO DE LAS CINCO ACCIONES DE FORMACIÓN PROPUESTAS PARA LA VIGENCIA 2026.

Necesidades o problemas puntuales detectados

5 necesidad(es)

N.º	NECESIDAD / PROBLEMA DETECTADO	BENEFICIARIOS
1	NECESIDAD AF1: LAS EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL, LAS DE SU CADENA PRODUCTIVA Y LAS UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR VINCULADAS A SU ECOSISTEMA INTRODUCEN MEJORAS Y NOVEDADES EN SUS PRODUCTOS O PROCESOS DE MANERA INTUITIVA Y AISLADA, SIN UN MÉTODO PARA IDENTIFICAR PROBLEMAS REALES DE SUS CLIENTES, COMUNICAR EL VALOR DE LO QUE CAMBIAN, NI UN SISTEMA QUE LES PERMITA SOSTENER LA INNOVACIÓN EN EL TIEMPO, LO QUE LIMITA SU CRECIMIENTO Y SU CAPACIDAD DE DIFERENCIARSE FRENTE A LA COMPETENCIA.	3.000
2	NECESIDAD AF2: LAS MIPYMES AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL Y LAS DE SU CADENA PRODUCTIVA GESTIONAN LA EXPERIENCIA DE SUS CLIENTES DE MANERA FRAGMENTADA E INTUITIVA, SIN UN MÉTODO QUE LES PERMITA DISEÑARLA, OPERARLA DE FORMA CONSISTENTE ENTRE CANALES FÍSICOS Y DIGITALES, Y MEDIR SU RESULTADO, LO QUE AFECTA SU FIDELIZACIÓN, SU REPUTACIÓN COMERCIAL Y SU COMPETITIVIDAD FRENTE A ORGANIZACIONES QUE SÍ GESTIONAN LA EXPERIENCIA DE FORMA ESTRUCTURADA Y COHERENTE EN CADA PUNTO DE CONTACTO CON EL CLIENTE.	1.500
3	NECESIDAD AF3: LAS MUJERES LÍDERES DE UNIDADES PRODUCTIVAS EN CAUCA Y NARIÑO —VINCULADAS A PRÁCTICAS AGROPECUARIAS, ARTESANALES, TURÍSTICAS Y GASTRONÓMICAS TRADICIONALES— ENFRENTAN DIFICULTADES PARA TRADUCIR SU PROPÓSITO PERSONAL Y SU PATRIMONIO CULTURAL EN UNA PROPUESTA DE VALOR CLARA Y EN UNA COMUNICACIÓN COMERCIAL PERSUASIVA, LO QUE LIMITA SU CAPACIDAD DE POSICIONAR SUS EMPRENDIMIENTOS, ACCEDER A NUEVOS MERCADOS Y SER RECONOCIDAS COMO AGENTES ECONÓMICAS VISIBLES EN SUS TERRITORIOS.	100
4	NECESIDAD AF4: LOS GERENTES Y PERFILES ESTRATÉGICOS DE LAS EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL Y DE SU CADENA PRODUCTIVA ENFRENTAN RETOS EMPRESARIALES COMPLEJOS Y DIVERSOS (COMERCIALES, OPERATIVOS, DE ABASTECIMIENTO O DE TALENTO) SIN CONTAR CON AGENTES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL DISEÑADOS A LA MEDIDA DE SU PROPIO NEGOCIO, LO QUE LIMITA SU CAPACIDAD DE TOMAR DECISIONES ÁGILES, BASADAS EN DATOS, Y DE ANTICIPARSE A LOS CAMBIOS DE UN ENTORNO EMPRESARIAL CADA VEZ MÁS COMPETITIVO.	100
5	NECESIDAD AF5:UN NÚMERO CRECIENTE DE EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL, ASÍ COMO DE SU CADENA PRODUCTIVA, HA INVERTIDO EN HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL —CHATBOTS, GENERADORES DE CONTENIDO, ASISTENTES DE ANÁLISIS— SIN LOGRAR RESULTADOS SOSTENIBLES EN EL TIEMPO, AL CARECER DE UN MODELO OPERATIVO, UN GOBIERNO DE DATOS Y UNA CAPACIDAD DECISORIA QUE TRADUZCAN DICHA INVERSIÓN EN UNA VENTAJA COMPETITIVA REAL PARA LA ORGANIZACIÓN, SU CADENA PRODUCTIVA Y EL SECTOR QUE REPRESENTA EL GREMIO.	1.500

Objetivo general del proyecto

OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO

FORTALECER LAS CAPACIDADES EN INNOVACIÓN SISTEMÁTICA, GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE, VALORIZACIÓN COMERCIAL DEL PATRIMONIO CULTURAL Y ADOPCIÓN ESTRATÉGICA DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL, SUS CADENAS DE VALOR Y LAS UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR Y CAMPESINA VINCULADAS A SU ECOSISTEMA. ESTO SE LOGRARÁ

MEDIANTE ACCIONES DE FORMACIÓN APLICADAS Y DE ALTO IMPACTO TÉCNICO, ESTRUCTURADAS PARA CERRAR LAS BRECHAS ORGANIZACIONALES, OPERATIVAS Y DE COMUNICACIÓN IDENTIFICADAS EN EL DIAGNÓSTICO DEL TEJIDO EMPRESARIAL. EL PROYECTO BUSCA TRANSFORMAR LA GESTIÓN INTUITIVA EN PROCESOS ESTRUCTURADOS, IMPULSANDO DE MANERA SOSTENIBLE LA PRODUCTIVIDAD, LA TOMA DE DECISIONES BASADA EN DATOS, LA COMPETITIVIDAD COMERCIAL Y LA INCLUSIÓN PRODUCTIVA DE LOS TRABAJADORES EN LOS DIFERENTES NIVELES OCUPACIONALES.

Plan operativo del proyecto de formación

Resumen de las acciones de formación

AF	ACCIÓN DE FORMACIÓN	MODALIDAD	EVENTO	GRUPOS	HORAS	BENEF.	COFIN. SENA	ESPECIE	DINERO	VALOR TOTAL AF	VALOR H×BENEF.
1	SISTEMAS DE INNOVACIÓN: DE LA IDEA AL MERCADO PARA UNIDADES PRODUCTIVAS	VIRTUAL	CURSO	20	20	1.000	$ 550.422.990	$ 0	$ 137.621.704	**$ 688.044.694**	$ 33.887
2	EXPERIENCIA DEL CLIENTE CON IA: DISEÑO Y GESTIÓN CENTRADA EN EL CLIENTE PARA MIPYMES	VIRTUAL	CURSO	10	40	500	$ 555.913.620	$ 0	$ 138.987.735	**$ 694.901.355**	$ 34.225
3	DE LA TRADICIÓN AL MERCADO: PROPÓSITO, PROPUESTA DE VALOR Y COMUNICACIÓN PARA MUJERES EMPRENDEDORAS	PRESENCIAL	TALLER	1	6	20	$ 8.555.800	$ 0	$ 2.140.145	**$ 10.695.945**	$ 87.798
4	GERENCIA AUMENTADA: DISEÑA TU AGENTE DE IA PARA CUALQUIER RETO DE TU EMPRESA	PRESENCIAL	TALLER-BOOTCAMP	1	16	10	$ 28.952.400	$ 0	$ 7.256.130	**$ 36.208.530**	$ 222.915
5	NO BASTA CON COMPRAR IA: CÓMO SE CONSTRUYE UNA ORGANIZACIÓN QUE COMPITE CON IA	PRESENCIAL HÍBRIDA	CONFERENCIA	2	2	360	$ 6.888.990	$ 0	$ 1.800.486	**$ 8.689.476**	$ 11.888
Totales				**34**		**1.890**	**$ 1.150.733.800**	**$ 0**	**$ 287.806.200**	**$ 1.438.540.000**	

Las columnas de valor incluyen Acción de Formación + Gastos de Operación + Transferencia. Valor hora × beneficiario = (Valor AF + G.O.) / (N.º beneficiarios × horas por grupo). En puesto de trabajo real se usan 8 horas.

Ir a una acción de formación

1 SISTEMAS DE INNOVACIÓN: DE LA I…
2 EXPERIENCIA DEL CLIENTE CON IA: …
3 DE LA TRADICIÓN AL MERCADO: PR…
4 GERENCIA AUMENTADA: DISEÑA TU …
5 NO BASTA CON COMPRAR IA: CÓM…

Acciones de formación — detalle completo

1

ACCIÓN DE FORMACIÓN 1 DE LA FORMULACIÓN

↑ VOLVER AL LISTADO DE AF

SISTEMAS DE INNOVACIÓN: DE LA IDEA AL MERCADO PARA UNIDADES PRODUCTIVAS

CURSO | VIRTUAL | 20 grupo(s) | 1.000 beneficiarios

Valor total AF

$ 688.044.694

INFORMACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

CONSECUTIVO

1

NECESIDAD ASOCIADA (N.º)

1

DIAGNÓSTICO ASOCIADO (N.º)

1

ENFOQUE DE LA AF

FORMACIÓN PARA MIPYMES

PROBLEMA O NECESIDAD DETECTADA

NECESIDAD AF1: LAS EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL, LAS DE SU CADENA PRODUCTIVA Y LAS UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR VINCULADAS A SU ECOSISTEMA INTRODUCEN MEJORAS Y NOVEDADES EN SUS PRODUCTOS O PROCESOS DE MANERA INTUITIVA Y AISLADA, SIN UN MÉTODO PARA IDENTIFICAR PROBLEMAS REALES DE SUS CLIENTES, COMUNICAR EL VALOR DE LO QUE CAMBIAN, NI UN SISTEMA QUE LES PERMITA SOSTENER LA INNOVACIÓN EN EL TIEMPO, LO QUE LIMITA SU CRECIMIENTO Y SU CAPACIDAD DE DIFERENCIARSE FRENTE A LA COMPETENCIA.

JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DETECTADA

LAS EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL, LAS EMPRESAS DE SU CADENA PRODUCTIVA Y LAS UNIDADES PRODUCTIVAS DE ECONOMÍA POPULAR VINCULADAS A SU ECOSISTEMA —MICROEMPRESAS, NEGOCIOS FAMILIARES, MIPYMES Y EMPRENDIMIENTOS DE DISTINTOS SECTORES— INTRODUCEN CON FRECUENCIA CAMBIOS Y MEJORAS EN SUS PRODUCTOS, PROCESOS O FORMA DE ATENDER AL CLIENTE, PERO LO HACEN DE MANERA INTUITIVA, AISLADA Y SIN UN MÉTODO QUE LES PERMITA IDENTIFICAR CON PRECISIÓN QUÉ PROBLEMA REAL ESTÁN RESOLVIENDO, CÓMO COMUNICAR ESE CAMBIO DE FORMA EFECTIVA ANTE EL MERCADO, NI CÓMO SOSTENER ESE PROCESO DE INNOVACIÓN DE MANERA CONTINUA Y ORDENADA EN EL TIEMPO.

ESTE CURSO ATIENDE DICHA NECESIDAD AL OFRECER AL CONJUNTO DE BENEFICIARIOS —AFILIADOS, EMPRESAS DE CADENA PRODUCTIVA Y UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR POR IGUAL— UN RECORRIDO FORMATIVO INTEGRAL QUE INICIA CON LA COMUNICACIÓN EFECTIVA DE LA NOVEDAD (UT1), CONTINÚA CON LA IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS REALES Y LA CO-CREACIÓN DE SOLUCIONES VALIDADAS CON EL PROPIO ENTORNO (UT2), Y CULMINA CON EL DISEÑO DE UN SISTEMA SIMPLE Y SOSTENIBLE DE INNOVACIÓN DENTRO DE CADA ORGANIZACIÓN, CON ROLES Y RESPONSABILIDADES CLARAS ENTRE SUS NIVELES DIRECTIVO, MEDIO Y OPERATIVO (UT3), COMPLEMENTADO CON LA UNIDAD TRANSVERSAL OBLIGATORIA SOBRE ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS Y ECONOMÍA POPULAR (UT4).

DADA SU NATURALEZA DE CURSO VIRTUAL DE 20 HORAS, LA FORMACIÓN ATIENDE LA NECESIDAD IDENTIFICADA DE MANERA PARCIAL: ENTREGA A CADA PARTICIPANTE UN MÉTODO APLICADO DE IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS, COMUNICACIÓN DE LA INNOVACIÓN Y DISEÑO DE UN SISTEMA BÁSICO DE MEJORA CONTINUA, SIN AGOTAR EL ACOMPAÑAMIENTO DE MEDIANO PLAZO QUE REQUERIRÍA LA CONSOLIDACIÓN TÉCNICA Y FINANCIERA DEFINITIVA DE CADA INNOVACIÓN IMPLEMENTADA, NI LA PROFUNDIZACIÓN SECTORIAL ESPECÍFICA QUE CADA TIPO DE EMPRESA BENEFICIARIA PODRÍA REQUERIR,

ASPECTOS QUE EXCEDEN EL ALCANCE DE UN EVENTO DE FORMACIÓN DE ESTA DURACIÓN.
DATOS INTERNOS GREMIO
DATO CUALITATIVO INTERNO: EN LAS MESAS DE DIAGNÓSTICO DEL COMITÉ DE LÍDERES, EL 85% DE LOS EMPRESARIOS DE LA CADENA PRODUCTIVA ADMITIÓ QUE SUS MEJORAS SON INTUITIVAS Y QUE "NO SABEN CÓMO VENDER EL CAMBIO AL CLIENTE", LO QUE VALIDA DIRECTAMENTE LA NECESIDAD DE LA UT1 (COMUNICACIÓN) Y UT2 (IDEACIÓN).
DATO CUANTITATIVO INTERNO: EL DIAGNÓSTICO DE MADUREZ OPERATIVA DEL GREMIO REVELA QUE 8 DE CADA 10 INNOVACIONES O MODIFICACIONES LANZADAS POR LAS MIPYMES Y UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR DEL ECOSISTEMA SON ABANDONADAS O PASAN DESAPERCIBIDAS EN LOS PRIMEROS 6 MESES. ESTO SE DEBE A QUE EL 92% DE ESTAS ORGANIZACIONES CARECE DE UN SISTEMA BÁSICO DE CAPTURA DE IDEAS Y NO REALIZA NINGUNA MEDICIÓN TÉCNICA DE RECOMPRA O RECOMENDACIÓN ANTES DE INVERTIR RECURSOS.
DATOS FUENTE EXTERNAS
DATO CUALITATIVO: DE ACUERDO CON EL DANE, LAS ECONOMÍAS POPULARES AGRUPAN EL CONJUNTO DE OFICIOS Y ACTIVIDADES PRODUCTIVAS, COMERCIALES, DE SERVICIOS Y COMUNITARIAS DESARROLLADAS POR UNIDADES ECONÓMICAS DE BAJA ESCALA, PERSONALES, FAMILIARES O MICRONEGOCIOS, CUYOS ACTORES TRABAJAN DE MANERA INDIVIDUAL O ASOCIATIVA, INTEGRANDO PRÁCTICAS MERCANTILES Y NO MERCANTILES QUE SOSTIENEN LOS MODOS DE VIDA POPULARES; ESTA HETEROGENEIDAD Y BAJA ESCALA DIFICULTA LA ADOPCIÓN DE METODOLOGÍAS FORMALES DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL, UN RETO QUE SE EXTIENDE TAMBIÉN A BUENA PARTE DE LAS MIPYMES COLOMBIANAS, CON ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES IGUALMENTE LIMITADAS PARA SISTEMATIZAR PROCESOS DE MEJORA CONTINUA. FUENTE: ANEXO DEL ACUERDO SENA 009 DE 2023, DEFINICIÓN DE ECONOMÍA POPULAR.
DATO CUANTITATIVO: SEGÚN EL DANE, EL SECTOR INFORMAL —QUE INCLUYE BUENA PARTE DE LAS UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR— CONCENTRA UNA PROPORCIÓN SIGNIFICATIVA DEL EMPLEO EN COLOMBIA, PARTICULARMENTE EN CIUDADES INTERMEDIAS Y ZONAS RURALES DE DEPARTAMENTOS COMO CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ, MIENTRAS QUE EL 40% DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COLOMBIANAS NO TIENE PLANES DE INCORPORAR HERRAMIENTAS NI PROCESOS SISTEMÁTICOS DE INNOVACIÓN EN EL CORTO O MEDIANO PLAZO (CINTEL, 2026), LO QUE EVIDENCIA QUE LA BRECHA DE SISTEMATIZACIÓN DE LA INNOVACIÓN ATRAVIESA TANTO A LA ECONOMÍA POPULAR COMO AL CONJUNTO DE LAS MIPYMES FORMALES DEL PAÍS. FUENTES: DANE, GRAN ENCUESTA INTEGRADA DE HOGARES (GEIH); CINTEL, “IA: LA BRECHA DE LA PREPARACIÓN” (2026).
¿EL PROBLEMA/NECESIDAD SE ATIENDE PARCIAL O TOTAL?
PARCIAL. EL CURSO ENTREGA A CADA PARTICIPANTE UN MÉTODO APLICADO DE IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS, COMUNICACIÓN DE LA INNOVACIÓN Y DISEÑO DE UN SISTEMA BÁSICO DE MEJORA CONTINUA; LA CONSOLIDACIÓN TÉCNICA Y FINANCIERA DE MEDIANO PLAZO DE CADA INNOVACIÓN EXCEDE EL ALCANCE DE UN CURSO DE 20 HORAS.

CAUSAS DEL PROBLEMA O NECESIDAD

1. AUSENCIA DE UN MÉTODO ESTRUCTURADO PARA IDENTIFICAR PROBLEMAS REALES DEL CLIENTE, LO QUE LLEVA A QUE LAS EMPRESAS AFILIADAS, LAS DE SU CADENA PRODUCTIVA Y LAS UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR INTRODUZCAN CAMBIOS BASADOS EN INTUICIÓN Y NO EN UNA NECESIDAD VERIFICADA.
2. ESCASA FORMACIÓN EN COMUNICACIÓN EFECTIVA DE LA NOVEDAD, LO QUE IMPIDE QUE LAS MEJORAS INTRODUCIDAS SEAN PERCIBIDAS Y VALORADAS POR EL CLIENTE COMO ALGO REALMENTE DIFERENTE, INDEPENDIENTEMENTE DEL TAMAÑO O FORMALIDAD DE LA ORGANIZACIÓN.
3. FALTA DE MECANISMOS SENCILLOS Y ACCESIBLES DE CAPTURA CONTINUA DE IDEAS Y DE MEDICIÓN DEL RESULTADO DE UNA INNOVACIÓN, LO QUE HACE QUE LAS MEJORAS SE PIERDAN EN EL TIEMPO O NO SE

REPLIQUEN SI FUNCIONAN, TANTO EN MIPYMES FORMALES COMO EN UNIDADES DE MENOR ESCALA.
4. BAJA EXPOSICIÓN A METODOLOGÍAS DE INNOVACIÓN ADAPTADAS A ORGANIZACIONES DE DISTINTO TAMAÑO Y GRADO DE FORMALIZACIÓN, DADO QUE LA MAYORÍA DE LA OFERTA FORMATIVA EN INNOVACIÓN EMPRESARIAL ESTÁ DISEÑADA EXCLUSIVAMENTE PARA EMPRESAS GRANDES Y CON ESTRUCTURAS CONSOLIDADAS.
ESTAS CAUSAS EVIDENCIAN QUE LA BRECHA IDENTIFICADA NO RESPONDE A UNA FALTA DE CREATIVIDAD O DE CAPACIDAD DE MEJORA POR PARTE DE LOS BENEFICIARIOS QUE DE HECHO INNOVAN CON FRECUENCIA DE MANERA INTUITIVA, SINO A LA AUSENCIA DE UN MÉTODO ACCESIBLE PARA IDENTIFICAR PROBLEMAS REALES, COMUNICAR EL CAMBIO Y SOSTENER LA INNOVACIÓN EN EL TIEMPO, APLICABLE TANTO A EMPRESAS AFILIADAS Y DE CADENA PRODUCTIVA COMO A UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR.

EFECTOS DEL PROBLEMA O NECESIDAD

1. PERSISTENCIA DE MEJORAS Y CAMBIOS INTRODUCIDOS POR LAS EMPRESAS Y UNIDADES PRODUCTIVAS QUE NO LOGRAN SER PERCIBIDOS NI VALORADOS POR EL CLIENTE, AL NO COMUNICARSE DE MANERA EFECTIVA EL ELEMENTO DIFERENCIAL DE LA INNOVACIÓN.
2. PÉRDIDA DE OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO, AL NO CONTAR CON UN MÉTODO PARA IDENTIFICAR CUÁLES PROBLEMAS DEL CLIENTE SON REALMENTE PRIORITARIOS Y MERECEN SER RESUELTOS PRIMERO, EN ORGANIZACIONES DE CUALQUIER TAMAÑO.
3. DISCONTINUIDAD DE LOS PROCESOS DE MEJORA: LAS INNOVACIONES QUE SÍ FUNCIONAN NO SE REPITEN NI SE FORTALECEN POR FALTA DE UN SISTEMA SIMPLE DE SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE RESULTADOS, NI DE ROLES CLAROS QUE SOSTENGAN EL PROCESO EN EL TIEMPO.
4. MENOR COMPETITIVIDAD DEL CONJUNTO DE EMPRESAS AFILIADAS, EMPRESAS DE CADENA PRODUCTIVA Y UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR FRENTE A ORGANIZACIONES QUE SÍ CUENTAN CON PROCESOS FORMALES DE INNOVACIÓN, AMPLIANDO LA BRECHA DE PRODUCTIVIDAD DENTRO DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL REPRESENTADO POR EL GREMIO.
DE NO EJECUTARSE ESTE CURSO, ESTOS EFECTOS SE MANTENDRÁN, LIMITANDO LA CAPACIDAD DEL CONJUNTO DE BENEFICIARIOS (AFILIADOS, CADENA PRODUCTIVA Y ECONOMÍA POPULAR POR IGUAL) PARA DIFERENCIARSE, CRECER Y SOSTENER EN EL TIEMPO LAS MEJORAS QUE YA VIENEN INTENTANDO INTRODUCIR DE MANERA INTUITIVA.

OBJETIVO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

DOTAR AL CONJUNTO DE EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL, A LAS EMPRESAS DE SU CADENA PRODUCTIVA Y A LAS UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR VINCULADAS A SU ECOSISTEMA DE UN MÉTODO APLICADO PARA IDENTIFICAR PROBLEMAS REALES DE SUS CLIENTES, COMUNICAR CON CLARIDAD EL VALOR DE SUS INNOVACIONES, Y DISEÑAR UN SISTEMA SIMPLE, SOSTENIBLE Y CON ROLES CLAROS DE MEJORA CONTINUA DENTRO DE SU PROPIA ORGANIZACIÓN.
JUSTIFICACIÓN PARA QUÉ LA FORMACIÓN
PARA LOS TRABAJADORES:
• APRENDER A IDENTIFICAR PROBLEMAS REALES DE SUS CLIENTES A PARTIR DE SU PROPIA EXPERIENCIA PRODUCTIVA, EN LUGAR DE INNOVAR POR INTUICIÓN, SIN IMPORTAR EL TAMAÑO O FORMALIDAD DE SU ORGANIZACIÓN.
• DESARROLLAR LA CAPACIDAD DE COMUNICAR CON CLARIDAD Y CONFIANZA EL ELEMENTO INNOVADOR DE SU PRODUCTO O SERVICIO ANTE CLIENTES CADA VEZ MÁS EXIGENTES.
• DISEÑAR, JUNTO CON SU EQUIPO DIRECTIVO, MEDIO Y OPERATIVO, UN SISTEMA SIMPLE, PROPIO Y SOSTENIBLE PARA CAPTURAR IDEAS Y MEDIR EL RESULTADO DE SUS INNOVACIONES EN EL TIEMPO.

PARA LAS EMPRESAS:
• CONTAR CON UN MÉTODO REPLICABLE PARA PRIORIZAR QUÉ PROBLEMAS RESOLVER PRIMERO, OPTIMIZANDO EL USO DE RECURSOS LIMITADOS, TANTO EN MIPYMES FORMALES COMO EN UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR.
• MEJORAR SU CAPACIDAD DE DIFERENCIACIÓN FRENTE A OTRAS ORGANIZACIONES SIMILARES, A PARTIR DE UNA COMUNICACIÓN EFECTIVA DE SU VALOR INNOVADOR.
• FORTALECER SU SOSTENIBILIDAD EN EL TIEMPO, AL CONTAR CON MECANISMOS SENCILLOS DE SEGUIMIENTO Y ROLES CLAROS QUE PERMITAN REPETIR LO QUE FUNCIONA Y DESCARTAR LO QUE NO.
EN FUNCIÓN DEL LOGRO PARA LOS TRABAJADORES Y LAS EMPRESAS A LAS QUE PERTENECEN, EL ALCANCE DEL OBJETIVO Y LA COHERENCIA CONTRA LA BRECHA IDENTIFICADA, SE TIENE:
ESTE OBJETIVO ES COMPLETAMENTE ALCANZABLE DEBIDO A QUE EL CURSO ENTREGA, EN UN FORMATO VIRTUAL DE 20 HORAS, UN MÉTODO APLICADO Y ACCESIBLE DE IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS, COMUNICACIÓN DE LA INNOVACIÓN Y DISEÑO DE UN SISTEMA BÁSICO DE MEJORA CONTINUA, COHERENTE CON LA ESCALA Y LA REALIDAD OPERATIVA TANTO DE LAS EMPRESAS AFILIADAS Y DE CADENA PRODU

DATOS DEL EVENTO

EVENTO DE FORMACIÓN
CURSO

MODALIDAD DE FORMACIÓN
VIRTUAL

METODOLOGÍA DE FORMACIÓN
TEÓRICO - PRÁCTICA

GRUPOS Y BENEFICIARIOS

N.º DE HORAS POR GRUPO
20

N.º DE GRUPOS
20

BENEFICIARIOS PRESENCIALES / GRUPO
0

BENEFICIARIOS VIRTUALES / GRUPO
50

TOTAL DE HORAS DE LA AF
400

TOTAL DE BENEFICIARIOS DE LA AF
1.000

PERFIL DE LOS BENEFICIARIOS

ÁREAS FUNCIONALES

DIRECCIÓN | INNOVACIÓN | PRODUCCIÓN | VENTAS | MARKETING

JUSTIFICACIÓN DE ÁREAS FUNCIONALES

EL CURSO ESTÁ DIRIGIDO A UN PÚBLICO AMPLIO QUE INCLUYE TANTO A EMPRESAS AFILIADAS Y DE CADENA PRODUCTIVA DEL GRUPO MULTISECTORIAL CON ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES MÁS CONSOLIDADAS COMO A UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR, DONDE UNA MISMA PERSONA SUELE ASUMIR SIMULTÁNEAMENTE VARIAS FUNCIONES DENTRO DEL NEGOCIO. EN CONSONANCIA CON ESTA REALIDAD DIVERSA Y CON EL CONTENIDO DEL CURSO, SE PRIORIZAN LAS SIGUIENTES ÁREAS FUNCIONALES:

JUSTIFICACIÓN POR ÁREA PRIORIZADA:
• DIRECCIÓN: SON QUIENES DECIDEN QUÉ INNOVACIONES PRIORIZAR Y CÓMO DESTINAR LOS RECURSOS DISPONIBLES PARA IMPLEMENTARLAS, TANTO EN EMPRESAS FORMALES COMO EN UNIDADES DE MENOR ESCALA.
• INNOVACIÓN: EL CURSO DESARROLLA DIRECTAMENTE LA CAPACIDAD DE IDENTIFICAR PROBLEMAS, GENERAR SOLUCIONES Y DISEÑAR UN SISTEMA DE MEJORA CONTINUA, FUNCIONES PROPIAS DE ESTA ÁREA AUN CUANDO NO EXISTA COMO CARGO FORMAL EN ORGANIZACIONES DE MENOR TAMAÑO.
• PRODUCCIÓN: AL SER QUIENES EJECUTAN DIRECTAMENTE EL PRODUCTO O SERVICIO, DEBEN PODER TRADUCIR LOS CAMBIOS TÉCNICOS U OPERATIVOS QUE INTRODUCEN EN UN RELATO DE VALOR COMPRENSIBLE PARA EL CLIENTE.
• VENTAS: LA COMUNICACIÓN EFECTIVA DE LA NOVEDAD DESARROLLADA EN LA UT1 ES UNA HABILIDAD DIRECTAMENTE APLICABLE AL CIERRE DE VENTAS Y A LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN EL DÍA A DÍA DE CUALQUIER ORGANIZACIÓN.
• MARKETING: LA CONSTRUCCIÓN DEL RELATO DE “ANTES Y DESPUÉS” Y LA IDENTIFICACIÓN DE ELEMENTOS DIFERENCIADORES SON, EN ESENCIA, EJERCICIOS DE POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIÓN DE MARCA APLICABLES TANTO A MIPYMES CONSOLIDADAS COMO A UNIDADES PRODUCTIVAS DE ECONOMÍA POPULAR.

NIVELES OCUPACIONALES

ALTA DIRECCIÓN | MEDIO | OPERATIVO

JUSTIFICACIÓN DE NIVELES OCUPACIONALES

DADA LA DIVERSIDAD DE ORGANIZACIONES CONVOCADAS EMPRESAS AFILIADAS Y DE CADENA PRODUCTIVA CON ESTRUCTURAS MÁS CONSOLIDADAS, JUNTO CON MICROEMPRESAS Y UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR DE MENOR ESCALA, EL CURSO CONVOCA A LOS TRES NIVELES OCUPACIONALES, RECONOCIENDO QUE LA CAPACIDAD DE INNOVAR Y SOSTENERLA EN EL TIEMPO REQUIERE LA ARTICULACIÓN DE QUIENES DECIDEN, QUIENES COORDINAN Y QUIENES EJECUTAN.
JUSTIFICACIÓN POR NIVEL OCUPACIONAL PRIORIZADO:
• ALTA DIRECCIÓN: PROPIETARIOS, GERENTES Y REPRESENTANTES LEGALES RESPONSABLES DE APROBAR LA ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA DE SU ORGANIZACIÓN; REQUIEREN EL CURSO PARA FORTALECER SU CAPACIDAD DE DECISIÓN SOBRE QUÉ INNOVACIONES PRIORIZAR, CÓMO COMUNICARLAS Y CÓMO MEDIR SUS RESULTADOS.
• NIVEL MEDIO: COORDINADORES, JEFES DE ÁREA Y LÍDERES DE PROCESO EN EMPRESAS AFILIADAS Y DE CADENA PRODUCTIVA CON ESTRUCTURAS MÁS CONSOLIDADAS; SU PARTICIPACIÓN GARANTIZA QUE EL SISTEMA DE INNOVACIÓN DISEÑADO EN LA UT3 CON ROLES Y RESPONSABILIDADES CLARAS SE PUEDA IMPLEMENTAR DE MANERA EFECTIVA MÁS ALLÁ DE LA DECISIÓN DIRECTIVA.
• NIVEL OPERATIVO: PERSONAS QUE EJECUTAN DIRECTAMENTE LAS LABORES PRODUCTIVAS, COMERCIALES O DE ATENCIÓN AL CLIENTE, TANTO EN MIPYMES COMO EN UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR DONDE CON FRECUENCIA UNA MISMA PERSONA ASUME FUNCIONES DIRECTIVAS Y OPERATIVAS A LA VEZ; EL CURSO LES PERMITE TRADUCIR SU CONOCIMIENTO TÉCNICO Y SU EXPERIENCIA COTIDIANA EN UN SISTEMA DE INNOVACIÓN APLICABLE DE INMEDIATO EN SU DÍA A DÍA.

OCUPACIONES CUOC

11200 - DIRECTORES Y GERENTES GENERALES | 14200 - GERENTES DE COMERCIOS AL POR MAYOR Y AL POR MENOR | 14399 - OTROS GERENTES Y ADMINISTRADORES DE SERVICIOS NO CLASIFICADOS EN OTRAS OCUPACIONES

12230 - DIRECTORES Y GERENTES DE INGENIERÍA, INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

12211 - DIRECTORES Y GERENTES DE VENTAS Y MERCADEO

33413 - SUPERVISORES Y COORDINADORES DE PROCESOS DE NEGOCIO, EMPLEADOS DE INFORMACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE

33392 - ASISTENTES DE MERCADEO, PUBLICIDAD Y COMUNICACIONES

13110 - DIRECTORES Y GERENTES DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA Y SILVICULTURA

94110 - COCINEROS DE COMIDAS RÁPIDAS

52110 - VENDEDORES EN QUIOSCOS Y PUESTOS DE MERCADO

96212 - MENSAJEROS

96220 - PERSONAS QUE REALIZAN TRABAJOS VARIOS

91290 - OTRO PERSONAL DE LIMPIEZA NO CLASIFICADOS EN OTRAS OCUPACIONES

DATOS NUMÉRICOS DE BENEFICIARIOS

TRABAJADORES MUJERES
100

EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD
0

EMPRESAS CON MODELO BIC
0

MIPYMES (SI APLICA)

N.º DE EMPRESAS MIPYMES
10

N.º DE TRABAJADORES DE EMPRESAS MIPYMES
100

JUSTIFICACIÓN MIPYMES Y TRABAJADORES A BENEFICIAR

EL GRUPO MULTISECTORIAL SE CONSOLIDA COMO UNO DE LOS GREMIOS EMPRESARIALES DE MAYOR TRAYECTORIA E INCIDENCIA EN EL SUROCCIDENTE COLOMBIANO: CON 15 AÑOS DE OPERACIÓN, AGRUPA A 35 ORGANIZACIONES DE LA REGIÓN PACÍFICA PERTENECIENTES A 23 SECTORES ECONÓMICOS, Y AGREMIA DIRECTAMENTE A MÁS DE 4.500 MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS. ESTA TRAYECTORIA Y REPRESENTATIVIDAD, VERIFICABLE A TRAVÉS DE SUS CANALES INSTITUCIONALES, SUSTENTA SU LEGITIMIDAD COMO INTERLOCUTOR DE LAS NECESIDADES REALES DEL TEJIDO EMPRESARIAL REGIONAL.
SU CAPACIDAD DE DIAGNÓSTICO MULTISECTORIAL ARTICULADA A TRAVÉS DEL OBSERVATORIO MIPYME Y SU COMITÉ DE LÍDERES DE LÍNEA, CONFORMADO POR MÁS DE 40 EXPERTOS SECTORIALES PERMITE IDENTIFICAR BRECHAS DE FORMACIÓN A PARTIR DE INFORMACIÓN REAL, VALIDADA Y CONTEXTUALIZADA. EN ESTE MARCO, LA PRESENTE ACCIÓN DE FORMACIÓN TIENE COMO GRUPO OBJETIVO A LAS EMPRESAS MIPYMES AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL, GARANTIZANDO QUE LOS CONTENIDOS PROPUESTOS RESPONDAN DE MANERA PERTINENTE A SUS NECESIDADES DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD.
LAS EMPRESAS MIPYME, JUNTO CON EL CONJUNTO DE EMPRESAS AFILIADAS Y DE CADENA PRODUCTIVA DEL GREMIO, CONSTITUYEN EL PÚBLICO OBJETIVO PRINCIPAL DE ESTE CURSO, FRENTE A UN SUBCONJUNTO ESPECÍFICO DE 60 UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR TAMBIÉN CONVOCADAS. EL CONTENIDO FUE DISEÑADO PENSANDO EN LA REALIDAD OPERATIVA COMÚN A AMBOS SEGMENTOS: INTRODUCEN MEJORAS Y NOVEDADES CON FRECUENCIA, PERO DE MANERA INTUITIVA, SIN UN MÉTODO ESTRUCTURADO DE IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS, COMUNICACIÓN DE VALOR Y SEGUIMIENTO DE RESULTADOS. EL CURSO, AL SER ACCESIBLE Y APLICABLE SIN REQUERIR ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES COMPLEJAS NI INVERSIÓN TECNOLÓGICA ADICIONAL, PERMITE A ESTAS MIPYMES SISTEMATIZAR PROCESOS DE INNOVACIÓN QUE HOY DEPENDEN EXCLUSIVAMENTE DE LA INTUICIÓN DE SU EQUIPO DIRECTIVO Y MEDIO.

PARA LAS PARTICIPANTES DE EMPRESAS MIPYME, EL APORTE SE TRADUCE EN UN MÉTODO REPLICABLE DE INNOVACIÓN APLICABLE DE INMEDIATO A SU NEGOCIO, CON ROLES Y RESPONSABILIDADES CLARAS ENTRE SUS NIVELES DIRECTIVO, MEDIO Y OPERATIVO; PARA LAS EMPRESAS, EL BENEFICIO SE REFLEJA EN UNA MAYOR CAPACIDAD DE DIFERENCIACIÓN COMERCIAL Y EN LA POSIBILIDAD DE SOSTENER EN EL TIEMPO LAS MEJORAS QUE INTRODUCEN, FORTALECIENDO SU COMPETITIVIDAD FRENTE A OTRAS ORGANIZACIONES DEL MISMO SECTOR Y CONTRIBUYENDO AL FORTALECIMIENTO DEL TEJIDO MIPYME QUE PERSIGUE LA CONVOCATORIA.

CADENA PRODUCTIVA (SI APLICA)

N.º DE EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA

10

N.º DE TRABAJADORES DE LA CADENA PRODUCTIVA

100

JUSTIFICACIÓN CADENA PRODUCTIVA

EXTENDER LA COBERTURA DE LA FORMACIÓN A LOS TRABAJADORES DE EMPRESAS QUE INTEGRAN LA CADENA PRODUCTIVA DE LOS AFILIADOS AL GRUPO MULTISECTORIAL CONSTITUYE UNA DECISIÓN ESTRATÉGICA ORIENTADA A FORTALECER EL ECOSISTEMA EMPRESARIAL MULTISECTORIAL EN SU CONJUNTO. ESTAS EMPRESAS PROVEEDORES, DISTRIBUIDORES, PRESTADORES DE SERVICIOS TECNOLÓGICOS Y DEMÁS ESLABONES DE SOPORTE AUNQUE NO OSTENTEN LA CALIDAD DE AFILIADAS DIRECTAS, INCIDEN DE MANERA DIRECTA EN LA PRODUCTIVIDAD, LA EFICIENCIA OPERATIVA Y LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES NÚCLEO DEL GREMIO, POR LO QUE SU FORTALECIMIENTO REDUNDA EN BENEFICIO DE TODO EL SECTOR PRODUCTIVO REPRESENTADO.
FORMAR CONJUNTAMENTE A LOS TRABAJADORES DE LA CADENA PRODUCTIVA PERMITE ALINEAR CAPACIDADES TÉCNICAS ENTRE ESLABONES, MEJORAR LA COORDINACIÓN INTEREMPRESARIAL, ACELERAR LA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES A LO LARGO DE TODA LA CADENA, Y CONSOLIDAR RELACIONES DE COOPERACIÓN MÁS ÁGILES, CONTINUAS Y SOSTENIBLES EN EL TIEMPO. DE ESTA MANERA, LA ACCIÓN DE FORMACIÓN NO SOLO RESPONDE A LA NECESIDAD PUNTUAL IDENTIFICADA EN LA EMPRESA/GREMIO, SINO QUE PROMUEVE ACTIVAMENTE LA ARTICULACIÓN ENTRE EMPRESAS, PROVEEDORES Y DEMÁS ACTORES DE LA CADENA PRODUCTIVA, EN LÍNEA CON EL PROPÓSITO DE FORTALECER LA COMPETITIVIDAD TERRITORIAL Y SECTORIAL QUE PERSIGUE LA CONVOCATORIA.
EN ESTE CURSO, LA CADENA PRODUCTIVA INCLUYE PROVEEDORAS DE INSUMOS, ALIADAS COMERCIALES Y PRESTADORAS DE SERVICIOS QUE INTERACTÚAN DIRECTAMENTE CON LAS UNIDADES PRODUCTIVAS DE ECONOMÍA POPULAR Y LAS MIPYMES BENEFICIARIAS. SU INCLUSIÓN PERMITE QUE EL MÉTODO DE IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS Y COMUNICACIÓN DE LA INNOVACIÓN SE APLIQUE DE MANERA COHERENTE A LO LARGO DE TODO EL CIRCUITO PRODUCTIVO, EVITANDO QUE LOS AVANCES LOGRADOS POR UNA UNIDAD PRODUCTIVA SE VEAN LIMITADOS POR LA FALTA DE ALINEACIÓN CON SUS PROVEEDORES O ALIADOS COMERCIALES DIRECTOS.

ECONOMÍA CAMPESINA (SI APLICA)

N.º DE TRABAJADORES DE LA ECONOMÍA CAMPESINA

NO APLICA

JUSTIFICACIÓN TRABAJADORES ECONOMÍA CAMPESINA

NO APLICA

ECONOMÍA POPULAR (SI APLICA)

N.º DE TRABAJADORES DE LA ECONOMÍA POPULAR

60

JUSTIFICACIÓN TRABAJADORES ECONOMÍA POPULAR

DE LOS 1.000 BENEFICIARIOS DE ESTE CURSO, 60 CORRESPONDEN A NEGOCIOS Y MICRONEGOCIOS DE ECONOMÍA POPULAR, VINCULADOS AL ECOSISTEMA DEL GRUPO MULTISECTORIAL SIN SER NECESARIAMENTE AFILIADOS DIRECTOS. SU INCLUSIÓN, SIN QUE EL CURSO ESTÉ CERRADO EXCLUSIVAMENTE A ESTA POBLACIÓN, RESPONDE A QUE EL MÉTODO DE IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS, COMUNICACIÓN DE LA INNOVACIÓN Y DISEÑO DE UN SISTEMA SIMPLE DE MEJORA CONTINUA ES IGUALMENTE APLICABLE A UNIDADES DE BAJA ESCALA, SIN REQUERIR CONOCIMIENTOS TÉCNICOS AVANZADOS, ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES COMPLEJAS NI INVERSIÓN ADICIONAL. ESTA PARTICIPACIÓN CONJUNTA CON EMPRESAS AFILIADAS Y DE CADENA PRODUCTIVA DE MAYOR FORMALIDAD ENRIQUECE EL INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS ENTRE DISTINTOS NIVELES DE DESARROLLO EMPRESARIAL, Y CONTRIBUYE A LA INCLUSIÓN PRODUCTIVA Y AL CIERRE DE BRECHAS DE CAPITAL HUMANO QUE PERSIGUE LA CONVOCATORIA, SIN QUE ELLO IMPLIQUE RESTRINGIR EL ALCANCE DEL CURSO A UN ÚNICO SEGMENTO POBLACIONAL.

SECTORES Y SUBSECTORES DEL BENEFICIARIO

SECTOR(ES) AL QUE PERTENECEN LOS BENEFICIARIOS

SERVICIOS | COMERCIO | INDUSTRIAL | TRANSVERSAL

SUBSECTOR(ES) AL QUE PERTENECEN LOS BENEFICIARIOS

TRANSVERSAL | COMERCIO | INDUSTRIA | SERVICIOS

CLASIFICACIÓN DE LA AF POR SECTOR(ES)

SERVICIOS

CLASIFICACIÓN DE LA AF POR SUBSECTOR(ES)

TRANSVERSAL

JUSTIFICACIÓN DE SECTORES Y SUBSECTORES

EL GRUPO MULTISECTORIAL AGREMIA EMPRESAS CON PRESENCIA PREDOMINANTE EN EL SECTOR SERVICIOS (CONSULTORÍA EMPRESARIAL, CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, MERCADEO, TECNOLOGÍA, RECURSOS HUMANOS Y LOGÍSTICA), SEGUIDO DE LOS SECTORES INDUSTRIA, COMERCIO, SALUD, EDUCACIÓN, TRANSPORTE, AGROINDUSTRIA Y TURISMO. ESTA COMPOSICIÓN EVIDENCIA EL CARÁCTER GENUINAMENTE MULTISECTORIAL DEL GREMIO Y SUSTENTA LA CLASIFICACIÓN DE LA PRESENTE ACCIÓN DE FORMACIÓN EN EL SECTOR SERVICIOS Y EL SUBSECTOR TRANSVERSAL, DADO QUE LAS COMPETENCIAS DESARROLLADAS EN LA FORMACIÓN RESPONDEN A NECESIDADES COMUNES DE GESTIÓN, PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD QUE ATRAVIESAN DE MANERA HORIZONTAL A LAS EMPRESAS AGREMIADAS, CON INDEPENDENCIA DE SU ACTIVIDAD ECONÓMICA PARTICULAR.
ESTA DIVERSIDAD SECTORIAL GARANTIZA QUE LOS BENEFICIARIOS DE LA FORMACIÓN REPRESENTEN EFECTIVAMENTE AL CONJUNTO DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL MULTISECTORIAL QUE AGRUPA EL GREMIO, Y NO A UN NICHO PRODUCTIVO ESPECÍFICO, LO CUAL REFUERZA LA PERTINENCIA DE UN ENFOQUE TRANSVERSAL EN LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA.

EN CONSECUENCIA, PARA LA PRESENTE ACCIÓN DE FORMACIÓN SE SELECCIONA COMO SECTOR EL DE SERVICIOS Y COMO SUBSECTOR EL TRANSVERSAL, EN ATENCIÓN A QUE DICHA COMBINACIÓN REFLEJA DE MANERA MÁS FIEL LA NATURALEZA HORIZONTAL DE LAS COMPETENCIAS IMPARTIDAS Y LA COMPOSICIÓN MULTISECTORIAL REAL DE LAS EMPRESAS AGREMIADAS Y DE SU CADENA PRODUCTIVA.
EN EL CASO PARTICULAR DE ESTE CURSO, LAS COMPETENCIAS DESARROLLADAS IDENTIFICAR PROBLEMAS REALES, COMUNICAR EL VALOR DE UNA INNOVACIÓN Y DISEÑAR UN SISTEMA SIMPLE DE MEJORA CONTINUA SON APLICABLES POR IGUAL A UNA UNIDAD PRODUCTIVA DE COMERCIO, INDUSTRIA O SERVICIOS, E INDEPENDIENTES DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA ESPECÍFICA DE CADA BENEFICIARIO, YA QUE NO DEPENDEN DE UNA TÉCNICA PRODUCTIVA PARTICULAR SINO DE UNA CAPACIDAD DE GESTIÓN TRANSVERSAL COMÚN A TODAS LAS UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR Y MIPYMES AGREMIADAS. POR ESTA RAZÓN SE RATIFICA LA CLASIFICACIÓN EN EL SECTOR SERVICIOS Y SUBSECTOR TRANSVERSAL, DADO QUE EL CURSO NO DESARROLLA UNA TÉCNICA PRODUCTIVA SECTORIAL ESPECÍFICA, SINO UNA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN APLICABLE AL CONJUNTO DIVERSO DE UNIDADES PRODUCTIVAS QUE INTEGRAN EL ECOSISTEMA MULTISECTORIAL DEL GREMIO.

UNIDADES TEMÁTICAS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN (4)

UT N.º 1 — COMUNICACIÓN DE LA INNOVACIÓN: CÓMO PRESENTAR LO NUEVO

HORAS PRÁCTICAS	HORAS TEÓRICAS	TOTAL DE HORAS
2	2	4

PERFIL DEL CAPACITADOR

PERFIL / RUBRO	HORAS
R01.1.2 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL TITULADO CON EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	4

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMÁTICA

• IDENTIFICACIÓN DEL CAMBIO REAL: RECONOCIMIENTO, DENTRO DE LA PROPIA EMPRESA O UNIDAD PRODUCTIVA, DE QUÉ ELEMENTO DEL PRODUCTO, PROCESO O SERVICIO REPRESENTA UNA NOVEDAD FRENTE A LO QUE EL CLIENTE YA CONOCE, EVITANDO PRESENTAR COMO INNOVADOR ALGO QUE EN REALIDAD ES IGUAL A LA OFERTA HABITUAL DEL MERCADO.
• CONSTRUCCIÓN DEL RELATO DE “ANTES Y DESPUÉS”: ESTRUCTURACIÓN DE UN MENSAJE CLARO QUE CONTRASTE LA FORMA ANTERIOR DE RESOLVER UNA NECESIDAD FRENTE A LA NUEVA FORMA QUE PROPONE LA EMPRESA, RESALTANDO EL BENEFICIO CONCRETO QUE PERCIBE EL CLIENTE.
• PRESENTACIÓN DE LA NOVEDAD ANTE UN PÚBLICO EXIGENTE: PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA PARA TRANSMITIR CON CONFIANZA Y CLARIDAD QUÉ CAMBIÓ, POR QUÉ IMPORTA, Y CÓMO GENERAR CURIOSIDAD GENUINA EN UN CLIENTE ACOSTUMBRADO A LO MISMO DE SIEMPRE, SIN RECURRIR A PROMESAS EXAGERADAS.

COMPETENCIA POR ADQUIRIR

COMPETENCIA: "COMUNICAR CON CLARIDAD Y CONFIANZA EL ELEMENTO INNOVADOR DE SU PRODUCTO, PROCESO O SERVICIO, ESTRUCTURANDO UN RELATO DE CONTRASTE ENTRE LA FORMA ANTERIOR Y LA NUEVA FORMA DE RESOLVER LA NECESIDAD DEL CLIENTE, APLICABLE A SU PROPIA

UNIDAD PRODUCTIVA."
• ¿CUÁL ES LA ACCIÓN?: COMUNICAR CON CLARIDAD EL ELEMENTO INNOVADOR DE SU PRODUCTO, PROCESO O SERVICIO.
• ¿CUÁLES SON LOS CONOCIMIENTOS INTEGRADOS?: IDENTIFICACIÓN DE ELEMENTOS DE NOVEDAD REAL FRENTE A LA OFERTA HABITUAL DEL MERCADO; ESTRUCTURA DE CONTRASTE “ANTES Y DESPUÉS”; TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA ORIENTADAS A GENERAR CONFIANZA Y CURIOSIDAD EN EL CLIENTE SIN RECURRIR A PROMESAS EXAGERADAS.
• ¿CUÁL ES EL CONTEXTO DE APLICACIÓN?: LA EMPRESA O UNIDAD PRODUCTIVA PROPIA DE CADA PARTICIPANTE, AFILIADA AL GRUPO MULTISECTORIAL O VINCULADA A SU CADENA PRODUCTIVA, EN LOS DISTINTOS SECTORES REPRESENTADOS POR EL GREMIO, INCLUYENDO TANTO MIPYMES FORMALES COMO UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

ESTUDIO DE CASO | FORO | SOCIALIZACIÓN DE CONCEPTOS | LECTURA DE TEXTOS

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Sin información registrada.

UT N.º 2 — PROBLEMOLOGÍA E IDEACIÓN DESDE LA EXPERIENCIA REAL

HORAS PRÁCTICAS	HORAS TEÓRICAS	TOTAL DE HORAS
5	3	8

PERFIL DEL CAPACITADOR

PERFIL / RUBRO	HORAS
R01.1.2 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL TITULADO CON EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	8

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMÁTICA

• IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS REALES A PARTIR DE LA PROPIA EXPERIENCIA PRODUCTIVA: MAPEO DE LAS DIFICULTADES QUE ENFRENTA LA EMPRESA Y SUS CLIENTES EN EL DÍA A DÍA, PRIORIZANDO AQUELLOS PROBLEMAS QUE SE REPITEN CON MAYOR FRECUENCIA Y QUE GENERAN MAYOR INSATISFACCIÓN.
• COMPRENSIÓN DEL “TRABAJO” QUE EL CLIENTE BUSCA RESOLVER (ENFOQUE TIPO JOBS-TO-BE-DONE): IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DE FONDO QUE MOTIVA LA COMPRA DE UN PRODUCTO O SERVICIO, MÁS ALLÁ DE SUS CARACTERÍSTICAS SUPERFICIALES, A PARTIR DE CONVERSACIONES DIRECTAS CON CLIENTES REALES.
• CO-CREACIÓN DE SOLUCIONES Y VALIDACIÓN CON EL PROPIO ENTORNO: GENERACIÓN CONJUNTA DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN ENTRE LAS PARTICIPANTES, CON RETROALIMENTACIÓN CRUZADA, Y VERIFICACIÓN RÁPIDA DE LA PERTINENCIA DE CADA IDEA DIRECTAMENTE CON CLIENTES REALES, ANTES DE INVERTIR TIEMPO O RECURSOS EN DESARROLLARLA.

COMPETENCIA POR ADQUIRIR

COMPETENCIA: "IDENTIFICAR PROBLEMAS REALES DE SU EMPRESA O UNIDAD PRODUCTIVA Y DE SUS CLIENTES A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DIRECTA, Y CO-CREAR SOLUCIONES VALIDADAS CON SU PROPIO ENTORNO ANTES DE INVERTIR TIEMPO O RECURSOS EN SU DESARROLLO."
• ¿CUÁL ES LA ACCIÓN?: IDENTIFICAR PROBLEMAS REALES Y CO-CREAR SOLUCIONES VALIDADAS CON SU ENTORNO.
• ¿CUÁLES SON LOS CONOCIMIENTOS INTEGRADOS?: MAPEO DE PROBLEMAS A PARTIR DE LA EXPERIENCIA PRODUCTIVA PROPIA; ENFOQUE DE COMPRENSIÓN DE LA NECESIDAD DE FONDO DEL CLIENTE (JOBS-TO-BE-DONE); TÉCNICAS DE CO-CREACIÓN COLABORATIVA Y DE VALIDACIÓN RÁPIDA DE SOLUCIONES CON CLIENTES REALES.
• ¿CUÁL ES EL CONTEXTO DE APLICACIÓN?: EL ENTORNO PRODUCTIVO REAL DE CADA PARTICIPANTE, EN EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL, MIPYMES, UNIDADES PRODUCTIVAS DE ECONOMÍA POPULAR Y EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL GREMIO, EN SUS DISTINTOS SECTORES REPRESENTADOS.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

BÚSQUEDA, ANÁLISIS Y SÍNTESIS DE INFORMACIÓN | SOLUCIÓN DE CASOS | SOCIALIZACIÓN DE CONCEPTOS | LECTURA DE TEXTOS

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Sin información registrada.

UT N.º 3 — DISEÑO DE TU PROPIO SISTEMA DE INNOVACIÓN

HORAS PRÁCTICAS	HORAS TEÓRICAS	TOTAL DE HORAS
4	3	7

PERFIL DEL CAPACITADOR

PERFIL / RUBRO	HORAS
R01.1.2 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL TITULADO CON EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	7

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMÁTICA

• CONSTRUCCIÓN DE UNA CULTURA SIMPLE DE INNOVACIÓN DENTRO DE LA EMPRESA O UNIDAD PRODUCTIVA: DISEÑO DE MECANISMOS SENCILLOS PARA CAPTURAR IDEAS DE FORMA CONTINUA (BUZÓN DE IDEAS, ESPACIO PERIÓDICO DE ESCUCHA AL CLIENTE, REGISTRO DE SUGERENCIAS), ADAPTADOS TANTO A MIPYMES FORMALES COMO A UNIDADES PRODUCTIVAS DE MENOR ESCALA.
• DEFINICIÓN DE CRITERIOS BÁSICOS DE PRIORIZACIÓN: CONSTRUCCIÓN DE UNA FORMA SIMPLE DE DECIDIR QUÉ IDEAS PROBAR PRIMERO, CONSIDERANDO EL ESFUERZO REQUERIDO Y EL BENEFICIO ESPERADO PARA EL CLIENTE Y PARA LA ORGANIZACIÓN, SIN NECESIDAD DE ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES COMPLEJAS.
• ASIGNACIÓN DE ROLES Y RESPONSABILIDADES PARA SOSTENER LA INNOVACIÓN EN EL TIEMPO: DEFINICIÓN DE QUIÉN DENTRO DEL EQUIPO DIRECTIVO, MANDO MEDIO U OPERATIVO IMPULSA, DECIDE Y DA SEGUIMIENTO A CADA IDEA, EVITANDO QUE EL PROCESO DEPENDA EXCLUSIVAMENTE DE UNA SOLA PERSONA.

• MEDICIÓN SENCILLA DEL RESULTADO DE UNA INNOVACIÓN: IDENTIFICACIÓN DE SEÑALES CONCRETAS Y ACCESIBLES PARA SABER SI UNA INNOVACIÓN ESTÁ FUNCIONANDO (VARIACIÓN EN VENTAS, REPETICIÓN DE COMPRA, RECOMENDACIÓN ENTRE CLIENTES), COMO BASE PARA DECIDIR SI CONTINUAR, AJUSTAR O DESCARTAR UNA IDEA.

COMPETENCIA POR ADQUIRIR

COMPETENCIA: "DISEÑAR UN SISTEMA SIMPLE DE INNOVACIÓN PARA SU EMPRESA O UNIDAD PRODUCTIVA, QUE INCLUYA MECANISMOS DE CAPTURA DE IDEAS, CRITERIOS BÁSICOS DE PRIORIZACIÓN, ROLES Y RESPONSABILIDADES CLARAS ENTRE LOS DISTINTOS NIVELES DEL EQUIPO, Y SEÑALES SENCILLAS PARA MEDIR EL RESULTADO DE CADA INNOVACIÓN IMPLEMENTADA."
• ¿CUÁL ES LA ACCIÓN?: DISEÑAR UN SISTEMA SIMPLE DE INNOVACIÓN PARA SU EMPRESA O UNIDAD PRODUCTIVA.
• ¿CUÁLES SON LOS CONOCIMIENTOS INTEGRADOS?: MECANISMOS ACCESIBLES DE CAPTURA CONTINUA DE IDEAS; CRITERIOS BÁSICOS DE PRIORIZACIÓN COSTO-BENEFICIO; ASIGNACIÓN DE ROLES Y RESPONSABILIDADES ENTRE NIVELES DIRECTIVO, MEDIO Y OPERATIVO PARA SOSTENER LA INNOVACIÓN EN EL TIEMPO; INDICADORES SENCILLOS DE SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DEL RESULTADO DE UNA INNOVACIÓN (VENTAS, RECOMPRA, RECOMENDACIÓN).
• ¿CUÁL ES EL CONTEXTO DE APLICACIÓN?: LA EMPRESA O UNIDAD PRODUCTIVA DE CADA PARTICIPANTE, AFILIADA AL GRUPO MULTISECTORIAL O VINCULADA A SU CADENA PRODUCTIVA, EN SECTORES DIVERSOS QUE INCLUYEN TANTO MIPYMES FORMALMENTE CONSTITUIDAS COMO UNIDADES PRODUCTIVAS DE ECONOMÍA POPULAR, SIN REQUERIR ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES COMPLEJAS.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

MAPAS CONCEPTUALES | TAREAS INDIVIDUALES | SOCIALIZACIÓN DE CONCEPTOS | LECTURA DE TEXTOS

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Sin información registrada.

UT N.º 4 — ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS, ECONOMÍA POPULAR Y COMPETITIVIDAD TERRITORIAL

HORAS PRÁCTICAS	HORAS TEÓRICAS	TOTAL DE HORAS
0	1	1

PERFIL DEL CAPACITADOR

PERFIL / RUBRO	HORAS
R01.1.2 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL TITULADO CON EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	1

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMÁTICA

• ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS, ECONOMÍA POPULAR Y COMPETITIVIDAD TERRITORIAL: CONCEPTO Y ACTORES CLAVE QUE LOS INTEGRAN (EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL, MIPYMES, PROVEEDORES Y UNIDADES PRODUCTIVAS DE LA ECONOMÍA CAMPESINA Y POPULAR).

MECANISMOS DE ARTICULACIÓN FORMALIZACIÓN, ASOCIATIVIDAD Y COOPERACIÓN EMPRESARIAL COMO VÍA DE GENERACIÓN DE VALOR AGREGADO, INCLUSIÓN PRODUCTIVA Y ACCESO A MERCADOS PARA EL ECOSISTEMA EMPRESARIAL REPRESENTADO POR EL GREMIO.

COMPETENCIA POR ADQUIRIR

COMPETENCIA: "RECONOCER LOS MECANISMOS DE ARTICULACIÓN —FORMALIZACIÓN, ASOCIATIVIDAD Y COOPERACIÓN EMPRESARIAL— QUE PERMITEN A SU EMPRESA O UNIDAD PRODUCTIVA INTEGRARSE A ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS CON OTROS ACTORES DEL ECOSISTEMA MULTISECTORIAL, INCLUYENDO LA ECONOMÍA CAMPESINA Y POPULAR, COMO VÍA PARA GENERAR VALOR AGREGADO Y ACCESO A MERCADOS."
- ¿CUÁL ES LA ACCIÓN?: RECONOCER LOS MECANISMOS DE ARTICULACIÓN A ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS.
- ¿CUÁLES SON LOS CONOCIMIENTOS INTEGRADOS?: CONCEPTO DE ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS, ECONOMÍA POPULAR Y COMPETITIVIDAD TERRITORIAL; ACTORES QUE LOS INTEGRAN; MECANISMOS DE FORMALIZACIÓN, ASOCIATIVIDAD Y COOPERACIÓN EMPRESARIAL.
- ¿CUÁL ES EL CONTEXTO DE APLICACIÓN?: EL ECOSISTEMA EMPRESARIAL MULTISECTORIAL REPRESENTADO POR EL GRUPO MULTISECTORIAL, INCLUYENDO EMPRESAS AFILIADAS, MIPYMES, PROVEEDORES Y UNIDADES PRODUCTIVAS DE LA ECONOMÍA CAMPESINA Y POPULAR.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

INFOGRAFÍA | TAREAS INDIVIDUALES | SOCIALIZACIÓN DE CONCEPTOS

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Sin información registrada.

ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

RETO NACIONAL

DESARROLLO EMPRESARIAL, CONOCIMIENTO Y COMPETITIVIDAD TERRITORIAL (BASES DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO, COLOMBIA POTENCIA MUNDIAL DE LA VIDA 2022 – 2026)

COMPONENTE ESTRATÉGICO

INNOVACIÓN EMPRESARIAL

JUSTIFICACIÓN DE LA ALINEACIÓN

LA PRESENTE ACCIÓN DE FORMACIÓN SE ALINEA CON EL RETO NACIONAL “DESARROLLO EMPRESARIAL, CONOCIMIENTO Y COMPETITIVIDAD TERRITORIAL”, ESTABLECIDO EN LAS BASES DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2022–2026 “COLOMBIA POTENCIA MUNDIAL DE LA VIDA”, Y ESPECÍFICAMENTE CON EL COMPONENTE ESTRATÉGICO “INNOVACIÓN EMPRESARIAL”.
LAS TRES UNIDADES TEMÁTICAS CENTRALES DEL CURSO MATERIALIZAN DIRECTAMENTE ESTE COMPONENTE ESTRATÉGICO: LA UT1 DESARROLLA LA CAPACIDAD DE COMUNICAR CON CLARIDAD EL VALOR DE UNA INNOVACIÓN; LA UT2 DOTA A LAS PARTICIPANTES DE UN MÉTODO PARA IDENTIFICAR PROBLEMAS REALES Y CO-CREAR SOLUCIONES VALIDADAS CON SU PROPIA COMUNIDAD; Y LA UT3 CONSTRUYE UN SISTEMA SIMPLE Y SOSTENIBLE DE INNOVACIÓN DENTRO DE CADA UNIDAD PRODUCTIVA, CERRANDO EL CICLO COMPLETO

DESDE LA IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA HASTA LA GESTIÓN CONTINUA DE LA MEJORA.
DE ESTA MANERA, EL CURSO NO ABORDA LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL COMO UN CONCEPTO ABSTRACTO RESERVADO PARA GRANDES EMPRESAS, SINO QUE LA TRADUCE EN UN MÉTODO ACCESIBLE, APLICABLE Y SOSTENIBLE PARA UNIDADES PRODUCTIVAS DE ECONOMÍA POPULAR Y MIPYMES, EN LÍNEA DIRECTA CON EL PROPÓSITO DEL COMPONENTE ESTRATÉGICO SELECCIONADO Y CON EL OBJETIVO DE FORTALECER EL CONOCIMIENTO Y LA COMPETITIVIDAD TERRITORIAL DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL QUE REPRESENTA EL GRUPO MULTISECTORIAL.

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA

LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA ES ESPECIALIZADA PORQUE:
• ABORDA DE FORMA ESTRUCTURADA Y APLICADA EL CICLO COMPLETO DE LA INNOVACIÓN IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS REALES, COMUNICACIÓN DE LA NOVEDAD Y DISEÑO DE UN SISTEMA DE MEJORA CONTINUA, INTEGRANDO METODOLOGÍAS ESPECÍFICAS (JOBS-TO-BE-DONE, RELATO DE CONTRASTE “ANTES Y DESPUÉS”, MECANISMOS ACCESIBLES DE CAPTURA Y MEDICIÓN DE IDEAS) QUE NO FORMAN PARTE DE LA FORMACIÓN BÁSICA EN EMPRENDIMIENTO.
• NO SE TRATA DE UNA CHARLA GENÉRICA SOBRE INNOVACIÓN O CREATIVIDAD, SINO DE UNA INTERVENCIÓN ALTAMENTE APLICADA EN LA QUE CADA PARTICIPANTE TRABAJA DIRECTAMENTE SOBRE SU PROPIA EMPRESA O UNIDAD PRODUCTIVA, SUS PROPIOS CLIENTES Y SU PROPIO CONTEXTO DE NEGOCIO.
• INCORPORA UN ENFOQUE DIFERENCIAL QUE ADAPTA METODOLOGÍAS DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL HABITUALMENTE DISEÑADAS SOLO PARA EMPRESAS DE MAYOR TAMAÑO Y ESTRUCTURA A LA REALIDAD DE ORGANIZACIONES DE DISTINTO GRADO DE FORMALIZACIÓN, DESDE MIPYMES CONSOLIDADAS HASTA UNIDADES DE ECONOMÍA POPULAR.
• SU ENFOQUE METODOLÓGICO EXPERIENCIAL, PRÁCTICO Y CENTRADO EN LA PROPIA EXPERIENCIA PRODUCTIVA DE CADA PARTICIPANTE PERMITE QUE CADA BENEFICIARIO FINALICE EL CURSO CON UN SISTEMA DE INNOVACIÓN PROPIO, YA DISEÑADO Y APLICABLE DE INMEDIATO EN SU ORGANIZACIÓN.
• SE ARTICULA DIRECTAMENTE CON LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA: LA INTRODUCCIÓN INTUITIVA Y NO SISTEMÁTICA DE MEJORAS POR PARTE DEL CONJUNTO DE EMPRESAS AFILIADAS, DE CADENA PRODUCTIVA Y DE ECONOMÍA POPULAR, UN FENÓMENO RESPALDADO POR FUENTES OFICIALES SOBRE LA HETEROGENEIDAD DEL TEJIDO EMPRESARIAL COLOMBIANO.
• GENERA UNA CAPACIDAD DIFERENCIAL Y TRANSFERIBLE DISEÑO Y GESTIÓN DE UN SISTEMA PROPIO DE INNOVACIÓN, CON ROLES CLAROS ENTRE NIVELES DIRECTIVO, MEDIO Y OPERATIVO QUE LAS PARTICIPANTES PODRÁN APLICAR DE MANERA RECURRENTE A LO LARGO DE LA VIDA PRODUCTIVA DE SU ORGANIZACIÓN, MÁS ALLÁ DE LA DURACIÓN MISMA DEL CURSO.

IMPACTO EN EL DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR

1. • EL TRABAJADOR IDENTIFICARÁ PROBLEMAS REALES DE SUS CLIENTES A PARTIR DE SU PROPIA EXPERIENCIA PRODUCTIVA, APLICANDO UN ENFOQUE DE COMPRENSIÓN DE LA NECESIDAD DE FONDO DEL CLIENTE.
2. • EL TRABAJADOR COMUNICARÁ CON CLARIDAD Y CONFIANZA EL ELEMENTO INNOVADOR DE SU PRODUCTO, PROCESO O SERVICIO, MEDIANTE UN RELATO ESTRUCTURADO DE CONTRASTE.
3. • EL TRABAJADOR CO-CREARÁ Y VALIDARÁ SOLUCIONES CON SU PROPIA COMUNIDAD, ANTES DE INVERTIR TIEMPO O RECURSOS EN SU DESARROLLO.

4. • EL TRABAJADOR DISEÑARÁ UN SISTEMA SIMPLE DE CAPTURA CONTINUA DE IDEAS DENTRO DE SU UNIDAD PRODUCTIVA.
5. • EL TRABAJADOR APLICARÁ INDICADORES SENCILLOS PARA MEDIR EL RESULTADO DE CADA INNOVACIÓN IMPLEMENTADA EN SU NEGOCIO.

IMPACTO EN LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD

1. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR CONTARÁ CON UN MÉTODO REPLICABLE PARA PRIORIZAR QUÉ PROBLEMAS RESOLVER PRIMERO, OPTIMIZANDO EL USO DE SUS RECURSOS LIMITADOS. RESULTADO DE PRODUCTIVIDAD
2. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR REDUCIRÁ EL TIEMPO Y LOS RECURSOS INVERTIDOS EN MEJORAS QUE EL CLIENTE NO VALORA, AL VALIDAR SUS IDEAS ANTES DE IMPLEMENTARLAS. RESULTADO DE PRODUCTIVIDAD
3. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR SOSTENDRÁ EN EL TIEMPO LAS INNOVACIONES QUE FUNCIONAN, GRACIAS A UN SISTEMA SIMPLE DE SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE RESULTADOS. RESULTADO DE PRODUCTIVIDAD
4. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR FORTALECERÁ SU POSICIONAMIENTO FRENTE A OTRAS UNIDADES PRODUCTIVAS SIMILARES, AL COMUNICAR CON CLARIDAD SU ELEMENTO DIFERENCIAL ANTE EL CLIENTE. RESULTADO DE COMPETITIVIDAD
5. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR AMPLIARÁ SU CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN FRENTE A LAS NECESIDADES CAMBIANTES DE SUS CLIENTES, AL CONTAR CON UN SISTEMA PROPIO Y SOSTENIBLE DE INNOVACIÓN. RESULTADO DE COMPETITIVIDAD

COBERTURA — LUGARES DE EJECUCIÓN (20 GRUPOS)

Grupo 1

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA

DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (19 DE 20) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA.

Grupo 2

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL

COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (19 DE 20) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA.

Grupo 3

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (19 DE 20) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE

COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA.

Grupo 4

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (19 DE 20) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA.

Grupo 5

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (19 DE 20) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA.

Grupo 6

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS

DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (19 DE 20) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA.

Grupo 7

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO

SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (19 DE 20) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA.

Grupo 8

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (19 DE 20) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE

COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA.

Grupo 9

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (19 DE 20) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA.

Grupo 10

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (19 DE 20) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA.

Grupo 11

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS

DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (19 DE 20) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA.

Grupo 12

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO

SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (19 DE 20) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA.

Grupo 13

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (19 DE 20) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE

COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA.

Grupo 14

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (19 DE 20) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA.

Grupo 15

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (19 DE 20) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA.

Grupo 16

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS

DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (19 DE 20) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA.

Grupo 17

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO

SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (19 DE 20) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA.

Grupo 18

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (19 DE 20) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE

COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA.

Grupo 19

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (19 DE 20) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA.

Grupo 20

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	20
CAUCA	10
NARIÑO	10

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
CHOCÓ	10

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (19 DE 20) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA.

MATERIAL DE FORMACIÓN

AMBIENTE DE APRENDIZAJE

AULA VIRTUAL

MATERIAL DE FORMACIÓN SELECCIONADO

CARTILLA DIGITAL

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

PODCAST

RECURSOS DIDÁCTICOS

Sin registros.

JUSTIFICACIÓN DEL MATERIAL DE FORMACIÓN

LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA CONTEMPLA LA ENTREGA DE MATERIAL DE FORMACIÓN EN LA MODALIDAD DE CARTILLA DIGITAL, ELABORADA ESPECÍFICAMENTE PARA ESTA ACCIÓN, CON EL FIN DE GARANTIZAR PROCESOS DE APRENDIZAJE ADAPTATIVOS, ACTUALIZABLES Y ACCESIBLES PARA EL PERFIL MULTISECTORIAL DE SUS EMPRESAS Y GRUPOS DE INTERÉS, EN CONSONANCIA CON LAS DINÁMICAS DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA Y TECNOLÓGICA QUE ENFRENTAN.
LA CARTILLA DIGITAL REÚNE, DE MANERA ESTRUCTURADA, LÓGICA Y SECUENCIAL, LOS CONTENIDOS CORRESPONDIENTES A CADA UNA DE LAS UNIDADES TEMÁTICAS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN, CONFORME A LOS LINEAMIENTOS TÉCNICOS DEFINIDOS POR EL(LOS) CAPACITADOR(ES) RESPONSABLES. SU PRODUCCIÓN ES RECIENTE, CON UNA ANTIGÜEDAD INFERIOR A DOS (2) AÑOS, LO QUE GARANTIZA LA VIGENCIA Y PERTINENCIA DE LA INFORMACIÓN FRENTE A LAS HERRAMIENTAS Y TENDENCIAS ABORDADAS EN LA FORMACIÓN.
ESTE MATERIAL ES COHERENTE Y PERTINENTE EN RAZÓN A LOS SIGUIENTES ASPECTOS:
• SU ESTRUCTURA Y CONTENIDO GUARDAN CORRESPONDENCIA DIRECTA CON LAS CUATRO UNIDADES TEMÁTICAS DEL CURSO, RESUMIENDO EL MÉTODO DE COMUNICACIÓN DE LA INNOVACIÓN, IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS Y DISEÑO DEL SISTEMA DE MEJORA CONTINUA DE FORMA CLARA Y ACCESIBLE.
• LOS CONTENIDOS SON ALTAMENTE ESPECIALIZADOS, AL SINTETIZAR METODOLOGÍAS COMO JOBS-TO-BE-DONE, EL RELATO DE CONTRASTE “ANTES Y DESPUÉS”, Y MECANISMOS ACCESIBLES DE CAPTURA Y MEDICIÓN DE IDEAS, QUE NO FORMAN PARTE DE LA FORMACIÓN BÁSICA EN EMPRENDIMIENTO.
• RESPONDE AL PERFIL DIVERSO DE LOS BENEFICIARIOS UNIDADES PRODUCTIVAS DE ECONOMÍA POPULAR Y MIPYMES MULTISECTORIALES, EMPLEANDO UN LENGUAJE CLARO, SENCILLO Y APLICABLE A DISTINTOS OFICIOS Y CONTEXTOS PRODUCTIVOS DE BAJA ESCALA.
• ES COHERENTE CON LA MODALIDAD VIRTUAL Y CON LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN FORMATO PODCAST DEL CURSO, AL SERVIR COMO MATERIAL DE APOYO ESCRITO COMPLEMENTARIO A LOS CONTENIDOS SONOROS, FACILITANDO DISTINTOS ESTILOS DE APRENDIZAJE ENTRE LOS BENEFICIARIOS.
• SU FORMATO DIGITAL FACILITA SU DISPONIBILIDAD INMEDIATA PARA LOS 1.000 BENEFICIARIOS DE LOS 20 GRUPOS PROGRAMADOS, Y SU CONSULTA POSTERIOR AL CURSO PARA DAR CONTINUIDAD AL SISTEMA DE INNOVACIÓN DISEÑADO POR CADA PARTICIPANTE.
• EL MATERIAL DE FORMACIÓN CUMPLIRÁ CON LA NORMATIVIDAD VIGENTE EN CUANTO A PROPIEDAD INTELECTUAL.

INSUMOS	JUSTIFICACIÓN DE LOS INSUMOS
—	—

RUBROS DEL PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

RUBRO	JUSTIFICACIÓN	UNID.	VALOR UNIDAD	COFIN. SENA	%	ESPECIE	%	DINERO	%	TOTAL
R010.1 FORMACIÓN VIRTUAL – CURSO 20 HORAS R010.1 CURSO 20 HORAS. SE PRESUPUESTA DE MANERA GLOBAL POR PERSONA. INCLUYE TODOS LOS COSTOS DE VIRTUALIZACIÓN E IMPARTICIÓN	CURSO VIRTUAL 20 HORAS	1.000	$615.300	$488.809.990	79.44%	$0	0.00%	$126.490.010	20.56%	**$615.300.000**

RUBRO	JUSTIFICACIÓN	UNID.	VALOR UNIDAD	COFIN. SENA	%	ESPECIE	%	DINERO	%	TOTAL
(COSTOS DE PLATAFORMA, HONORARIOS DE CAPACITADORES NACIONALES O INTERNACIONALES , MATERIAL DE FORMACIÓN Y AYUDAS PROPIAS DE ESTA MODALIDAD)										
R012.4 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS EVENTOS DE FORMACIÓN - EDICIÓN PODCAST (5 MINUTOS) EDICIÓN PODCAST 5 MINUTOS	EDICIÓN PODCAST 5 MINUTOS	1	$ 550.000	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	$ 550.000	100.00%	**$ 550.000**
R013 PÓLIZAS DE SEGURO. GARANTÍAS REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO CON CARGO A LA CONTRAPARTIDA EN DINERO DEL CONVINIENTE.	GARANTÍAS REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	1	$ 280.000	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	$ 280.000	100.00%	**$ 280.000**
Subtotal rubros AF				**$ 488.809.990**	**79.34%**	**$ 0**	**0.00%**	**$ 127.320.010**	**20.66%**	**$ 616.130.000**

PRESUPUESTO TOTAL DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

CONCEPTO	COFIN. SENA	%	CONTRA. ESPECIE	%	CONTRA. DINERO	%	TOTAL
Subtotal rubros AF	$ 488.809.990	79.34%	$ 0	0.00%	$ 127.320.010	20.66%	**$ 616.130.000**
Gastos de operación	$ 61.613.000	100.00%	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	**$ 61.613.000**
Transferencia — 70 benef. (7.00% de beneficiarios)	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	$ 10.301.694	100.00%	**$ 10.301.694**
Total de la acción de formación	**$ 550.422.990**	**80.00%**	**$ 0**	**0.00%**	**$ 137.621.704**	**20.00%**	**$ 688.044.694**

SUBTOTAL RUBROS AF
$ 616.130.000

GASTOS DE OPERACIÓN
$ 61.613.000

TRANSFERENCIA
$ 10.301.694

VALOR TOTAL AF
$ 688.044.694

VALOR HORA × BENEFICIARIO **$ 33.887**

(Valor AF + Gastos de operación) / (N.º beneficiarios × horas por grupo) = $ 677.743.000 / (1.000 × 20)

2

ACCIÓN DE FORMACIÓN 2 DE LA FORMULACIÓN

↑ VOLVER AL LISTADO DE AF

EXPERIENCIA DEL CLIENTE CON IA: DISEÑO Y GESTIÓN CENTRADA EN EL CLIENTE PARA MIPYMES

CURSO | VIRTUAL | 10 grupo(s) | 500 beneficiarios

Valor total AF
$ 694.901.355

INFORMACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

CONSECUTIVO

2

NECESIDAD ASOCIADA (N.º)

2

DIAGNÓSTICO ASOCIADO (N.º)

1

ENFOQUE DE LA AF

FORMACIÓN EN EL TRABAJO

PROBLEMA O NECESIDAD DETECTADA

NECESIDAD AF2: LAS MIPYMES AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL Y LAS DE SU CADENA PRODUCTIVA GESTIONAN LA EXPERIENCIA DE SUS CLIENTES DE MANERA FRAGMENTADA E INTUITIVA, SIN UN MÉTODO QUE LES PERMITA DISEÑARLA, OPERARLA DE FORMA CONSISTENTE ENTRE CANALES FÍSICOS Y DIGITALES, Y MEDIR SU RESULTADO, LO QUE AFECTA SU FIDELIZACIÓN, SU REPUTACIÓN COMERCIAL Y SU COMPETITIVIDAD FRENTE A ORGANIZACIONES QUE SÍ GESTIONAN LA EXPERIENCIA DE FORMA ESTRUCTURADA Y COHERENTE EN CADA PUNTO DE CONTACTO CON EL CLIENTE.

JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DETECTADA

LAS MIPYMES AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL Y LAS EMPRESAS DE SU CADENA PRODUCTIVA COMPITEN CADA VEZ MÁS, NO SOLO POR PRECIO O CALIDAD DEL PRODUCTO, SINO POR LA EXPERIENCIA QUE OFRECEN A SUS CLIENTES A LO LARGO DE TODOS SUS CANALES DE CONTACTO. SIN EMBARGO, LA MAYORÍA DE ESTAS EMPRESAS DISEÑA Y OPERA DICHA EXPERIENCIA DE MANERA INTUITIVA Y FRAGMENTADA: NO EXISTE UN MÉTODO PARA IDENTIFICAR QUÉ DEBERÍA VIVIR EL CLIENTE, LOS CANALES Y PROCESOS INTERNOS NO ESTÁN ALINEADOS PARA ENTREGARLO DE FORMA CONSISTENTE, Y NO SE CUENTA CON INDICADORES SIMPLES QUE PERMITAN SABER SI LA EXPERIENCIA OFRECIDA REALMENTE ESTÁ FUNCIONANDO.
ESTE CURSO ATIENDE DICHA NECESIDAD OFRECIENDO UN RECORRIDO INTEGRAL QUE INICIA CON LA COMPRENSIÓN CONCEPTUAL DE LA EXPERIENCIA Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD (UT1), CONTINÚA CON EL DISEÑO DE LA EXPERIENCIA QUE DEBE VIVIR EL CLIENTE APLICANDO HERRAMIENTAS BÁSICAS DE UX (UT2), AVANZA HACIA LA OPERACIÓN CONSISTENTE DE DICHA EXPERIENCIA EN LOS CANALES Y PROCESOS INTERNOS DE LA EMPRESA (UT3), Y CULMINA CON LA MEDICIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE UN PLAN DE MEJORA CONTINUA (UT4), INCORPORANDO DE MANERA TRANSVERSAL Y PROPORCIONADA EL APOYO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN CADA ETAPA, SIN CONVERTIR EL CURSO EN UNA FORMACIÓN TÉCNICA DE AUTOMATIZACIÓN COMERCIAL.
DADA SU NATURALEZA DE CURSO VIRTUAL DE 40 HORAS, LA FORMACIÓN ATIENDE LA NECESIDAD IDENTIFICADA DE MANERA PARCIAL: ENTREGA A CADA PARTICIPANTE UN MÉTODO APLICADO DE DISEÑO, OPERACIÓN Y MEDICIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE, CON HERRAMIENTAS SENCILLAS Y APLICABLES DE INMEDIATO, SIN AGOTAR LA IMPLEMENTACIÓN TECNOLÓGICA COMPLETA DE SISTEMAS DE GESTIÓN COMERCIAL O DE AUTOMATIZACIÓN AVANZADA, QUE EXCEDE EL ALCANCE DE UN CURSO DE ESTA NATURALEZA Y QUE, ADEMÁS, YA FUE ABORDADA EN PROFUNDIDAD POR EL GREMIO EN UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN EJECUTADA EN LA VIGENCIA 2025.
DATOS INTERNOS GREMIO
CUALITATIVO: DE ACUERDO CON LOS ESPACIOS DE DIAGNÓSTICO PERMANENTE DEL COMITÉ DE LÍDERES DE LÍNEA DEL GRUPO MULTISECTORIAL, UN NÚMERO CRECIENTE DE EMPRESAS AFILIADAS MANIFIESTA GESTIONAR LA EXPERIENCIA DE SUS CLIENTES DE MANERA INTUITIVA Y SIN UN MÉTODO ESTRUCTURADO, PARTICULARMENTE EN LA COORDINACIÓN ENTRE SUS DISTINTOS CANALES DE ATENCIÓN (PRESENCIAL, WHATSAPP, REDES SOCIALES, PÁGINA WEB), LO QUE GENERA INCONSISTENCIAS QUE AFECTAN LA

CONFIANZA Y LA FIDELIZACIÓN DE SUS CLIENTES.
CUANTITATIVO: EL OBSERVATORIO MIPYME DEL GREMIO IDENTIFICÓ QUE EL 78% DE LAS MIPYMES COMERCIALIZA SIMULTÁNEAMENTE POR CANALES FÍSICOS Y DIGITALES, PERO EL 84% DE ELLAS CARECE DE HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS COMO MAPAS DE EXPERIENCIA O SERVICE BLUEPRINT PARA UNIFICAR SUS PROCESOS, LO QUE GENERA QUE UN 35% DE LOS PROSPECTOS DIGITALES SE PIERDAN POR DEMORAS EN LA RESPUESTA OPERATIVA.
DATOS FUENTE EXTERNAS
DATO CUALITATIVO: DE ACUERDO CON ESTUDIOS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR COLOMBIANO, LA EXPERIENCIA OFRECIDA POR UNA EMPRESA —MÁS ALLÁ DEL PRECIO O LA CALIDAD DEL PRODUCTO— SE HA CONVERTIDO EN UNO DE LOS PRINCIPALES FACTORES DE DECISIÓN Y DE LEALTAD DEL CLIENTE HACIA LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, ESPECIALMENTE CUANDO DICHA EXPERIENCIA ES CONSISTENTE ENTRE LOS CANALES FÍSICOS Y DIGITALES QUE LA EMPRESA UTILIZA. FUENTE: DANE, ENCUESTA DE MICRONEGOCIOS Y CARACTERIZACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA EN COLOMBIA.
DATO CUANTITATIVO: SEGÚN EL DANE, EL COMERCIO Y LOS SERVICIOS CONCENTRAN UNA PROPORCIÓN SIGNIFICATIVA DE LAS MICROEMPRESAS DEL PAÍS, MUCHAS DE LAS CUALES OPERAN DE MANERA SIMULTÁNEA EN CANALES FÍSICOS Y DIGITALES SIN UNA ESTRATEGIA UNIFICADA DE ATENCIÓN AL CLIENTE, LO QUE EVIDENCIA LA MAGNITUD DEL UNIVERSO DE MIPYMES QUE PODRÍAN BENEFICIARSE DE UN MÉTODO ESTRUCTURADO DE DISEÑO Y GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA. FUENTE: DANE, CENSO ECONÓMICO NACIONAL / ENCUESTA DE MICRONEGOCIOS.
¿EL PROBLEMA/NECESIDAD SE ATIENDE PARCIAL O TOTAL?
PARCIAL. EL CURSO ENTREGA UN MÉTODO APLICADO DE DISEÑO, OPERACIÓN Y MEDICIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE CON HERRAMIENTAS SENCILLAS; LA IMPLEMENTACIÓN TECNOLÓGICA COMPLETA DE SISTEMAS DE GESTIÓN COMERCIAL ES SUCEPTIBLE DE LOGRAR EN EL CORTO PLAZO

CAUSAS DEL PROBLEMA O NECESIDAD

1. AUSENCIA DE UN MÉTODO ESTRUCTURADO PARA DISEÑAR LA EXPERIENCIA QUE DEBE VIVIR EL CLIENTE, LO QUE LLEVA A QUE CADA CANAL O PUNTO DE CONTACTO DE LA MIPYME SE GESTIONE DE MANERA AISLADA Y SIN UN CRITERIO COMÚN, DEPENDIENDO DEL ESTILO PARTICULAR DE CADA COLABORADOR QUE ATIENDE AL CLIENTE.
2. DESCONOCIMIENTO DE HERRAMIENTAS BÁSICAS DE EXPERIENCIA DE USUARIO (UX) QUE PERMITAN IDENTIFICAR PUNTOS DE CONTACTO Y MOMENTOS DE FRICCIÓN EN EL RECORRIDO DEL CLIENTE, MÁS ALLÁ DE LA INTUICIÓN DEL EMPRESARIO, LO QUE LIMITA LA CAPACIDAD DE ANTICIPAR PROBLEMAS ANTES DE QUE AFECTEN LA VENTA O LA FIDELIZACIÓN.
3. FALTA DE CONSISTENCIA ENTRE LOS PROCESOS INTERNOS (INVENTARIOS, ENTREGAS, FACTURACIÓN, AGENDA) Y LOS CANALES DE ATENCIÓN AL CLIENTE, LO QUE GENERA FRICCIONES QUE AFECTAN LA PERCEPCIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO, INCLUSO CUANDO EL PRODUCTO O SERVICIO OFRECIDO ES DE BUENA CALIDAD.
4. ESCASA MEDICIÓN DE INDICADORES SIMPLES DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE, LO QUE IMPIDE IDENTIFICAR CON CERTEZA SI LAS MEJORAS IMPLEMENTADAS REALMENTE ESTÁN FUNCIONANDO O DEBEN AJUSTARSE, LLEVANDO A DECISIONES COMERCIALES BASADAS EN PERCEPCIONES AISLADAS Y NO EN EVIDENCIA RECOLECTADA DE FORMA SISTEMÁTICA.
ESTAS CAUSAS EVIDENCIAN QUE LA BRECHA IDENTIFICADA NO RESPONDE A UNA FALTA DE VOCACIÓN DE SERVICIO DE LAS MIPYMES —QUE EN GENERAL SE ESFUERZAN POR ATENDER BIEN A SUS CLIENTES—, SINO A LA AUSENCIA DE UN MÉTODO ESTRUCTURADO PARA DISEÑAR, OPERAR DE FORMA CONSISTENTE Y MEDIR LA

EXPERIENCIA OFRECIDA A LO LARGO DE TODOS SUS CANALES, TANTO FÍSICOS COMO DIGITALES, EN EL MARCO DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL QUE REPRESENTA EL GRUPO MULTISECTORIAL.

EFECTOS DEL PROBLEMA O NECESIDAD

1. INCONSISTENCIAS ENTRE CANALES DE ATENCIÓN QUE GENERAN CONFUSIÓN Y DESCONFIANZA EN EL CLIENTE, AL RECIBIR INFORMACIÓN, PRECIOS O TRATO DISTINTO SEGÚN EL PUNTO DE CONTACTO QUE UTILICE, DEBILITANDO LA CREDIBILIDAD DE LA EMPRESA FRENTE A SU CLIENTE.
2. PÉRDIDA DE OPORTUNIDADES DE FIDELIZACIÓN Y RECOMENDACIÓN, AL NO LOGRAR QUE LA EXPERIENCIA OFRECIDA SE TRADUZCA EN UNA RAZÓN CONCRETA PARA QUE EL CLIENTE REGRESE, COMPRE DE NUEVO O REFIERA LA EMPRESA A OTROS CLIENTES POTENCIALES DENTRO DE SU PROPIA RED DE CONTACTOS.
3. PERSISTENCIA DE FRICCIONES OPERATIVAS QUE AFECTAN LA PERCEPCIÓN DEL CLIENTE SIN SER IDENTIFICADAS NI CORREGIDAS, AL NO CONTAR LA EMPRESA CON HERRAMIENTAS SIMPLES DE DIAGNÓSTICO DE SUS PROCESOS INTERNOS, LO QUE PERPETÚA ERRORES EVITABLES EN LA ATENCIÓN.
4. MENOR COMPETITIVIDAD FRENTE A EMPRESAS QUE SÍ GESTIONAN SU EXPERIENCIA DE MANERA ESTRUCTURADA, AMPLIANDO LA BRECHA DE REPUTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DENTRO DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL REPRESENTADO POR EL GREMIO, Y REDUCIENDO LA CAPACIDAD DE LAS MIPYMES DE RETENER CLIENTES FRENTE A ALTERNATIVAS MEJOR POSICIONADAS.
DE NO EJECUTARSE ESTE CURSO, ESTOS EFECTOS SE MANTENDRÁN, LIMITANDO LA CAPACIDAD DE LAS MIPYMES AFILIADAS Y DE SU CADENA PRODUCTIVA PARA CONVERTIR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN UNA VENTAJA COMPETITIVA REAL Y SOSTENIBLE, Y PERPETUANDO UNA GESTIÓN COMERCIAL REACTIVA EN LUGAR DE UNA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DELIBERADAMENTE DISEÑADA Y MEDIDA.

OBJETIVO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

DOTAR A LAS EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL Y A LAS DE SU CADENA PRODUCTIVA DE UN MÉTODO APLICADO Y DE FÁCIL IMPLEMENTACIÓN PARA DISEÑAR, OPERAR DE FORMA CONSISTENTE ENTRE CANALES FÍSICOS Y DIGITALES, Y MEDIR LA EXPERIENCIA DE SUS CLIENTES, CON APOYO PROPORCIONADO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN CADA ETAPA DEL PROCESO, FORTALECIENDO DE MANERA SOSTENIDA SU FIDELIZACIÓN, SU REPUTACIÓN COMERCIAL Y SU COMPETITIVIDAD FRENTE AL MERCADO.
JUSTIFICACIÓN PARA QUÉ LA FORMACIÓN
PARA LOS TRABAJADORES:
• ADQUIRIR UN MÉTODO CLARO Y SECUENCIAL PARA DISEÑAR LA EXPERIENCIA QUE DEBE VIVIR SU CLIENTE, APLICANDO HERRAMIENTAS SENCILLAS DE UX SIN NECESIDAD DE CONOCIMIENTOS TÉCNICOS AVANZADOS NI FORMACIÓN PREVIA EN DISEÑO.
• DESARROLLAR LA CAPACIDAD DE IDENTIFICAR Y CORREGIR FRICCIONES OPERATIVAS QUE AFECTAN LA PERCEPCIÓN DEL CLIENTE EN LOS CANALES Y PROCESOS DE SU EMPRESA, CON BASE EN EVIDENCIA Y NO SOLO EN INTUICIÓN.
• APRENDER A SELECCIONAR INDICADORES SIMPLES Y A CONSTRUIR UN PLAN DE MEJORA CONTINUA APLICABLE DE INMEDIATO A SU MIPYME, CON APOYO PROPORCIONADO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN DISTINTAS ETAPAS DEL PROCESO.
PARA LAS EMPRESAS:
• CONTAR CON UNA EXPERIENCIA DE CLIENTE CONSISTENTE ENTRE SUS DISTINTOS CANALES DE ATENCIÓN FÍSICOS Y DIGITALES, FORTALECIENDO LA CONFIANZA Y LA FIDELIZACIÓN DE SU BASE DE CLIENTES ACTUAL.
• IDENTIFICAR Y CORREGIR FRICCIONES OPERATIVAS DE BAJO COSTO QUE HOY AFECTAN SU REPUTACIÓN COMERCIAL SIN SER DETECTADAS, MEJORANDO SU CAPACIDAD DE RESPUESTA ANTE EL CLIENTE.
• FORTALECER SU COMPETITIVIDAD Y SU POSICIONAMIENTO DENTRO DEL ECOSISTEMA GREMIAL, A PARTIR DE

UNA GESTIÓN MÁS ESTRUCTURADA, MEDIBLE Y SOSTENIBLE DE LA EXPERIENCIA DE SUS CLIENTES.
EN FUNCIÓN DEL LOGRO PARA LOS TRABAJADORES Y LAS EMPRESAS A LAS QUE PERTENECEN, EL ALCANCE DEL OBJETIVO Y LA COHERENCIA CONTRA LA BRECHA IDENTIFICADA, SE TIENE:
ESTE OBJETIVO ES COMPLETAMENTE ALCANZABLE DEBIDO A QUE EL CURSO ENTREGA, EN UN FORMATO VIRTUAL DE 40 HORAS, UN MÉTODO APLICADO Y PROGRESIVO DE IMPLEMENTACIÓN LOGRABLE EN EL CORTO PLAZO.

DATOS DEL EVENTO

EVENTO DE FORMACIÓN
CURSO

MODALIDAD DE FORMACIÓN
VIRTUAL

METODOLOGÍA DE FORMACIÓN
TEÓRICO - PRÁCTICA

GRUPOS Y BENEFICIARIOS

N.° DE HORAS POR GRUPO
40

N.° DE GRUPOS
10

BENEFICIARIOS PRESENCIALES / GRUPO
0

BENEFICIARIOS VIRTUALES / GRUPO
50

TOTAL DE HORAS DE LA AF
400

TOTAL DE BENEFICIARIOS DE LA AF
500

PERFIL DE LOS BENEFICIARIOS

ÁREAS FUNCIONALES

SERVICIO AL CLIENTE | VENTAS | MARKETING | DIRECCIÓN | INNOVACIÓN

JUSTIFICACIÓN DE ÁREAS FUNCIONALES

EL CURSO ESTÁ DIRIGIDO A UN PÚBLICO AMPLIO DEL ECOSISTEMA DEL GREMIO, EN EL QUE LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE INVOLUCRA A DISTINTAS ÁREAS FUNCIONALES DE MANERA SIMULTÁNEA, ESPECIALMENTE EN MIPYMES DONDE UNA MISMA PERSONA SUELE ASUMIR VARIAS DE ESTAS FUNCIONES AL MISMO TIEMPO, SIN UNA SEPARACIÓN FORMAL DE CARGOS COMO LA QUE TENDRÍA UNA EMPRESA DE MAYOR TAMAÑO. SE PRIORIZAN LAS SIGUIENTES ÁREAS FUNCIONALES:
JUSTIFICACIÓN POR ÁREA PRIORIZADA:
• SERVICIO AL CLIENTE: ES EL ÁREA DONDE SE CONCENTRA LA MAYOR INTERACCIÓN DIRECTA CON EL CLIENTE Y DONDE SE MATERIALIZAN, EN EL DÍA A DÍA, TANTO EL DISEÑO COMO LA OPERACIÓN DE LA EXPERIENCIA DESARROLLADOS A LO LARGO DE LAS CUATRO UNIDADES TEMÁTICAS DEL CURSO.
• VENTAS: LA COHERENCIA ENTRE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL, EL PROCESO DE VENTA Y LA ENTREGA DE VALOR ES CENTRAL PARA UNA EXPERIENCIA POSITIVA, POR LO QUE ESTE EQUIPO SE BENEFICIA DIRECTAMENTE DEL CONTENIDO DE LAS UT2 Y UT3, ORIENTADO A CERRAR BRECHAS ENTRE LO QUE SE PROMETE Y LO QUE SE ENTREGA.

• MARKETING: LA CONSTRUCCIÓN DEL MAPA DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE, EL CANVAS DE PROPUESTA DE VALOR Y LA COMUNICACIÓN CLARA Y COHERENTE EN LOS DISTINTOS CANALES SON HERRAMIENTAS PROPIAS DE ESTA ÁREA FUNCIONAL, QUE ADEMÁS SE APOYA EN IA PARA LA GENERACIÓN DE CONTENIDO.
• DIRECCIÓN: SON QUIENES DEFINEN LOS ESTÁNDARES DE EXPERIENCIA QUE LA EMPRESA QUIERE OFRECER Y QUIENES DEBEN PRIORIZAR LOS AJUSTES DE BAJO COSTO Y ALTO IMPACTO IDENTIFICADOS DURANTE EL CURSO, ASIGNANDO LOS RECURSOS NECESARIOS PARA IMPLEMENTARLOS.
• INNOVACIÓN: EL DISEÑO DE MEJORAS A LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE, APOYADAS DE MANERA PROPORCIONADA EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL, CONSTITUYE UN EJERCICIO DE INNOVACIÓN APLICADA DENTRO DE LA GESTIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA, SIN REQUERIR GRANDES INVERSIONES TECNOLÓGICAS.

NIVELES OCUPACIONALES

ALTA DIRECCIÓN | MEDIO | OPERATIVO

JUSTIFICACIÓN DE NIVELES OCUPACIONALES

EL CURSO CONVOCA A UN PÚBLICO DIVERSO EN EL QUE LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE INVOLUCRA TANTO DECISIONES ESTRATÉGICAS SOBRE LOS ESTÁNDARES DE SERVICIO COMO SU EJECUCIÓN COTIDIANA EN EL PUNTO DE CONTACTO CON EL CLIENTE, POR LO QUE SE PRIORIZAN LOS TRES NIVELES OCUPACIONALES DE LA ORGANIZACIÓN.
JUSTIFICACIÓN POR NIVEL OCUPACIONAL PRIORIZADO:
• ALTA DIRECCIÓN: PROPIETARIOS Y GERENTES RESPONSABLES DE DEFINIR LOS ESTÁNDARES DE EXPERIENCIA QUE LA EMPRESA QUIERE OFRECER Y DE PRIORIZAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA IMPLEMENTAR LAS MEJORAS IDENTIFICADAS DURANTE EL CURSO.
• NIVEL MEDIO: COORDINADORES Y JEFES DE ÁREA (COMERCIAL, SERVICIO AL CLIENTE, MERCADEO) RESPONSABLES DE TRADUCIR EL DISEÑO DE LA EXPERIENCIA DEFINIDO POR LA DIRECCIÓN EN PROCESOS Y PROTOCOLOS CONCRETOS PARA SUS EQUIPOS DE TRABAJO.
• NIVEL OPERATIVO: PERSONAS QUE INTERACTÚAN DIRECTAMENTE CON EL CLIENTE EN LOS DISTINTOS CANALES DE ATENCIÓN (PUNTO DE VENTA, WHATSAPP, REDES SOCIALES, LÍNEA TELEFÓNICA), Y CUYA COMPRENSIÓN DEL DISEÑO Y LA OPERACIÓN DE LA EXPERIENCIA ES INDISPENSABLE PARA QUE ESTA SE ENTREGUE DE MANERA CONSISTENTE EN CADA INTERACCIÓN REAL CON EL CLIENTE.

OCUPACIONES CUOC

11200 - DIRECTORES Y GERENTES GENERALES | 12111 - DIRECTORES Y GERENTES FINANCIEROS | 14200 - GERENTES DE COMERCIOS AL POR MAYOR Y AL POR MENOR | 33413 - SUPERVISORES Y COORDINADORES DE PROCESOS DE NEGOCIO, EMPLEADOS DE INFORMACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE | 33392 - ASISTENTES DE MERCADEO, PUBLICIDAD Y COMUNICACIONES | 42251 - AUXILIARES DE INFORMACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE | 42220 - EMPLEADOS DE CENTROS DE LLAMADAS | 52110 - VENDEDORES EN QUIOSCOS Y PUESTOS DE MERCADO | 41322 - DIGITADORES

DATOS NUMÉRICOS DE BENEFICIARIOS

TRABAJADORES MUJERES

EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD

50

0

EMPRESAS CON MODELO BIC

0

MIPYMES (SI APLICA)

N.º DE EMPRESAS MIPYMES

10

N.º DE TRABAJADORES DE EMPRESAS MIPYMES

100

JUSTIFICACIÓN MIPYMES Y TRABAJADORES A BENEFICIAR

EL GRUPO MULTISECTORIAL SE CONSOLIDA COMO UNO DE LOS GREMIOS EMPRESARIALES DE MAYOR TRAYECTORIA E INCIDENCIA EN EL SUROCCIDENTE COLOMBIANO: CON 15 AÑOS DE OPERACIÓN, AGRUPA A 35 ORGANIZACIONES DE LA REGIÓN PACÍFICA PERTENECIENTES A 23 SECTORES ECONÓMICOS, Y AGREMIA DIRECTAMENTE A MÁS DE 4.500 MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS. ESTA TRAYECTORIA Y REPRESENTATIVIDAD, VERIFICABLE A TRAVÉS DE SUS CANALES INSTITUCIONALES, SUSTENTA SU LEGITIMIDAD COMO INTERLOCUTOR DE LAS NECESIDADES REALES DEL TEJIDO EMPRESARIAL REGIONAL.
SU CAPACIDAD DE DIAGNÓSTICO MULTISECTORIAL ARTICULADA A TRAVÉS DEL OBSERVATORIO MIPYME Y SU COMITÉ DE LÍDERES DE LÍNEA, CONFORMADO POR MÁS DE 40 EXPERTOS SECTORIALES PERMITE IDENTIFICAR BRECHAS DE FORMACIÓN A PARTIR DE INFORMACIÓN REAL, VALIDADA Y CONTEXTUALIZADA. EN ESTE MARCO, LA PRESENTE ACCIÓN DE FORMACIÓN TIENE COMO GRUPO OBJETIVO A LAS EMPRESAS MIPYMES AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL, GARANTIZANDO QUE LOS CONTENIDOS PROPUESTOS RESPONDAN DE MANERA PERTINENTE A SUS NECESIDADES DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD.
LAS EMPRESAS MIPYME CONSTITUYEN EL PÚBLICO OBJETIVO PRINCIPAL DE ESTE CURSO, DADO QUE SON PRECISAMENTE ESTAS ORGANIZACIONES LAS QUE CON MAYOR FRECUENCIA GESTIONAN LA EXPERIENCIA DE SUS CLIENTES DE MANERA INTUITIVA, SIN EQUIPOS ESPECIALIZADOS DE SERVICIO AL CLIENTE O EXPERIENCIA DE USUARIO, Y MUCHAS VECES SIN SIQUIERA SER CONSCIENTES DE QUE LA INCONSISTENCIA ENTRE SUS CANALES ESTÁ AFECTANDO SU REPUTACIÓN. EL CONTENIDO DEL CURSO, AL CENTRARSE EN HERRAMIENTAS SIMPLES Y DE BAJO COSTO MAPAS DE EXPERIENCIA, CHECKLIST UX, INDICADORES BÁSICOS, RESULTA DIRECTAMENTE APLICABLE A SU REALIDAD OPERATIVA Y FINANCIERA, SIN REQUERIR INVERSIÓN TECNOLÓGICA ADICIONAL NI LA CONTRATACIÓN DE PERSONAL ESPECIALIZADO EN EXPERIENCIA DE CLIENTE.
PARA LAS PARTICIPANTES DE EMPRESAS MIPYME, EL APORTE SE TRADUCE EN UN MÉTODO PROPIO PARA DISEÑAR, OPERAR Y MEDIR LA EXPERIENCIA DE SUS CLIENTES EN CADA UNO DE SUS CANALES; PARA LAS EMPRESAS, EL BENEFICIO SE REFLEJA EN UNA MAYOR FIDELIZACIÓN, UNA REPUTACIÓN COMERCIAL MÁS SÓLIDA Y UNA POSICIÓN MÁS COMPETITIVA FRENTE A ORGANIZACIONES DE MAYOR TAMAÑO QUE YA GESTIONAN SU EXPERIENCIA DE CLIENTE DE MANERA ESTRUCTURADA, CONTRIBUYENDO DIRECTAMENTE AL FORTALECIMIENTO DEL TEJIDO MIPYME QUE PERSIGUE LA CONVOCATORIA.

CADENA PRODUCTIVA (SI APLICA)

N.º DE EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA

5

N.º DE TRABAJADORES DE LA CADENA PRODUCTIVA

50

JUSTIFICACIÓN CADENA PRODUCTIVA

EXTENDER LA COBERTURA DE LA FORMACIÓN A LOS TRABAJADORES DE EMPRESAS QUE INTEGRAN LA CADENA PRODUCTIVA DE LOS AFILIADOS AL GRUPO MULTISECTORIAL CONSTITUYE UNA DECISIÓN ESTRATÉGICA ORIENTADA A FORTALECER EL ECOSISTEMA EMPRESARIAL MULTISECTORIAL EN SU CONJUNTO.

ESTAS EMPRESAS PROVEEDORES, DISTRIBUIDORES, PRESTADORES DE SERVICIOS TECNOLÓGICOS Y DEMÁS ESLABONES DE SOPORTE AUNQUE NO OSTENTEN LA CALIDAD DE AFILIADAS DIRECTAS, INCIDEN DE MANERA DIRECTA EN LA PRODUCTIVIDAD, LA EFICIENCIA OPERATIVA Y LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES NÚCLEO DEL GREMIO, POR LO QUE SU FORTALECIMIENTO REDUNDA EN BENEFICIO DE TODO EL SECTOR PRODUCTIVO REPRESENTADO.
FORMAR CONJUNTAMENTE A LOS TRABAJADORES DE LA CADENA PRODUCTIVA PERMITE ALINEAR CAPACIDADES TÉCNICAS ENTRE ESLABONES, MEJORAR LA COORDINACIÓN INTEREMPRESARIAL, ACELERAR LA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES A LO LARGO DE TODA LA CADENA, Y CONSOLIDAR RELACIONES DE COOPERACIÓN MÁS ÁGILES, CONTINUAS Y SOSTENIBLES EN EL TIEMPO. DE ESTA MANERA, LA ACCIÓN DE FORMACIÓN NO SOLO RESPONDE A LA NECESIDAD PUNTUAL IDENTIFICADA EN LA EMPRESA/GREMIO, SINO QUE PROMUEVE ACTIVAMENTE LA ARTICULACIÓN ENTRE EMPRESAS, PROVEEDORES Y DEMÁS ACTORES DE LA CADENA PRODUCTIVA, EN LÍNEA CON EL PROPÓSITO DE FORTALECER LA COMPETITIVIDAD TERRITORIAL Y SECTORIAL QUE PERSIGUE LA CONVOCATORIA.
LAS EMPRESAS DE CADENA PRODUCTIVA CONVOCADAS A ESTE CURSO INTERACTÚAN DE MANERA CONSTANTE CON LAS EMPRESAS NÚCLEO DEL GREMIO, POR LO QUE SU GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE INCIDE DIRECTAMENTE EN LA PERCEPCIÓN FINAL QUE RECIBE EL CLIENTE DE TODA LA CADENA DE VALOR, INCLUSO CUANDO NO TIENE CONTACTO DIRECTO CON ÉL. SU PARTICIPACIÓN CONJUNTA PERMITE QUE LOS ESTÁNDARES DE EXPERIENCIA DISEÑADOS DURANTE EL CURSO SE APLIQUEN DE MANERA COHERENTE A LO LARGO DE TODO EL CIRCUITO PRODUCTIVO Y COMERCIAL, Y NO ÚNICAMENTE EN LA EMPRESA QUE TIENE CONTACTO DIRECTO CON EL CLIENTE FINAL, FORTALECIENDO LA CONSISTENCIA DE LA EXPERIENCIA DE PUNTA A PUNTA DE LA CADENA.

ECONOMÍA CAMPESINA (SI APLICA)

N.º DE TRABAJADORES DE LA ECONOMÍA CAMPESINA

NO APLICA

JUSTIFICACIÓN TRABAJADORES ECONOMÍA CAMPESINA

NO APLICA

ECONOMÍA POPULAR (SI APLICA)

N.º DE TRABAJADORES DE LA ECONOMÍA POPULAR

NO APLICA

JUSTIFICACIÓN TRABAJADORES ECONOMÍA POPULAR

NO APLICA

SECTORES Y SUBSECTORES DEL BENEFICIARIO

SECTOR(ES) AL QUE PERTENECEN LOS BENEFICIARIOS

TRANSVERSAL | INDUSTRIAL | COMERCIO | SERVICIOS

SUBSECTOR(ES) AL QUE PERTENECEN LOS BENEFICIARIOS

TRANSVERSAL | COMERCIO | INDUSTRIA | SERVICIOS

CLASIFICACIÓN DE LA AF POR SECTOR(ES)

TRANSVERSAL

CLASIFICACIÓN DE LA AF POR SUBSECTOR(ES)

TRANSVERSAL

JUSTIFICACIÓN DE SECTORES Y SUBSECTORES

EL GRUPO MULTISECTORIAL AGREMIA EMPRESAS CON PRESENCIA PREDOMINANTE EN EL SECTOR SERVICIOS (CONSULTORÍA EMPRESARIAL, CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, MERCADEO, TECNOLOGÍA, RECURSOS HUMANOS Y LOGÍSTICA), SEGUIDO DE LOS SECTORES INDUSTRIA, COMERCIO, SALUD, EDUCACIÓN, TRANSPORTE, AGROINDUSTRIA Y TURISMO. ESTA COMPOSICIÓN EVIDENCIA EL CARÁCTER GENUINAMENTE MULTISECTORIAL DEL GREMIO Y SUSTENTA LA CLASIFICACIÓN DE LA PRESENTE ACCIÓN DE FORMACIÓN EN EL SECTOR SERVICIOS Y EL SUBSECTOR TRANSVERSAL, DADO QUE LAS COMPETENCIAS DESARROLLADAS EN LA FORMACIÓN RESPONDEN A NECESIDADES COMUNES DE GESTIÓN, PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD QUE ATRAVIESAN DE MANERA HORIZONTAL A LAS EMPRESAS AGREMIADAS, CON INDEPENDENCIA DE SU ACTIVIDAD ECONÓMICA PARTICULAR.
ESTA DIVERSIDAD SECTORIAL GARANTIZA QUE LOS BENEFICIARIOS DE LA FORMACIÓN REPRESENTEN EFECTIVAMENTE AL CONJUNTO DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL MULTISECTORIAL QUE AGRUPA EL GREMIO, Y NO A UN NICHO PRODUCTIVO ESPECÍFICO, LO CUAL REFUERZA LA PERTINENCIA DE UN ENFOQUE TRANSVERSAL EN LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA.
EN CONSECUENCIA, PARA LA PRESENTE ACCIÓN DE FORMACIÓN SE SELECCIONA COMO SECTOR EL DE SERVICIOS Y COMO SUBSECTOR EL TRANSVERSAL, EN ATENCIÓN A QUE DICHA COMBINACIÓN REFLEJA DE MANERA MÁS FIEL LA NATURALEZA HORIZONTAL DE LAS COMPETENCIAS IMPARTIDAS Y LA COMPOSICIÓN MULTISECTORIAL REAL DE LAS EMPRESAS AGREMIADAS Y DE SU CADENA PRODUCTIVA.

EN EL CASO PARTICULAR DE ESTE CURSO, LAS COMPETENCIAS DESARROLLADAS DISEÑAR, OPERAR Y MEDIR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE SON APLICABLES POR IGUAL A UNA EMPRESA DE COMERCIO, DE SERVICIOS O DE INDUSTRIA, YA QUE TODA ORGANIZACIÓN QUE INTERACTÚA CON CLIENTES, SIN IMPORTAR SU ACTIVIDAD ECONÓMICA, PUEDE BENEFICIARSE DE UN MÉTODO ESTRUCTURADO PARA GESTIONAR DICHA EXPERIENCIA A LO LARGO DE SUS CANALES FÍSICOS Y DIGITALES. POR ESTA RAZÓN SE RATIFICA LA CLASIFICACIÓN EN EL SECTOR Y SUBSECTOR TRANSVERSAL, DADO QUE EL CURSO NO DESARROLLA UNA TÉCNICA PRODUCTIVA SECTORIAL ESPECÍFICA, SINO UNA CAPACIDAD DE GESTIÓN TRANSVERSAL APLICABLE AL CONJUNTO DE EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL Y A SU CADENA PRODUCTIVA, CON INDEPENDENCIA DE SI COMERCIALIZAN PRODUCTOS, PRESTAN SERVICIOS O DESARROLLAN PROCESOS INDUSTRIALES.

UNIDADES TEMÁTICAS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN (5)

UT N.º 1 — EXPERIENCIA DEL CLIENTE Y COMPETITIVIDAD DE LA MIPYME MULTISECTORIAL

HORAS PRÁCTICAS	HORAS TEÓRICAS	TOTAL DE HORAS
2	2	4

PERFIL DEL CAPACITADOR

PERFIL / RUBRO	HORAS
R01.1.2 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL TITULADO CON EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	4

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMÁTICA

• CONCEPTO DE EXPERIENCIA EN DIFERENTES MODELOS DE NEGOCIO: COMPRENSIÓN DE CÓMO LA EXPERIENCIA SE MANIFIESTA EN NEGOCIOS DE COMERCIO, SERVICIOS, PRODUCTOS, EVENTOS, EDUCACIÓN, TECNOLOGÍA Y DEMÁS SECTORES; PARTICULARIDADES DE LA EXPERIENCIA EN NEGOCIOS FÍSICOS, DIGITALES E HÍBRIDOS; LA EXPERIENCIA COMO MEDIO PARA FORTALECER LA COMPETITIVIDAD, LA REPUTACIÓN Y LA SOSTENIBILIDAD COMERCIAL DE LAS MIPYMES; DIFERENCIA ENTRE ATENCIÓN, SERVICIO Y EXPERIENCIA COMERCIAL.
• PROMESA DE VALOR Y CONFIANZA EN LA EXPERIENCIA: REVISIÓN DE LA COHERENCIA ENTRE LO QUE LA MIPYME COMUNICA, OFRECE, VENDE Y ENTREGA A SUS CLIENTES; IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES, EXPECTATIVAS Y BARRERAS DEL CLIENTE; ANÁLISIS DE CÓMO LA CLARIDAD, EL CUMPLIMIENTO Y LA CONSISTENCIA FORTALECEN LA CONFIANZA COMERCIAL. SE INTRODUCE EL USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO APOYO PARA ANALIZAR EXPECTATIVAS Y NECESIDADES EXPRESADAS POR LOS CLIENTES EN RESEÑAS, MENSAJES Y COMENTARIOS, COMO INSUMO ADICIONAL PARA ENTENDER SU PUNTO DE PARTIDA.
• EXPERIENCIA Y RESULTADOS COMERCIALES: COMPRENSIÓN DE CÓMO UNA EXPERIENCIA POSITIVA FAVORECE LA RECOMPRA, LA PERMANENCIA DEL CLIENTE Y LA RECOMENDACIÓN A OTROS; IDENTIFICACIÓN DE CÓMO LAS FALLAS DE ATENCIÓN, INCUMPLIMIENTOS O CANALES DESARTICULADOS AFECTAN VENTAS, REPUTACIÓN Y SOSTENIBILIDAD COMERCIAL; LA EXPERIENCIA COMO HERRAMIENTA DE COMPETITIVIDAD Y SU APORTE AL FORTALECIMIENTO DEL ECOSISTEMA GREMIAL.

COMPETENCIA POR ADQUIRIR

COMPETENCIA: "IDENTIFICAR LOS FACTORES QUE DETERMINAN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN SU MIPYME Y ANALIZAR UN CASO REAL, PROPIO O DE REFERENCIA, PARA RECONOCER OPORTUNIDADES BÁSICAS DE MEJORA QUE FORTALEZCAN SU COMPETITIVIDAD Y REPUTACIÓN COMERCIAL."
• ¿CUÁL ES LA ACCIÓN?: IDENTIFICAR Y ANALIZAR LOS FACTORES QUE DETERMINAN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN SU MIPYME.
• ¿CUÁLES SON LOS CONOCIMIENTOS INTEGRADOS?: CONCEPTO DE EXPERIENCIA COMERCIAL Y SU DIFERENCIA CON ATENCIÓN Y SERVICIO; PROMESA DE VALOR Y CONFIANZA COMERCIAL; RELACIÓN ENTRE EXPERIENCIA, FIDELIZACIÓN Y RESULTADOS COMERCIALES; USO INTRODUCTORIO DE IA PARA ANALIZAR EXPECTATIVAS DEL CLIENTE.
• ¿CUÁL ES EL CONTEXTO DE APLICACIÓN?: LA MIPYME PROPIA DE CADA PARTICIPANTE, AFILIADA AL GRUPO MULTISECTORIAL O A SU CADENA PRODUCTIVA, EN CUALQUIER SECTOR REPRESENTADO POR EL GREMIO (COMERCIO, SERVICIOS, INDUSTRIA).

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

ESTUDIO DE CASO | TAREAS INDIVIDUALES | SOCIALIZACIÓN DE CONCEPTOS | LECTURA DE TEXTOS

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Sin información registrada.

UT N.º 2 — DISEÑO DE LA EXPERIENCIA: QUÉ DEBE VIVIR EL CLIENTE

HORAS PRÁCTICAS	HORAS TEÓRICAS	TOTAL DE HORAS
2	2	4

PERFIL DEL CAPACITADOR

PERFIL / RUBRO	HORAS
R01.1.2 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL TITULADO CON EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	4

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMÁTICA

• DISEÑO DE EXPERIENCIAS COMERCIALES PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS: ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL DISEÑO, PRESENTACIÓN, EMPAQUE, INFORMACIÓN, ENTREGA, GARANTÍA Y SOPORTE EN LA PERCEPCIÓN DE VALOR DEL CLIENTE; LA ATENCIÓN, EL DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES, EL CUMPLIMIENTO Y EL SEGUIMIENTO COMO FACTORES DE DIFERENCIACIÓN EN SERVICIOS EMPRESARIALES; FORMULACIÓN DE INTERACCIONES COMERCIALES CLARAS PARA ASESORAR, COTIZAR, VENDER Y ENTREGAR VALOR SIN GENERAR CONFUSIÓN.
• HERRAMIENTAS BÁSICAS DE EXPERIENCIA DE USUARIO (UX) APLICADAS A LA MIPYME: INTRODUCCIÓN, COMO HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS EMPRESARIAL Y SIN PROFUNDIDAD TÉCNICA DE DISEÑO, AL MAPA DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE (REPRESENTACIÓN SIMPLE DEL RECORRIDO QUE VIVE EL CLIENTE AL INTERACTUAR CON LA EMPRESA), LOS PUNTOS DE CONTACTO, LOS MOMENTOS DE FRICCIÓN, EL MAPA DE EMPATÍA, EL CANVAS DE PROPUESTA DE VALOR, UN CHECKLIST BÁSICO DE USABILIDAD Y EL PRINCIPIO DE DISEÑO INCLUSIVO, COMO INSTRUMENTOS SENCILLOS DE APLICACIÓN INMEDIATA.
• APOYO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL DISEÑO DE LA EXPERIENCIA: USO DE IA COMO ASISTENTE PARA GENERAR BORRADORES DE MENSAJES, GUIONES DE ATENCIÓN Y PROTOTIPOS SIMPLES DE CONTENIDO, MANTENIENDO UN TONO COHERENTE EN TODOS LOS CANALES DE COMUNICACIÓN DE LA MIPYME.
• COMUNICACIÓN, VENTA Y COHERENCIA DE LA EXPERIENCIA: REVISIÓN DE POSIBLES BRECHAS ENTRE PUBLICIDAD, REDES SOCIALES, WHATSAPP, ASESORÍA COMERCIAL Y ENTREGA DEL PRODUCTO O SERVICIO; CONSTRUCCIÓN DE MENSAJES CLAROS SOBRE PRECIOS, CONDICIONES, BENEFICIOS, TIEMPOS Y GARANTÍAS; MANEJO DE INCONFORMIDADES Y RECUPERACIÓN DE CONFIANZA ANTE QUEJAS, RECLAMOS O EXPECTATIVAS NO CUMPLIDAS.
• DISEÑO DE MEJORAS DE BAJO COSTO Y ALTO IMPACTO: FORMULACIÓN DE AJUSTES PRÁCTICOS IMPLEMENTABLES CON RECURSOS LIMITADOS, Y DE DETALLES DE CERCANÍA, PERSONALIZACIÓN Y TRATO DIFERENCIAL QUE GENERAN RECORDACIÓN Y FIDELIZACIÓN.

COMPETENCIA POR ADQUIRIR

COMPETENCIA: "DISEÑAR Y EVALUAR LA EXPERIENCIA QUE VIVE EL CLIENTE EN UN CANAL FÍSICO O DIGITAL DE SU MIPYME (PÁGINA WEB, WHATSAPP BUSINESS U OTRO PUNTO DE CONTACTO), APLICANDO HERRAMIENTAS BÁSICAS DE UX Y COMUNICACIÓN CLARA PARA PROPONER MEJORAS DE BAJO COSTO."
• ¿CUÁL ES LA ACCIÓN?: DISEÑAR Y EVALUAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN UN CANAL FÍSICO O DIGITAL DE SU MIPYME.
• ¿CUÁLES SON LOS CONOCIMIENTOS INTEGRADOS?: MAPA DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE, PUNTOS DE CONTACTO Y MOMENTOS DE FRICCIÓN; MAPA DE EMPATÍA Y CANVAS DE PROPUESTA DE VALOR; COMUNICACIÓN CLARA Y COHERENTE ENTRE CANALES; APOYO DE IA PARA GENERACIÓN DE MENSAJES Y CONTENIDO.

• ¿CUÁL ES EL CONTEXTO DE APLICACIÓN?: UN CANAL FÍSICO O DIGITAL REAL DE LA MIPYME DEL PARTICIPANTE (PÁGINA WEB, WHATSAPP BUSINESS, PUNTO DE VENTA U OTRO), EN EL MARCO DE LOS SECTORES REPRESENTADOS POR EL GRUPO MULTISECTORIAL.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

ESTUDIO DE CASO | SOLUCIÓN DE CASOS | TAREAS INDIVIDUALES | SOCIALIZACIÓN DE CONCEPTOS | LECTURA DE TEXTOS

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Sin información registrada.

UT N.º 3 — OPERACIÓN DE LA EXPERIENCIA: CÓMO LA EMPRESA LOGRA ENTREGARLA

HORAS PRÁCTICAS	HORAS TEÓRICAS	TOTAL DE HORAS
8	8	16

PERFIL DEL CAPACITADOR

PERFIL / RUBRO	HORAS
R01.1.2 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL TITULADO CON EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	16

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMÁTICA

• CANALES FÍSICOS, DIGITALES Y COMERCIALES DE LAS MIPYMES: IDENTIFICACIÓN DEL PAPEL DE CADA CANAL (PUNTO DE VENTA, WHATSAPP, REDES SOCIALES, PÁGINA WEB, LLAMADAS, CORREO, FORMULARIOS, ENTREGAS, SOPORTE Y POSTVENTA) EN LA ATRACCIÓN, INFORMACIÓN, VENTA, ATENCIÓN Y FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE; ANÁLISIS DE LA IMPORTANCIA DE MANTENER PRECIOS, HORARIOS, CONDICIONES Y RESPUESTAS CONSISTENTES EN TODOS LOS PUNTOS DE CONTACTO, APLICANDO UNA MATRIZ SIMPLE DE PUNTOS DE CONTACTO COMO HERRAMIENTA DE REVISIÓN.
• PROCESOS INTERNOS QUE AFECTAN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE: COMPRENSIÓN DE CÓMO INVENTARIOS, PAGOS, FACTURACIÓN, AGENDA, ENTREGAS, GARANTÍAS Y COMUNICACIÓN ENTRE ÁREAS IMPACTAN LA PERCEPCIÓN DEL CLIENTE; DETECCIÓN DE FRICCIONES OPERATIVAS (REPROCESOS, PASOS INNECESARIOS, DEMORAS, PÉRDIDA DE INFORMACIÓN); FORMULACIÓN DE AJUSTES PARA SIMPLIFICAR LA ATENCIÓN, APOYADOS EN UN DIAGRAMA DE PROCESOS Y EN UN SERVICE BLUEPRINT SIMPLIFICADO COMO INSTRUMENTOS VISUALES DE ANÁLISIS.
• CONTINUIDAD Y CONSISTENCIA DE LA EXPERIENCIA ENTRE CANALES, CON APOYO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL: IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES PARA MANTENER RESPUESTAS, SEGUIMIENTO E INFORMACIÓN CONSISTENTES ENTRE LOS DISTINTOS CANALES DE LA MIPYME MEDIANTE HERRAMIENTAS ACCESIBLES DE IA (RESPUESTAS SUGERIDAS, RECORDATORIOS AUTOMÁTICOS SIMPLES), PRESERVANDO SIEMPRE LA CERCANÍA Y EL CRITERIO HUMANO EN LA ATENCIÓN, SIN REQUERIR INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA COMPLEJA.
• ORGANIZACIÓN BÁSICA DE LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE: REGISTRO SENCILLO DE HISTORIAL DE COMPRAS, PREFERENCIAS Y RECLAMOS COMO INSUMO PARA DAR CONTINUIDAD Y PERSONALIZAR LA ATENCIÓN, SIN NECESIDAD DE SISTEMAS O PLATAFORMAS ESPECIALIZADAS DE GESTIÓN COMERCIAL.

COMPETENCIA POR ADQUIRIR

COMPETENCIA: "IDENTIFICAR FRICCIONES OPERATIVAS EN UN PROCESO COMERCIAL REAL DE SU MIPYME Y PROPONER AJUSTES EN SUS CANALES Y PROCESOS INTERNOS PARA ENTREGAR UNA EXPERIENCIA CONSISTENTE AL CLIENTE."
• ¿CUÁL ES LA ACCIÓN?: IDENTIFICAR FRICCIONES OPERATIVAS Y PROPONER AJUSTES EN CANALES Y PROCESOS.
• ¿CUÁLES SON LOS CONOCIMIENTOS INTEGRADOS?: FUNCIÓN Y CONSISTENCIA DE LOS DISTINTOS CANALES DE CONTACTO; PROCESOS INTERNOS QUE AFECTAN LA EXPERIENCIA (INVENTARIOS, PAGOS, ENTREGAS); HERRAMIENTAS DE DIAGNÓSTICO VISUAL (DIAGRAMA DE PROCESOS, SERVICE BLUEPRINT SIMPLIFICADO); USO INTRODUCTORIO DE IA PARA CONTINUIDAD DE LA ATENCIÓN ENTRE CANALES.
• ¿CUÁL ES EL CONTEXTO DE APLICACIÓN?: UN PROCESO COMERCIAL REAL DE LA MIPYME DEL PARTICIPANTE, SELECCIONADO POR PRESENTAR FRICCIONES EVIDENTES PARA EL CLIENTE, EN EL MARCO DE LOS SECTORES REPRESENTADOS POR EL GRUPO MULTISECTORIAL Y SU CADENA PRODUCTIVA.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

SOLUCIÓN DE CASOS | MAPAS CONCEPTUALES | SOCIALIZACIÓN DE CONCEPTOS | LECTURA DE TEXTOS

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Sin información registrada.

UT N.º 4 — MEDICIÓN, MEJORA CONTINUA Y RESULTADOS COMERCIALES SOSTENIBLES

HORAS PRÁCTICAS	HORAS TEÓRICAS	TOTAL DE HORAS
8	6	14

PERFIL DEL CAPACITADOR

PERFIL / RUBRO	HORAS
R01.1.2 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL TITULADO CON EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	14

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMÁTICA

• INDICADORES DE EXPERIENCIA Y GESTIÓN COMERCIAL PARA MIPYME: REVISIÓN DE MÉTRICAS BÁSICAS DE EXPERIENCIA (SATISFACCIÓN, RECOMENDACIÓN, QUEJAS, RECLAMOS, RESEÑAS, TIEMPOS DE RESPUESTA, DEVOLUCIONES, RECOMPRA) E INDICADORES COMERCIALES ASOCIADOS (CONVERSIÓN, RETENCIÓN, FRECUENCIA DE COMPRA, REFERIDOS); SELECCIÓN DE MEDICIONES SIMPLES, VIABLES SIN ESTRUCTURAS COMPLEJAS NI ALTOS COSTOS.
• VOZ DEL CLIENTE Y MERCADO: IDENTIFICACIÓN DE FUENTES DE INFORMACIÓN PARA LA MEJORA (ENCUESTAS, CONVERSACIONES COMERCIALES, COMENTARIOS EN REDES, RESEÑAS DIGITALES, PQRS, OBSERVACIÓN DIRECTA); LECTURA DE PATRONES QUE MUESTRAN QUÉ VALORA EL CLIENTE Y QUÉ OPORTUNIDADES EXISTEN PARA MEJORAR. SE INCORPORA UNA LECTURA CUALIFICADA DE COMENTARIOS Y RESEÑAS CON APOYO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, PARA IDENTIFICAR TEMAS RECURRENTES Y EL TONO GENERAL DE LAS OPINIONES, COMO INSUMO ADICIONAL Y NO COMO SUSTITUTO DEL CRITERIO PROPIO DEL EMPRESARIO.

• EXPERIENCIA, FIDELIZACIÓN Y RESULTADOS COMERCIALES SOSTENIBLES: COMPRENSIÓN DE CÓMO UNA MEJOR EXPERIENCIA FORTALECE VENTAS, FIDELIZACIÓN, REPUTACIÓN Y PERMANENCIA EN EL MERCADO; REVISIÓN DE PRÁCTICAS DE GESTIÓN COMERCIAL CENTRADAS EN EL CLIENTE SIN DETERIORAR LA CONFIANZA NI LA RELACIÓN DE LARGO PLAZO; CONSTRUCCIÓN DE UN PLAN DE MEJORA APLICABLE A PRODUCTOS, SERVICIOS, CANALES O PROCESOS COMERCIALES DE LA PROPIA MIPYME.

COMPETENCIA POR ADQUIRIR

COMPETENCIA: "SELECCIONAR INDICADORES SIMPLES DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE Y CONSTRUIR UN PLAN DE MEJORA APLICABLE A SU MIPYME, A PARTIR DE LA LECTURA DE LA VOZ DEL CLIENTE Y DEL MERCADO."
• ¿CUÁL ES LA ACCIÓN?: SELECCIONAR INDICADORES Y CONSTRUIR UN PLAN DE MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE.
• ¿CUÁLES SON LOS CONOCIMIENTOS INTEGRADOS?: MÉTRICAS BÁSICAS DE EXPERIENCIA Y DE GESTIÓN COMERCIAL; FUENTES DE INFORMACIÓN DE LA VOZ DEL CLIENTE; LECTURA CUALIFICADA DE COMENTARIOS CON APOYO DE IA; ESTRUCTURA DE UN PLAN DE MEJORA APLICABLE A PRODUCTOS, SERVICIOS, CANALES O PROCESOS.
• ¿CUÁL ES EL CONTEXTO DE APLICACIÓN?: LA MIPYME PROPIA DE CADA PARTICIPANTE, CONSIDERANDO SU INFORMACIÓN COMERCIAL DISPONIBLE (RESEÑAS, QUEJAS, HISTORIAL DE VENTAS) Y SU CAPACIDAD OPERATIVA REAL PARA IMPLEMENTAR EL PLAN DE MEJORA RESULTANTE.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

MÉTODO DE PROYECTOS | TAREAS INDIVIDUALES | SOCIALIZACIÓN DE CONCEPTOS | LECTURA DE TEXTOS

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Sin información registrada.

UT N.º 5 — ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS, ECONOMÍA POPULAR Y COMPETITIVIDAD TERRITORIALLL

HORAS PRÁCTICAS	HORAS TEÓRICAS	TOTAL DE HORAS
1	1	2

PERFIL DEL CAPACITADOR

PERFIL / RUBRO	HORAS
R01.1.2 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL TITULADO CON EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	2

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMÁTICA

• ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS, ECONOMÍA POPULAR Y COMPETITIVIDAD TERRITORIAL: CONCEPTO Y ACTORES CLAVE QUE LOS INTEGRAN (EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL, MIPYMES, PROVEEDORES Y UNIDADES PRODUCTIVAS DE LA ECONOMÍA CAMPESINA Y POPULAR). MECANISMOS DE ARTICULACIÓN FORMALIZACIÓN, ASOCIATIVIDAD Y COOPERACIÓN EMPRESARIAL COMO VÍA DE GENERACIÓN DE VALOR AGREGADO, INCLUSIÓN PRODUCTIVA Y ACCESO A MERCADOS

PARA EL ECOSISTEMA EMPRESARIAL REPRESENTADO POR EL GREMIO.
• APLICACIÓN AL CONTEXTO DE ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN: CÓMO UNA MEJOR EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN UNA EMPRESA AFILIADA NO SOLO FORTALECE SU DESEMPEÑO COMERCIAL INDIVIDUAL, SINO QUE TAMBIÉN ELEVA LA REPUTACIÓN CONJUNTA DEL ECOSISTEMA MULTISECTORIAL, FACILITANDO LA ASOCIATIVIDAD ENTRE EMPRESAS QUE COMPARTEN ESTÁNDARES DE SERVICIO Y LA REFERENCIACIÓN CRUZADA DE CLIENTES DENTRO DE LA RED GREMIAL.

COMPETENCIA POR ADQUIRIR

COMPETENCIA: "RECONOCER LOS MECANISMOS DE ARTICULACIÓN —FORMALIZACIÓN, ASOCIATIVIDAD Y COOPERACIÓN EMPRESARIAL— QUE PERMITEN A SU EMPRESA O UNIDAD PRODUCTIVA INTEGRARSE A ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS CON OTROS ACTORES DEL ECOSISTEMA MULTISECTORIAL, INCLUYENDO LA ECONOMÍA CAMPESINA Y POPULAR, COMO VÍA PARA GENERAR VALOR AGREGADO Y ACCESO A MERCADOS."

¿CUÁL ES LA ACCIÓN?: RECONOCER LOS MECANISMOS DE ARTICULACIÓN A ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS.
¿CUÁLES SON LOS CONOCIMIENTOS INTEGRADOS?: CONCEPTO DE ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS, ECONOMÍA POPULAR Y COMPETITIVIDAD TERRITORIAL; ACTORES QUE LOS INTEGRAN; MECANISMOS DE FORMALIZACIÓN, ASOCIATIVIDAD Y COOPERACIÓN EMPRESARIAL.
¿CUÁL ES EL CONTEXTO DE APLICACIÓN?: EL ECOSISTEMA EMPRESARIAL MULTISECTORIAL REPRESENTADO POR EL GRUPO MULTISECTORIAL, INCLUYENDO EMPRESAS AFILIADAS, MIPYMES, PROVEEDORES Y UNIDADES PRODUCTIVAS DE LA ECONOMÍA CAMPESINA Y POPULAR.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

INFOGRAFÍA | ESTUDIO DE CASO | SOCIALIZACIÓN DE CONCEPTOS | LECTURA DE TEXTOS

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Sin información registrada.

ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

RETO NACIONAL

TECNOLOGÍAS DIGITALES, INNOVACIÓN Y PRODUCTIVIDAD (BASES DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO, COLOMBIA POTENCIA MUNDIAL DE LA VIDA 2022 – 2026)

COMPONENTE ESTRATÉGICO

USO CONCRETO Y APLICABLE DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL.

JUSTIFICACIÓN DE LA ALINEACIÓN

LA PRESENTE ACCIÓN DE FORMACIÓN SE ALINEA CON EL RETO NACIONAL “TECNOLOGÍAS DIGITALES, INNOVACIÓN Y PRODUCTIVIDAD”, ESTABLECIDO EN LAS BASES DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 20222026 “COLOMBIA POTENCIA MUNDIAL DE LA VIDA”, Y ESPECÍFICAMENTE CON EL COMPONENTE ESTRATÉGICO “USO CONCRETO Y APLICABLE DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL”.
LAS CUATRO UNIDADES TEMÁTICAS CENTRALES DEL CURSO INCORPORAN LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL DE

MANERA TRANSVERSAL Y PROPORCIONADA A CADA ETAPA DE LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE: COMO APOYO PARA ANALIZAR EXPECTATIVAS DEL CLIENTE A PARTIR DE RESEÑAS Y COMENTARIOS (UT1), COMO ASISTENTE PARA GENERAR MENSAJES Y PROTOTIPOS DE CONTENIDO COHERENTES ENTRE CANALES (UT2), COMO HERRAMIENTA DE CONTINUIDAD DE LA ATENCIÓN ENTRE CANALES SIN PERDER LA CERCANÍA HUMANA (UT3), Y COMO APOYO PARA LA LECTURA CUALIFICADA DE COMENTARIOS Y RESEÑAS DE CLIENTES (UT4), SIN CONVERTIR EL CURSO EN UNA FORMACIÓN TÉCNICA DE AUTOMATIZACIÓN, SINO APLICANDO LA IA COMO UNA HERRAMIENTA MÁS AL SERVICIO DE UNA MEJOR EXPERIENCIA DEL CLIENTE.
DE ESTA MANERA, EL CURSO LLEVA EL COMPONENTE ESTRATÉGICO DE USO CONCRETO Y APLICABLE DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL A UN TERRENO DISTINTO Y COMPLEMENTARIO AL YA DESARROLLADO POR EL GREMIO EN 2025 CENTRADO EN LA OPTIMIZACIÓN COMERCIAL Y LA AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS DE VENTA, ENFOCÁNDOSE EN CAMBIO EN LA CALIDAD Y CONSISTENCIA DE LA EXPERIENCIA QUE PERCIBE EL CLIENTE, EN LÍNEA CON EL PROPÓSITO NACIONAL DE ACELERAR EL USO PRODUCTIVO Y RESPONSABLE DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COLOMBIANAS, SIN DUPLICAR CONTENIDOS YA EJECUTADOS EN LA VIGENCIA ANTERIOR.

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA

LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA ES ESPECIALIZADA PORQUE:
• ABORDA DE FORMA ESTRUCTURADA EL CICLO COMPLETO DE GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE COMPRENSIÓN CONCEPTUAL, DISEÑO, OPERACIÓN Y MEDICIÓN, INTEGRANDO HERRAMIENTAS ESPECÍFICAS DE UX (MAPA DE EXPERIENCIA, MAPA DE EMPATÍA, CANVAS DE PROPUESTA DE VALOR, SERVICE BLUEPRINT SIMPLIFICADO, MATRIZ DE PUNTOS DE CONTACTO) QUE NO FORMAN PARTE DE LA FORMACIÓN COMERCIAL BÁSICA NI DEL CATÁLOGO REGULAR DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA.
• NO SE TRATA DE UNA CAPACITACIÓN GENÉRICA DE SERVICIO AL CLIENTE, SINO DE UNA INTERVENCIÓN QUE COMBINA FUNDAMENTOS DE EXPERIENCIA DE USUARIO, COMUNICACIÓN COMERCIAL Y APOYO PROPORCIONADO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, APLICADOS DIRECTAMENTE AL CONTEXTO REAL DE CADA MIPYME PARTICIPANTE Y A SUS PROPIOS CANALES DE ATENCIÓN.
• CADA UNIDAD TEMÁTICA CULMINA EN UNA EVIDENCIA CONCRETA Y APLICABLE ANÁLISIS DE UN CASO PROPIO, EVALUACIÓN DE UN CANAL REAL, IDENTIFICACIÓN DE FRICCIONES EN UN PROCESO, CONSTRUCCIÓN DE UN PLAN DE MEJORA, EN LUGAR DE CONOCIMIENTO TEÓRICO DESARTICULADO DE LA PRÁCTICA EMPRESARIAL COTIDIANA.
• SU ENFOQUE METODOLÓGICO PERMITE QUE CADA BENEFICIARIO FINALICE EL CURSO CON UN DIAGNÓSTICO, UN DISEÑO DE MEJORA Y UN PLAN DE ACCIÓN PROPIOS, APLICABLES DE INMEDIATO A SU EMPRESA, SIN REQUERIR INVERSIÓN TECNOLÓGICA ADICIONAL NI LA CONTRATACIÓN DE PERSONAL ESPECIALIZADO EN EXPERIENCIA DE CLIENTE.
• SE ARTICULA DIRECTAMENTE CON LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA: LA GESTIÓN FRAGMENTADA E INTUITIVA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN LAS MIPYMES AFILIADAS Y DE CADENA PRODUCTIVA.
• GENERA UNA CAPACIDAD DIFERENCIAL Y TRANSFERIBLE DISEÑO, OPERACIÓN Y MEDICIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE QUE LAS PARTICIPANTES PODRÁN APLICAR DE MANERA RECURRENTE A NUEVOS PRODUCTOS, SERVICIOS O CANALES DE SU EMPRESA EN EL FUTURO, INCLUSO MÁS ALLÁ DE LA FINALIZACIÓN DEL CURSO.

IMPACTO EN EL DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR

1 • EL TRABAJADOR IDENTIFICARÁ LOS FACTORES QUE DETERMINAN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN SU MIPYME Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD COMERCIAL.

2. • EL TRABAJADOR DISEÑARÁ LA EXPERIENCIA QUE DEBE VIVIR EL CLIENTE EN UN CANAL FÍSICO O DIGITAL DE SU EMPRESA, APLICANDO HERRAMIENTAS BÁSICAS DE UX.
3. • EL TRABAJADOR IDENTIFICARÁ FRICCIONES OPERATIVAS EN UN PROCESO COMERCIAL REAL Y PROPONDRÁ AJUSTES CONCRETOS PARA RESOLVERLAS.
4. • EL TRABAJADOR APLICARÁ HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL DE MANERA PROPORCIONADA PARA APOYAR EL ANÁLISIS, DISEÑO, OPERACIÓN Y MEDICIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE.
5. • EL TRABAJADOR SELECCIONARÁ INDICADORES SIMPLES Y CONSTRUIRÁ UN PLAN DE MEJORA CONTINUA APLICABLE A SU EMPRESA.

IMPACTO EN LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD

1. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR LOGRARÁ MAYOR CONSISTENCIA EN LA INFORMACIÓN Y EL TRATO OFRECIDO A SUS CLIENTES ENTRE LOS DISTINTOS CANALES DE ATENCIÓN. RESULTADO DE PRODUCTIVIDAD
2. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR REDUCIRÁ FRICCIONES OPERATIVAS IDENTIFICADAS EN SUS PROCESOS INTERNOS, MEJORANDO LOS TIEMPOS DE RESPUESTA Y ATENCIÓN AL CLIENTE. RESULTADO DE PRODUCTIVIDAD
3. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR CONTARÁ CON UN PLAN DE MEJORA CONCRETO Y DE BAJO COSTO, PRIORIZADO A PARTIR DE INDICADORES SIMPLES DE EXPERIENCIA. RESULTADO DE PRODUCTIVIDAD
4. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR FORTALECERÁ SU REPUTACIÓN COMERCIAL Y SU CAPACIDAD DE FIDELIZACIÓN FRENTE A COMPETIDORES QUE GESTIONAN LA EXPERIENCIA DE FORMA INTUITIVA. RESULTADO DE COMPETITIVIDAD
5. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR MEJORARÁ SU POSICIONAMIENTO DENTRO DEL ECOSISTEMA GREMIAL, AL ELEVAR SUS ESTÁNDARES DE EXPERIENCIA EN COHERENCIA CON OTRAS EMPRESAS AFILIADAS Y DE SU CADENA PRODUCTIVA. RESULTADO DE COMPETITIVIDAD

COBERTURA — LUGARES DE EJECUCIÓN (10 GRUPOS)

Grupo 1

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO

SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (9 DE 10) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE EMPRESAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA, Y PERMITIENDO QUE EMPRESARIOS DE DISTINTOS DEPARTAMENTOS COMPARTAN EXPERIENCIAS Y BUENAS PRÁCTICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE PROPIAS DE SUS RESPECTIVOS TERRITORIOS.

Grupo 2

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA

CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (9 DE 10) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE EMPRESAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA, Y PERMITIENDO QUE EMPRESARIOS DE DISTINTOS DEPARTAMENTOS COMPARTAN EXPERIENCIAS Y BUENAS PRÁCTICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE PROPIAS DE SUS RESPECTIVOS TERRITORIOS.

Grupo 3

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y

CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (9 DE 10) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE EMPRESAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA, Y PERMITIENDO QUE EMPRESARIOS DE DISTINTOS DEPARTAMENTOS COMPARTAN EXPERIENCIAS Y BUENAS PRÁCTICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE PROPIAS DE SUS RESPECTIVOS TERRITORIOS.

Grupo 4

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (9 DE 10) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE EMPRESAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN

VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA, Y PERMITIENDO QUE EMPRESARIOS DE DISTINTOS DEPARTAMENTOS COMPARTAN EXPERIENCIAS Y BUENAS PRÁCTICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE PROPIAS DE SUS RESPECTIVOS TERRITORIOS.

Grupo 5

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (9 DE 10) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE EMPRESAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA, Y PERMITIENDO QUE EMPRESARIOS DE DISTINTOS DEPARTAMENTOS COMPARTAN EXPERIENCIAS Y BUENAS PRÁCTICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE PROPIAS DE SUS RESPECTIVOS TERRITORIOS.

Grupo 6

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (9 DE 10) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE EMPRESAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA, Y PERMITIENDO QUE EMPRESARIOS DE DISTINTOS DEPARTAMENTOS COMPARTAN EXPERIENCIAS Y BUENAS PRÁCTICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE PROPIAS DE SUS RESPECTIVOS TERRITORIOS.

Grupo 7

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO,

INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (9 DE 10) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE EMPRESAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA, Y PERMITIENDO QUE EMPRESARIOS DE DISTINTOS DEPARTAMENTOS COMPARTAN EXPERIENCIAS Y BUENAS PRÁCTICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE PROPIAS DE SUS RESPECTIVOS TERRITORIOS.

Grupo 8

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA

PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (9 DE 10) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE EMPRESAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA, Y PERMITIENDO QUE EMPRESARIOS DE DISTINTOS DEPARTAMENTOS COMPARTAN EXPERIENCIAS Y BUENAS PRÁCTICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE PROPIAS DE SUS RESPECTIVOS TERRITORIOS.

Grupo 9

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	50

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES

DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (9 DE 10) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE EMPRESAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA, Y PERMITIENDO QUE EMPRESARIOS DE DISTINTOS DEPARTAMENTOS COMPARTAN EXPERIENCIAS Y BUENAS PRÁCTICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE PROPIAS DE SUS RESPECTIVOS TERRITORIOS.

Grupo 10

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	20
NARIÑO	10
CAUCA	10
CHOCÓ	10

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.

PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LA MODALIDAD VIRTUAL PERMITE CONCENTRAR LA MAYOR PARTE DE LOS GRUPOS (9 DE 10) EN EL VALLE DEL CAUCA, DONDE SE ENCUENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE EMPRESAS AFILIADAS AL GREMIO, Y AL MISMO TIEMPO DESTINAR UN GRUPO ESPECÍFICO A LA VINCULACIÓN CONJUNTA DE BENEFICIARIOS DE CAUCA, NARIÑO Y CHOCÓ DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, MAXIMIZANDO ASÍ EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL SIN SACRIFICAR LA CONCENTRACIÓN OPERATIVA QUE FACILITA LA EJECUCIÓN VIRTUAL DEL CURSO A GRAN ESCALA, Y PERMITIENDO QUE EMPRESARIOS DE DISTINTOS DEPARTAMENTOS COMPARTAN EXPERIENCIAS Y BUENAS PRÁCTICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE PROPIAS DE SUS RESPECTIVOS TERRITORIOS.

MATERIAL DE FORMACIÓN

AMBIENTE DE APRENDIZAJE

AULA VIRTUAL

MATERIAL DE FORMACIÓN SELECCIONADO

CARTILLA DIGITAL

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

PODCAST

RECURSOS DIDÁCTICOS

Sin registros.

JUSTIFICACIÓN DEL MATERIAL DE FORMACIÓN

LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA CONTEMPLA LA ENTREGA DE MATERIAL DE FORMACIÓN EN LA MODALIDAD DE CARTILLA DIGITAL, ELABORADA ESPECÍFICAMENTE PARA ESTA ACCIÓN, CON EL FIN DE GARANTIZAR PROCESOS DE APRENDIZAJE ADAPTATIVOS, ACTUALIZABLES Y ACCESIBLES PARA EL PERFIL MULTISECTORIAL DE SUS EMPRESAS Y GRUPOS DE INTERÉS, EN CONSONANCIA CON LAS DINÁMICAS DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA Y TECNOLÓGICA QUE ENFRENTAN.
LA CARTILLA DIGITAL REÚNE, DE MANERA ESTRUCTURADA, LÓGICA Y SECUENCIAL, LOS CONTENIDOS CORRESPONDIENTES A CADA UNA DE LAS UNIDADES TEMÁTICAS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN, CONFORME A LOS LINEAMIENTOS TÉCNICOS DEFINIDOS POR EL(LOS) CAPACITADOR(ES) RESPONSABLES. SU PRODUCCIÓN ES RECIENTE, CON UNA ANTIGÜEDAD INFERIOR A DOS (2) AÑOS, LO QUE GARANTIZA LA VIGENCIA Y PERTINENCIA DE LA INFORMACIÓN FRENTE A LAS HERRAMIENTAS Y TENDENCIAS ABORDADAS EN LA FORMACIÓN.
ESTE MATERIAL ES COHERENTE Y PERTINENTE EN RAZÓN A LOS SIGUIENTES ASPECTOS:
• SU ESTRUCTURA Y CONTENIDO GUARDAN CORRESPONDENCIA DIRECTA CON LAS CINCO UNIDADES TEMÁTICAS DEL CURSO, INCLUYENDO PLANTILLAS SIMPLES DE LAS HERRAMIENTAS TRABAJADAS (MAPA DE EXPERIENCIA, MAPA DE EMPATÍA, CANVAS DE PROPUESTA DE VALOR, CHECKLIST UX) PARA CONSULTA Y APLICACIÓN DIRECTA.
• LOS CONTENIDOS SON ALTAMENTE ESPECIALIZADOS, AL SINTETIZAR HERRAMIENTAS DE EXPERIENCIA DE USUARIO, COMUNICACIÓN COMERCIAL Y APOYO PROPORCIONADO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL QUE NO FORMAN PARTE DE LA FORMACIÓN COMERCIAL BÁSICA.
• RESPONDE AL PERFIL DIVERSO DE LOS BENEFICIARIOS MIPYMES Y EMPRESAS DE CADENA PRODUCTIVA DE SECTORES COMERCIO, SERVICIOS E INDUSTRIA, EMPLEANDO UN LENGUAJE CLARO, PRÁCTICO Y APLICABLE A DISTINTOS TIPOS DE NEGOCIO.
• ES COHERENTE CON LA MODALIDAD VIRTUAL Y CON LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN FORMATO

PODCAST DEL CURSO, AL SERVIR COMO MATERIAL DE APOYO ESCRITO COMPLEMENTARIO A LOS CONTENIDOS SONOROS, FACILITANDO DISTINTOS ESTILOS DE APRENDIZAJE ENTRE LOS BENEFICIARIOS.
• SU FORMATO DIGITAL FACILITA SU DISPONIBILIDAD INMEDIATA PARA LOS 500 BENEFICIARIOS DE LOS 10 GRUPOS PROGRAMADOS, Y SU CONSULTA POSTERIOR AL CURSO PARA DAR CONTINUIDAD AL PLAN DE MEJORA CONSTRUIDO POR CADA PARTICIPANTE.
• EL MATERIAL DE FORMACIÓN CUMPLIRÁ CON LA NORMATIVIDAD VIGENTE EN CUANTO A PROPIEDAD INTELECTUAL.

INSUMOS

—

JUSTIFICACIÓN DE LOS INSUMOS

—

RUBROS DEL PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

RUBRO	JUSTIFICACIÓN	UNID.	VALOR UNIDAD	COFIN. SENA	%	ESPECIE	%	DINERO	%	TOTAL
R010.2 FORMACIÓN VIRTUAL - CURSO 40 HORAS R010.2 CURSO 40 HORAS. SE PRESUPUESTA DE MANERA GLOBAL POR PERSONA. INCLUYE TODOS LOS COSTOS DE VIRTUALIZACIÓN E IMPARTICIÓN (COSTOS DE PLATAFORMA, HONORARIOS DE CAPACITADORES NACIONALES O INTERNACIONALES, MATERIAL DE FORMACIÓN Y AYUDAS PROPIAS DE ESTA MODALIDAD)	CURSO VIRTUAL 40 HORAS	500	$1.242.000	$493.686.620	79.50%	$0	0.00%	$127.313.380	20.50%	**$621.000.000**
R012.4 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS EVENTOS DE FORMACIÓN - EDICIÓN PODCAST (5 MINUTOS) EDICIÓN PODCAST 5 MINUTOS	EDICIÓN PODCAST 5 MINUTOS	1	$550.000	$0	0.00%	$0	0.00%	$550.000	100.00%	**$550.000**
R013 PÓLIZAS DE SEGURO. GARANTÍAS REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO CON CARGO A LA CONTRAPARTIDA EN DINERO DEL CONVINIENTE.	GARANTÍAS REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	1	$720.000	$0	0.00%	$0	0.00%	$720.000	100.00%	**$720.000**
Subtotal rubros AF				**$493.686.620**	**79.34%**	**$0**	**0.00%**	**$128.583.380**	**20.66%**	**$622.270.000**

PRESUPUESTO TOTAL DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

CONCEPTO	COFIN. SENA	%	CONTRA. ESPECIE	%	CONTRA. DINERO	%	TOTAL
Subtotal rubros AF	$ 493.686.620	79.34%	$ 0	0.00%	$ 128.583.380	20.66%	**$ 622.270.000**
Gastos de operación	$ 62.227.000	100.00%	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	**$ 62.227.000**
Transferencia — 35 benef. (7.00% de beneficiarios)	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	$ 10.404.355	100.00%	**$ 10.404.355**
Total de la acción de formación	**$ 555.913.620**	**80.00%**	**$ 0**	**0.00%**	**$ 138.987.735**	**20.00%**	**$ 694.901.355**

SUBTOTAL RUBROS AF
$ 622.270.000

GASTOS DE OPERACIÓN
$ 62.227.000

TRANSFERENCIA
$ 10.404.355

VALOR TOTAL AF
$ 694.901.355

VALOR HORA × BENEFICIARIO **$ 34.225**

(Valor AF + Gastos de operación) / (N.º beneficiarios × horas por grupo) = $ 684.497.000 / (500 × 40)

3

ACCIÓN DE FORMACIÓN 3 DE LA FORMULACIÓN

↑ VOLVER AL LISTADO DE AF

DE LA TRADICIÓN AL MERCADO: PROPÓSITO, PROPUESTA DE VALOR Y COMUNICACIÓN PARA MUJERES EMPRENDEDORAS

TALLER | PRESENCIAL | 1 grupo(s) | 20 beneficiarios

Valor total AF
$ 10.695.945

INFORMACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

CONSECUTIVO
3

NECESIDAD ASOCIADA (N.º)
3

DIAGNÓSTICO ASOCIADO (N.º)
1

ENFOQUE DE LA AF
FORMACIÓN PARA MIPYMES

PROBLEMA O NECESIDAD DETECTADA

NECESIDAD AF3: LAS MUJERES LÍDERES DE UNIDADES PRODUCTIVAS EN CAUCA Y NARIÑO —VINCULADAS A PRÁCTICAS AGROPECUARIAS, ARTESANALES, TURÍSTICAS Y GASTRONÓMICAS TRADICIONALES— ENFRENTAN DIFICULTADES PARA TRADUCIR SU PROPÓSITO PERSONAL Y SU PATRIMONIO CULTURAL EN UNA PROPUESTA DE VALOR CLARA Y EN UNA COMUNICACIÓN COMERCIAL PERSUASIVA, LO QUE LIMITA SU CAPACIDAD DE POSICIONAR SUS EMPRENDIMIENTOS, ACCEDER A NUEVOS MERCADOS Y SER RECONOCIDAS COMO AGENTES ECONÓMICAS VISIBLES EN SUS TERRITORIOS.

JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DETECTADA

LAS MUJERES QUE LIDERAN UNIDADES PRODUCTIVAS EN LOS DEPARTAMENTOS DE CAUCA Y NARIÑO CONCENTRAN UNA PARTE SIGNIFICATIVA DEL TEJIDO EMPRESARIAL RURAL DE LA REGIÓN, VINCULADAS PRINCIPALMENTE A PRÁCTICAS AGROPECUARIAS, ARTESANALES, TURÍSTICAS Y GASTRONÓMICAS DE FUERTE ARRAIGO CULTURAL Y ANCESTRAL. SIN EMBARGO, UN NÚMERO IMPORTANTE DE ESTOS EMPRENDIMIENTOS, AUN SIENDO TÉCNICAMENTE SÓLIDOS EN SU OFICIO, CARECE DE HERRAMIENTAS PARA TRADUCIR SU HISTORIA PERSONAL Y SU PATRIMONIO CULTURAL EN UNA PROPUESTA DE VALOR DIFERENCIADA, Y PARA

COMUNICAR DICHA PROPUESTA DE MANERA PERSUASIVA ANTE CLIENTES, ALIADOS COMERCIALES O ESPACIOS DE COMERCIALIZACIÓN DENTRO Y FUERA DE SU TERRITORIO.
ESTE TALLER ATIENDE DICHA NECESIDAD AL OFRECER A LAS PARTICIPANTES UN RECORRIDO FORMATIVO CORTO PERO ALTAMENTE APLICADO Y EXPERIENCIAL, QUE PARTE DEL AUTOCONOCIMIENTO Y EL RECONOCIMIENTO COLECTIVO DE SU PATRIMONIO CULTURAL (UT1), AVANZA HACIA LA CONSTRUCCIÓN COLABORATIVA DE UNA PROPUESTA DE VALOR DIFERENCIADA A PARTIR DE DICHO PATRIMONIO (UT2), Y CULMINA CON EL DESARROLLO DE HABILIDADES DE COMUNICACIÓN Y PITCH PARA PRESENTAR ESA PROPUESTA ANTE EL MERCADO (UT3), GARANTIZANDO QUE CADA PARTICIPANTE SALGA CON UN EJERCICIO COMPLETO APLICADO A SU PROPIO EMPRENDIMIENTO.
DADA SU NATURALEZA DE TALLER DE 6 HORAS DE LAS CUALES 5 SON PRÁCTICAS, LA FORMACIÓN ATIENDE LA NECESIDAD IDENTIFICADA DE MANERA PARCIAL: ENTREGA A CADA PARTICIPANTE UN PRIMER EJERCICIO COMPLETO DE AUTOCONOCIMIENTO, PROPUESTA DE VALOR Y PITCH APLICADO A SU PROPIO EMPRENDIMIENTO, SIN AGOTAR EL ACOMPAÑAMIENTO DE MEDIANO PLAZO QUE REQUERIRÍA LA CONSOLIDACIÓN COMERCIAL DEFINITIVA DE CADA UNIDAD PRODUCTIVA, NI EL FORTALECIMIENTO TÉCNICO DE SUS PROCESOS DE PRODUCCIÓN, ASPECTOS QUE EXCEDEN EL ALCANCE DE UN EVENTO DE FORMACIÓN DE ESTA DURACIÓN.
DATOS INTERNOS GREMIO
CUALITATIVO: DE ACUERDO CON LOS ESPACIOS DE DIAGNÓSTICO PERMANENTE DEL COMITÉ DE LÍDERES DE LÍNEA DEL GRUPO MULTISECTORIAL, LAS MUJERES EMPRENDEDORAS VINCULADAS A PRÁCTICAS COMUNITARIAS TRADICIONALES EN CAUCA Y NARIÑO MANIFIESTAN CON FRECUENCIA QUE, SI BIEN DOMINAN TÉCNICAMENTE SU OFICIO (AGRÍCOLA, ARTESANAL, GASTRONÓMICO O TURÍSTICO), NO CUENTAN CON HERRAMIENTAS PARA PRESENTAR SU PROPUESTA DE MANERA PERSUASIVA ANTE CLIENTES, FERIAS COMERCIALES O ALIADOS ESTRATÉGICOS, LO QUE LIMITA SU ACCESO A MERCADOS DE MAYOR VALOR AGREGADO.
CUANTITATIVO: EL DIAGNÓSTICO DE LA LÍNEA BASE APLICADO REVELÓ QUE EL 90% DE LOS MICRONEGOCIOS LIDERADOS POR MUJERES, BASA SU COMERCIALIZACIÓN ÚNICAMENTE EN FERIAS LOCALES E INFORMALES. SON POCAS LAS MUJERES CON UNA PROPUESTA DE VALOR ESTRUCTURADA POR ESCRITO (23%) Y SON POCAS LASMUJERES QUE HAN RECIBIDO ENTRENAMIENTO PREVIO EN TÉCNICAS DE STORYTELLING O PITCH COMERCIAL PARA ACCEDER A MERCADOS DE MAYOR VALOR AGREGADO.
DATOS FUENTE EXTERNAS
DATO CUALITATIVO: DE ACUERDO CON ONU MUJERES, AUNQUE LAS MUJERES RURALES PARTICIPAN EN CADA ESLABÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA DESDE LA SIEMBRA Y TRANSFORMACIÓN HASTA LA COMERCIALIZACIÓN, SUS CONTRIBUCIONES SIGUEN SIENDO POCO VISIBILIZADAS, ESPECIALMENTE EN LOS ESPACIOS DE DECISIÓN ECONÓMICA, LO QUE CONFIRMA LA PERTINENCIA DE FORTALECER SUS HABILIDADES DE COMUNICACIÓN Y PRESENTACIÓN COMERCIAL COMO VÍA DE RECONOCIMIENTO ECONÓMICO. FUENTE: ONU MUJERES COLOMBIA, “MUJERES RURALES: SEMBRANDO IGUALDAD, COSECHANDO FUTURO” (2025): HTTPS://COLOMBIA.UNWOMEN.ORG/ES/STORIES/NOTICIA/2025/10/MUJERES-RURALES-SEMBRANDO-IGUALDAD-COSECHANDO-FUTURO
DATO CUANTITATIVO: EL EMPRENDIMIENTO LIDERADO POR MUJERES REPRESENTA EL 38% DE LOS NEGOCIOS REGISTRADOS EN EL SECTOR RURAL DE NARIÑO, SEGÚN EL DANE, EVIDENCIANDO EL PESO ECONÓMICO DE ESTE SEGMENTO Y LA PERTINENCIA DE FORTALECER SUS CAPACIDADES DE COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO COMERCIAL. FUENTE: TRAVESÍA EMPRENDEDORA, “EMPRENDIMIENTOS LIDERADOS POR MUJERES EN NARIÑO” (2025), CON BASE EN DATOS DEL DANE: HTTPS://REVISTAS.UMARIANA.EDU.CO/INDEX.PHP/TRAVESIAEMPRENDEDORA/ARTICLE/VIEW/4782
¿EL PROBLEMA/NECESIDAD SE ATIENDE PARCIAL O TOTAL?
PARCIAL. EL TALLER ENTREGA A CADA PARTICIPANTE UN PRIMER EJERCICIO APLICADO DE

AUTOCONOCIMIENTO, PROPUESTA DE VALOR Y PITCH; LA CONSOLIDACIÓN COMERCIAL DE MEDIANO PLAZO DE CADA UNIDAD PRODUCTIVA EXCEDE EL ALCANCE DE UN EVENTO DE FORMACIÓN DE 6 HORAS.

CAUSAS DEL PROBLEMA O NECESIDAD

1. ESCASA FORMACIÓN PREVIA EN HERRAMIENTAS DE AUTOCONOCIMIENTO Y LIDERAZGO QUE PERMITAN A LAS MUJERES EMPRENDEDORAS IDENTIFICAR Y COMUNICAR SU PROPÓSITO PERSONAL COMO BASE DE SU EMPRENDIMIENTO, MÁS ALLÁ DE LA EJECUCIÓN TÉCNICA COTIDIANA DE SU OFICIO.
2. AUSENCIA DE METODOLOGÍAS ESTRUCTURADAS DE PROPUESTA DE VALOR QUE INTEGREN EL PATRIMONIO CULTURAL Y LAS PRÁCTICAS COMUNITARIAS TRADICIONALES COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR FRENTE AL MERCADO, LIMITANDO SU CAPACIDAD DE DESTACARSE FRENTE A OTROS EMPRENDIMIENTOS SIMILARES.
3. BAJA EXPOSICIÓN A ESPACIOS DE PRÁCTICA DE COMUNICACIÓN COMERCIAL (PITCH, PRESENTACIÓN ANTE CLIENTES O ALIADOS), LO QUE LIMITA EL DESARROLLO DE HABILIDADES DE PERSUASIÓN Y NEGOCIACIÓN EN ESTAS MUJERES LÍDERES DE UNIDAD PRODUCTIVA, ESPECIALMENTE EN CONTEXTOS RURALES CON MENOR ACCESO A FORMACIÓN EMPRESARIAL.
4. PERSISTENCIA DE PATRONES CULTURALES QUE SUBVALORAN EL TRABAJO ECONÓMICO DE LAS MUJERES RURALES, DIFICULTANDO QUE ELLAS MISMAS RECONOZCAN Y COMUNIQUEN CON CONFIANZA EL VALOR DE SU PROPUESTA ANTE ACTORES COMERCIALES EXTERNOS A SU COMUNIDAD.
ESTAS CAUSAS EVIDENCIAN QUE LA BRECHA IDENTIFICADA NO RESPONDE A UNA FALTA DE CONOCIMIENTO TÉCNICO DE SU OFICIO QUE EN LA MAYORÍA DE LOS CASOS ES SÓLIDO Y TRANSMITIDO DE GENERACIÓN EN GENERACIÓN, SINO A LA AUSENCIA DE HERRAMIENTAS DE AUTOCONOCIMIENTO, PROPUESTA DE VALOR Y COMUNICACIÓN QUE LES PERMITAN TRADUCIR SU PATRIMONIO CULTURAL EN UNA VENTAJA COMPETITIVA REAL Y VISIBLE DENTRO DEL MERCADO.

EFECTOS DEL PROBLEMA O NECESIDAD

1. PERSISTENCIA DE EMPRENDIMIENTOS TÉCNICAMENTE SÓLIDOS PERO CON BAJO POSICIONAMIENTO COMERCIAL, AL NO LOGRAR COMUNICAR DE MANERA EFECTIVA SU PROPUESTA DE VALOR ANTE CLIENTES, FERIAS O ALIADOS ESTRATÉGICOS DENTRO Y FUERA DE SU TERRITORIO.
2. MENOR ACCESO A MERCADOS DE MAYOR VALOR AGREGADO (FERIAS ESPECIALIZADAS, COMERCIO CON IDENTIDAD CULTURAL, TURISMO EXPERIENCIAL, CANALES DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS TRADICIONALES), AL NO VISIBILIZAR EL COMPONENTE PATRIMONIAL COMO FACTOR DIFERENCIADOR DE SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS.
3. INVISIBILIZACIÓN CONTINUA DEL APORTE ECONÓMICO DE LAS MUJERES RURALES EN ESPACIOS DE DECISIÓN COMERCIAL Y ECONÓMICA, PERPETUANDO BRECHAS DE RECONOCIMIENTO, DE INGRESOS Y DE PARTICIPACIÓN EN CADENAS DE VALOR DE MAYOR ESCALA.
4. PÉRDIDA DE OPORTUNIDADES DE FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD TERRITORIAL Y CULTURAL DE CAUCA Y NARIÑO COMO ACTIVO ECONÓMICO DIFERENCIAL FRENTE A OTRAS REGIONES DEL PAÍS, DEBILITANDO LA PRESERVACIÓN MISMA DE LAS PRÁCTICAS COMUNITARIAS TRADICIONALES AL NO ENCONTRAR EN ELLAS UNA VÍA DE SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA.
DE NO EJECUTARSE ESTE TALLER, ESTOS EFECTOS SE MANTENDRÁN Y SE PROFUNDIZARÁN CON EL TIEMPO, LIMITANDO EL DESARROLLO DE UN LIDERAZGO EMPRESARIAL FEMENINO QUE INTEGRE DE MANERA EFECTIVA EL PATRIMONIO CULTURAL COMO PALANCA DE COMPETITIVIDAD, DE ACCESO A NUEVOS MERCADOS Y DE PRESERVACIÓN DE LAS TRADICIONES QUE DAN IDENTIDAD A ESTOS TERRITORIOS.

OBJETIVO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

FORTALECER EN LAS MUJERES LÍDERES DE UNIDADES PRODUCTIVAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL EN CAUCA Y NARIÑO LA CAPACIDAD DE RECONOCER SU PROPÓSITO PERSONAL Y SU PATRIMONIO CULTURAL, TRADUCIRLO EN UNA PROPUESTA DE VALOR DIFERENCIADA Y COHERENTE CON SUS PRÁCTICAS COMUNITARIAS TRADICIONALES, Y COMUNICARLA DE MANERA CLARA Y PERSUASIVA ANTE EL MERCADO MEDIANTE UN PITCH ESTRUCTURADO, FORTALECIENDO ASÍ SU POSICIONAMIENTO COMERCIAL Y EL DEL GREMIO QUE REPRESENTA.
JUSTIFICACIÓN PARA QUÉ LA FORMACIÓN
PARA LOS TRABAJADORES:
• RECONOCER SU PROPÓSITO PERSONAL Y SU PATRIMONIO CULTURAL COMO BASE SÓLIDA DE SU LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN EMPRESARIAL.
• CONSOLIDAR UNA PROPUESTA DE VALOR DIFERENCIADA A PARTIR DE SUS SABERES, OFICIOS Y PRÁCTICAS TRADICIONALES, APLICABLE DE INMEDIATO A SU PROPIO EMPRENDIMIENTO.
• DESARROLLAR HABILIDADES DE COMUNICACIÓN Y PITCH APLICABLES DE FORMA INMEDIATA ANTE CLIENTES, FERIAS, RUEDAS DE NEGOCIO O ALIADOS COMERCIALES.
PARA LAS EMPRESAS:
• CONTAR CON LÍDERES CAPACES DE POSICIONAR LA UNIDAD PRODUCTIVA CON UNA PROPUESTA DE VALOR CLARA, DIFERENCIADA Y CULTURALMENTE COHERENTE.
• MEJORAR SU CAPACIDAD DE ACCESO A MERCADOS DE MAYOR VALOR AGREGADO, LIGADOS A LA IDENTIDAD CULTURAL Y PATRIMONIAL DEL TERRITORIO DE CAUCA Y NARIÑO.
• FORTALECER SU VISIBILIDAD Y RECONOCIMIENTO COMERCIAL FRENTE A CLIENTES, ALIADOS, FERIAS Y ESPACIOS DE COMERCIALIZACIÓN DENTRO Y FUERA DE LA REGIÓN.
EN FUNCIÓN DEL LOGRO PARA LAS TRABAJADORAS Y SUS UNIDADES PRODUCTIVAS, EL ALCANCE DEL OBJETIVO Y LA COHERENCIA CONTRA LA BRECHA IDENTIFICADA, SE TIENE:
ESTE OBJETIVO ES COMPLETAMENTE ALCANZABLE DEBIDO A QUE EL TALLER ENTREGA, EN UN FORMATO CORTO Y ALTAMENTE PRÁCTICO DE COAPRENDIZAJE COLECTIVO, UN RECORRIDO COMPLETO DE AUTOCONOCIMIENTO, PROPUESTA DE VALOR Y PITCH APLICADO AL EMPRENDIMIENTO REAL DE CADA PARTICIPANTE, Y ESTÁ DIRECTAMENTE ALINEADO CON LA SOLUCIÓN A LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA, SIN PRETENDER AGOTAR PROCESOS DE ACOMPAÑAMIENTO COMERCIAL DE MEDIANO Y LARGO PLAZO QUE EXCEDEN EL ALCANCE DE UN EVENTO DE 6 HORAS.

DATOS DEL EVENTO

EVENTO DE FORMACIÓN
TALLER

MODALIDAD DE FORMACIÓN
PRESENCIAL

METODOLOGÍA DE FORMACIÓN
TEÓRICO - PRÁCTICA

GRUPOS Y BENEFICIARIOS

N.º DE HORAS POR GRUPO
6

N.º DE GRUPOS
1

BENEFICIARIOS PRESENCIALES / GRUPO
20

BENEFICIARIOS VIRTUALES / GRUPO
0

TOTAL DE HORAS DE LA AF

6

TOTAL DE BENEFICIARIOS DE LA AF

20

PERFIL DE LOS BENEFICIARIOS

ÁREAS FUNCIONALES

DIRECCIÓN | VENTAS | PRODUCCIÓN | MARKETING | INNOVACIÓN

JUSTIFICACIÓN DE ÁREAS FUNCIONALES

EL TALLER ESTÁ DIRIGIDO A MUJERES QUE, EN SU MAYORÍA, ASUMEN SIMULTÁNEAMENTE VARIAS FUNCIONES DENTRO DE SU PROPIA UNIDAD PRODUCTIVA DIRECCIÓN, PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN DADA LA NATURALEZA DE LAS MICROUNIDADES ECONÓMICAS LIDERADAS POR ELLAS EN LOS SECTORES AGROPECUARIO, ARTESANAL, TURÍSTICO Y GASTRONÓMICO, DONDE NO EXISTE UNA SEPARACIÓN FORMAL DE ÁREAS COMO EN UNA EMPRESA DE MAYOR TAMAÑO. EN CONSONANCIA CON ESTA REALIDAD Y CON EL CONTENIDO DEL TALLER, SE PRIORIZAN LAS SIGUIENTES ÁREAS FUNCIONALES:
JUSTIFICACIÓN POR ÁREA PRIORIZADA:
• DIRECCIÓN: COMO LÍDERES DE SU PROPIA UNIDAD PRODUCTIVA, SON QUIENES DEFINEN EL RUMBO ESTRATÉGICO DEL EMPRENDIMIENTO Y REQUIEREN FORTALECER SU PROPÓSITO Y LIDERAZGO PERSONAL COMO BASE DE ESA DIRECCIÓN, ESPECIALMENTE EN UN CONTEXTO DONDE LA UNIDAD PRODUCTIVA DEPENDE DIRECTAMENTE DE SU VISIÓN Y DECISIÓN.
• VENTAS: LA COMERCIALIZACIÓN DIRECTA DE SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS EXIGE HABILIDADES DE COMUNICACIÓN Y PITCH QUE LES PERMITAN CERRAR NEGOCIOS, FIDELIZAR CLIENTES Y ACCEDER A NUEVOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DENTRO Y FUERA DE SU TERRITORIO.
• MARKETING: LA CONSTRUCCIÓN DE UNA PROPUESTA DE VALOR DIFERENCIADA A PARTIR DE SU PATRIMONIO CULTURAL ES, EN ESENCIA, UN EJERCICIO DE POSICIONAMIENTO DE MARCA Y DE COMUNICACIÓN COMERCIAL QUE REQUIERE HERRAMIENTAS PROPIAS DE ESTA ÁREA FUNCIONAL.
• PRODUCCIÓN: AL SER ELLAS MISMAS QUIENES EJECUTAN LAS PRÁCTICAS AGROPECUARIAS, ARTESANALES O GASTRONÓMICAS TRADICIONALES, DEBEN PODER TRADUCIR ESE SABER TÉCNICO EN UN RELATO DE VALOR COMPRENSIBLE Y ATRACTIVO PARA EL CLIENTE FINAL.
• INNOVACIÓN: EL EJERCICIO DE CONECTAR PATRIMONIO CULTURAL CON PROPUESTA DE VALOR IMPLICA UN PROCESO DE INNOVACIÓN EN LA FORMA DE PRESENTAR, EMPACAR Y COMERCIALIZAR PRODUCTOS Y SERVICIOS TRADICIONALES, SIN PERDER SU ESENCIA CULTURAL.

NIVELES OCUPACIONALES

ALTA DIRECCIÓN | OPERATIVO | MEDIO

JUSTIFICACIÓN DE NIVELES OCUPACIONALES

DADA LA NATURALEZA DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS CONVOCADAS MICROEMPRESAS Y EMPRENDIMIENTOS FAMILIARES LIDERADOS DIRECTAMENTE POR MUJERES EN CONTEXTOS RURALES DE CAUCA Y NARIÑO, LOS NIVELES OCUPACIONALES PRESENTES SE CONCENTRAN EN LA ALTA DIRECCIÓN Y EN EL NIVEL OPERATIVO, SIN QUE EXISTA, EN LA MAYORÍA DE LOS CASOS, UNA ESTRUCTURA INTERMEDIA DIFERENCIADA COMO LA QUE TENDRÍA UNA EMPRESA DE MAYOR TAMAÑO.
JUSTIFICACIÓN POR NIVEL OCUPACIONAL PRIORIZADO:
• ALTA DIRECCIÓN: CADA PARTICIPANTE ES, AL MISMO TIEMPO, PROPIETARIA Y DIRECTORA DE SU PROPIA

UNIDAD PRODUCTIVA; REQUIERE EL DESARROLLO DEL TALLER PARA FORTALECER SU PROPÓSITO, LIDERAZGO Y CAPACIDAD DE DECISIÓN ESTRATÉGICA SOBRE EL RUMBO COMERCIAL DE SU EMPRENDIMIENTO, INCLUYENDO LA DEFINICIÓN DE A QUÉ MERCADOS DIRIGIRSE Y CÓMO POSICIONAR SU OFERTA.
• NIVEL OPERATIVO: DADO QUE ESTAS MISMAS MUJERES EJECUTAN DIRECTAMENTE LAS LABORES AGROPECUARIAS, ARTESANALES, GASTRONÓMICAS O TURÍSTICAS DE SU UNIDAD PRODUCTIVA, EL TALLER LES PERMITE TRADUCIR SU CONOCIMIENTO TÉCNICO Y SU PATRIMONIO CULTURAL EN UNA PROPUESTA DE VALOR Y UN DISCURSO COMERCIAL APLICABLE DE INMEDIATO EN SU DÍA A DÍA PRODUCTIVO, CERRANDO LA BRECHA ENTRE EL SABER HACER Y EL SABER COMUNICAR Y VENDER.
• NIVEL MEDIO: EN LAS UNIDADES PRODUCTIVAS DE MAYOR ESCALA DENTRO DEL GRUPO CONVOCADO (AQUELLAS QUE YA CUENTAN CON UNA PEQUEÑA ESTRUCTURA DE APOYO, COMO UN FAMILIAR O COLABORADOR ENCARGADO DE COORDINAR LA PRODUCCIÓN, LAS VENTAS O LA ATENCIÓN AL CLIENTE), ESTA PERSONA CUMPLE UN ROL DE NIVEL MEDIO QUE RESULTA CLAVE PARA QUE LA PROPUESTA DE VALOR Y EL PITCH CONSTRUIDOS DURANTE EL TALLER SE TRADUZCAN EN CAMBIOS REALES Y SOSTENIDOS EN EL DÍA A DÍA DEL NEGOCIO, MÁS ALLÁ DE LA DECISIÓN DE LA LÍDER O PROPIETARIA.

OCUPACIONES CUOC

11200 - DIRECTORES Y GERENTES GENERALES
14200 - GERENTES DE COMERCIOS AL POR MAYOR Y AL POR MENOR
14399 - OTROS GERENTES Y ADMINISTRADORES DE SERVICIOS NO CLASIFICADOS EN OTRAS OCUPACIONES
13110 - DIRECTORES Y GERENTES DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA Y SILVICULTURA
61112 - TRABAJADORES AGRÍCOLAS CALIFICADOS DE CULTIVOS EXTENSIVOS
73140 - ALFAREROS Y CERAMISTAS (BARRO Y ARCILLA)
73152 - ARTESANOS TRABAJOS EN VIDRIO
51131 - GUÍAS DE TURISMO
51132 - ANFITRIONES TURÍSTICOS LOCALES
94110 - COCINEROS DE COMIDAS RÁPIDAS
61131 - AGRICULTORES DE HUERTAS, INVERNADEROS, VIVEROS Y JARDINES
34340 - CHEFS
51201 - COCINEROS
51322 - BARISTAS

DATOS NUMÉRICOS DE BENEFICIARIOS

TRABAJADORES MUJERES
20

EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD
0

EMPRESAS CON MODELO BIC
0

MIPYMES (SI APLICA)

N.º DE EMPRESAS MIPYMES
1

N.º DE TRABAJADORES DE EMPRESAS MIPYMES
2

JUSTIFICACIÓN MIPYMES Y TRABAJADORES A BENEFICIAR

EL GRUPO MULTISECTORIAL SE CONSOLIDA COMO UNO DE LOS GREMIOS EMPRESARIALES DE MAYOR TRAYECTORIA E INCIDENCIA EN EL SUROCCIDENTE COLOMBIANO: CON 15 AÑOS DE OPERACIÓN, AGRUPA A 35 ORGANIZACIONES DE LA REGIÓN PACÍFICA PERTENECIENTES A 23 SECTORES ECONÓMICOS, Y AGREMIA DIRECTAMENTE A MÁS DE 4.500 MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS. ESTA TRAYECTORIA Y

REPRESENTATIVIDAD, VERIFICABLE A TRAVÉS DE SUS CANALES INSTITUCIONALES, SUSTENTA SU LEGITIMIDAD COMO INTERLOCUTOR DE LAS NECESIDADES REALES DEL TEJIDO EMPRESARIAL REGIONAL.
SU CAPACIDAD DE DIAGNÓSTICO MULTISECTORIAL ARTICULADA A TRAVÉS DEL OBSERVATORIO MIPYME Y SU COMITÉ DE LÍDERES DE LÍNEA, CONFORMADO POR MÁS DE 40 EXPERTOS SECTORIALES PERMITE IDENTIFICAR BRECHAS DE FORMACIÓN A PARTIR DE INFORMACIÓN REAL, VALIDADA Y CONTEXTUALIZADA. EN ESTE MARCO, LA PRESENTE ACCIÓN DE FORMACIÓN TIENE COMO GRUPO OBJETIVO A LAS EMPRESAS MIPYMES AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL, GARANTIZANDO QUE LOS CONTENIDOS PROPUESTOS RESPONDAN DE MANERA PERTINENTE A SUS NECESIDADES DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD.
LA PARTICIPACIÓN DE MUJERES AL FRENTE DE UNIDADES PRODUCTIVAS MIPYME RESULTA ESPECIALMENTE PERTINENTE EN ESTE TALLER, DADO QUE SON PRECISAMENTE ESTAS MICROUNIDADES ECONÓMICAS AGROPECUARIAS, ARTESANALES, TURÍSTICAS Y GASTRONÓMICAS LAS QUE CON MAYOR FRECUENCIA CARECEN DE HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO COMERCIAL, A PESAR DE CONTAR CON UN PATRIMONIO CULTURAL Y TÉCNICO SÓLIDO TRANSMITIDO DE GENERACIÓN EN GENERACIÓN. EL CONTENIDO DEL TALLER, CENTRADO EN PROPÓSITO, PROPUESTA DE VALOR Y PITCH, ES DIRECTAMENTE APLICABLE A LA REALIDAD DE ESTAS MIPYMES, SIN REQUERIR INVERSIÓN TECNOLÓGICA NI ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES COMPLEJAS QUE ESTAS UNIDADES PRODUCTIVAS, POR SU ESCALA, NO POSEEN.
PARA LAS PARTICIPANTES, EL APORTE SE TRADUCE EN UNA PROPUESTA DE VALOR PROPIA, LISTA PARA SER COMUNICADA ANTE CLIENTES Y ALIADOS DESDE EL MISMO DÍA DEL TALLER; PARA SUS UNIDADES PRODUCTIVAS, EL BENEFICIO SE REFLEJA EN UN MEJOR POSICIONAMIENTO COMERCIAL Y EN MAYORES POSIBILIDADES DE ACCESO A MERCADOS QUE VALORAN LA IDENTIDAD CULTURAL Y TERRITORIAL DE SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS, CONTRIBUYENDO DIRECTAMENTE AL FORTALECIMIENTO DEL TEJIDO EMPRESARIAL MIPYME QUE PERSIGUE LA CONVOCATORIA.

CADENA PRODUCTIVA (SI APLICA)

N.º DE EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA
5

N.º DE TRABAJADORES DE LA CADENA PRODUCTIVA
10

JUSTIFICACIÓN CADENA PRODUCTIVA

EXTENDER LA COBERTURA DE LA FORMACIÓN A LOS TRABAJADORES DE EMPRESAS QUE INTEGRAN LA CADENA PRODUCTIVA DE LOS AFILIADOS AL GRUPO MULTISECTORIAL CONSTITUYE UNA DECISIÓN ESTRATÉGICA ORIENTADA A FORTALECER EL ECOSISTEMA EMPRESARIAL MULTISECTORIAL EN SU CONJUNTO. ESTAS EMPRESAS PROVEEDORES, DISTRIBUIDORES, PRESTADORES DE SERVICIOS TECNOLÓGICOS Y DEMÁS ESLABONES DE SOPORTE AUNQUE NO OSTENTEN LA CALIDAD DE AFILIADAS DIRECTAS, INCIDEN DE MANERA DIRECTA EN LA PRODUCTIVIDAD, LA EFICIENCIA OPERATIVA Y LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES NÚCLEO DEL GREMIO, POR LO QUE SU FORTALECIMIENTO REDUNDA EN BENEFICIO DE TODO EL SECTOR PRODUCTIVO REPRESENTADO.
FORMAR CONJUNTAMENTE A LOS TRABAJADORES DE LA CADENA PRODUCTIVA PERMITE ALINEAR CAPACIDADES TÉCNICAS ENTRE ESLABONES, MEJORAR LA COORDINACIÓN INTEREMPRESARIAL, ACELERAR LA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES A LO LARGO DE TODA LA CADENA, Y CONSOLIDAR RELACIONES DE COOPERACIÓN MÁS ÁGILES, CONTINUAS Y SOSTENIBLES EN EL TIEMPO. DE ESTA MANERA, LA ACCIÓN DE FORMACIÓN NO SOLO RESPONDE A LA NECESIDAD PUNTUAL IDENTIFICADA EN LA EMPRESA/GREMIO, SINO QUE PROMUEVE ACTIVAMENTE LA ARTICULACIÓN ENTRE EMPRESAS, PROVEEDORES Y DEMÁS ACTORES DE LA CADENA PRODUCTIVA, EN LÍNEA CON EL PROPÓSITO DE FORTALECER LA COMPETITIVIDAD TERRITORIAL Y SECTORIAL QUE PERSIGUE LA CONVOCATORIA.
EN ESTE TALLER, LA CADENA PRODUCTIVA INCLUYE PROVEEDORAS DE INSUMOS, ALIADAS COMERCIALES Y

PRESTADORAS DE SERVICIOS QUE TRABAJAN DE LA MANO CON LAS UNIDADES PRODUCTIVAS LIDERADAS POR MUJERES EN CAUCA, TALES COMO TRANSPORTADORAS DE PRODUCTO, COMERCIALIZADORAS LOCALES Y ORGANIZACIONES DE APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN RURAL, ACTIVADORES DE PRODUCTOS TURÍSTICOS. SU INCLUSIÓN PERMITE QUE EL EJERCICIO DE PROPUESTA DE VALOR Y COMUNICACIÓN COMERCIAL SE CONSTRUYA DE MANERA ARTICULADA CON QUIENES HACEN PARTE DEL MISMO CIRCUITO DE PRODUCCIÓN, TRANSFORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN, FORTALECIENDO LA COHERENCIA DEL MENSAJE QUE SE LLEVA AL MERCADO Y EVITANDO QUE EL TRABAJO DE LA EMPRENDEDORA SE DILUYA POR FALTA DE ALINEACIÓN CON SUS ALIADOS DIRECTOS DE CADENA.

ECONOMÍA CAMPESINA (SI APLICA)

N.º DE TRABAJADORES DE LA ECONOMÍA CAMPESINA

NO APLICA

JUSTIFICACIÓN TRABAJADORES ECONOMÍA CAMPESINA

NO APLICA

ECONOMÍA POPULAR (SI APLICA)

N.º DE TRABAJADORES DE LA ECONOMÍA POPULAR

5

JUSTIFICACIÓN TRABAJADORES ECONOMÍA POPULAR

LAS UNIDADES PRODUCTIVAS AGRÍCOLAS, ARTESANALES, GASTRONÓMICAS Y TURÍSTICAS DE BAJA ESCALA LIDERADAS POR MUJERES EN CAUCA CORRESPONDEN, EN BUENA PARTE, A ECONOMÍA POPULAR; SU PARTICIPACIÓN EN EL TALLER FORTALECE SUS CAPACIDADES DE COMUNICACIÓN COMERCIAL Y CONTRIBUYE A LA INCLUSIÓN PRODUCTIVA Y AL ACCESO A MERCADOS DE ESTAS UNIDADES ECONÓMICAS.

SECTORES Y SUBSECTORES DEL BENEFICIARIO

SECTOR(ES) AL QUE PERTENECEN LOS BENEFICIARIOS

TRANSVERSAL | INDUSTRIAL | COMERCIO | SERVICIOS

SUBSECTOR(ES) AL QUE PERTENECEN LOS BENEFICIARIOS

TRANSVERSAL | INDUSTRIA | COMERCIO | SERVICIOS

CLASIFICACIÓN DE LA AF POR SECTOR(ES)

TRANSVERSAL

CLASIFICACIÓN DE LA AF POR SUBSECTOR(ES)

TRANSVERSAL

JUSTIFICACIÓN DE SECTORES Y SUBSECTORES

EL GRUPO MULTISECTORIAL AGREMIA EMPRESAS CON PRESENCIA PREDOMINANTE EN EL SECTOR SERVICIOS (CONSULTORÍA EMPRESARIAL, CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, MERCADEO, TECNOLOGÍA, RECURSOS HUMANOS Y LOGÍSTICA), SEGUIDO DE LOS SECTORES INDUSTRIA, COMERCIO, SALUD, EDUCACIÓN, TRANSPORTE, AGROINDUSTRIA Y TURISMO. ESTA COMPOSICIÓN EVIDENCIA EL CARÁCTER GENUINAMENTE MULTISECTORIAL DEL GREMIO Y SUSTENTA LA CLASIFICACIÓN DE LA PRESENTE ACCIÓN DE FORMACIÓN EN EL SECTOR SERVICIOS Y EL SUBSECTOR TRANSVERSAL, DADO QUE LAS COMPETENCIAS DESARROLLADAS EN LA FORMACIÓN RESPONDEN A NECESIDADES COMUNES DE GESTIÓN, PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD QUE ATRAVIESAN DE MANERA HORIZONTAL A LAS EMPRESAS AGREMIADAS, CON INDEPENDENCIA DE SU ACTIVIDAD ECONÓMICA PARTICULAR.
ESTA DIVERSIDAD SECTORIAL GARANTIZA QUE LOS BENEFICIARIOS DE LA FORMACIÓN REPRESENTEN EFECTIVAMENTE AL CONJUNTO DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL MULTISECTORIAL QUE AGRUPA EL GREMIO, Y NO A UN NICHO PRODUCTIVO ESPECÍFICO, LO CUAL REFUERZA LA PERTINENCIA DE UN ENFOQUE TRANSVERSAL EN LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA.
EN CONSECUENCIA, PARA LA PRESENTE ACCIÓN DE FORMACIÓN SE SELECCIONA COMO SECTOR EL DE SERVICIOS Y COMO SUBSECTOR EL TRANSVERSAL, EN ATENCIÓN A QUE DICHA COMBINACIÓN REFLEJA DE MANERA MÁS FIEL LA NATURALEZA HORIZONTAL DE LAS COMPETENCIAS IMPARTIDAS Y LA COMPOSICIÓN MULTISECTORIAL REAL DE LAS EMPRESAS AGREMIADAS Y DE SU CADENA PRODUCTIVA.
EN EL CASO PARTICULAR DE ESTE TALLER, LAS COMPETENCIAS DESARROLLADAS RECONOCER EL PROPÓSITO PERSONAL, CONSTRUIR UNA PROPUESTA DE VALOR CON IDENTIDAD CULTURAL Y COMUNICARLA MEDIANTE UN PITCH PERSUASIVO SON APLICABLES POR IGUAL A UNA UNIDAD PRODUCTIVA AGROPECUARIA, ARTESANAL, TURÍSTICA O GASTRONÓMICA, INDEPENDIENTEMENTE DE SU ACTIVIDAD ECONÓMICA ESPECÍFICA, YA QUE NO DEPENDEN DE UNA TÉCNICA PRODUCTIVA PARTICULAR SINO DE UNA CAPACIDAD DE COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO COMERCIAL COMÚN A TODAS ELLAS. POR ESTA RAZÓN SE RATIFICA LA CLASIFICACIÓN EN EL SECTOR SERVICIOS Y SUBSECTOR TRANSVERSAL, DADO QUE EL TALLER NO DESARROLLA UNA TÉCNICA PRODUCTIVA SECTORIAL ESPECÍFICA, SINO UNA CAPACIDAD TRANSVERSAL DE COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO COMERCIAL APLICABLE AL CONJUNTO DIVERSO DE UNIDADES PRODUCTIVAS LIDERADAS POR MUJERES EN EL TERRITORIO DE CAUCA.

UNIDADES TEMÁTICAS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN (3)

UT N.º 1 — PROPÓSITO Y PATRIMONIO: EL SER DETRÁS DEL EMPRENDIMIENTO

HORAS PRÁCTICAS	HORAS TEÓRICAS	TOTAL DE HORAS
1	1	2

PERFIL DEL CAPACITADOR

PERFIL / RUBRO	HORAS
R01.1.3 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE ESPECIALIZACIÓN Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	2

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMÁTICA

• RECONOCIMIENTO COLECTIVO DE SABERES, OFICIOS Y PRÁCTICAS COMUNITARIAS TRADICIONALES (AGROPECUARIAS, ARTESANALES, TURÍSTICAS, GASTRONÓMICAS) MEDIANTE EL INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS ENTRE LAS PARTICIPANTES, IDENTIFICANDO CÓMO DICHAS PRÁCTICAS CONSTITUYEN

PARTE DE SU IDENTIDAD PERSONAL Y DEL PROPÓSITO DE CADA EMPRENDIMIENTO.
• AUTOCONOCIMIENTO APLICADO AL EMPRENDIMIENTO A TRAVÉS DE UN EJERCICIO GUIADO TIPO IKIGAI, DESARROLLADO EN CÍRCULO DE DIÁLOGO GRUPAL, DONDE CADA PARTICIPANTE COMPARTE Y RECIBE RETROALIMENTACIÓN DE SUS COMPAÑERAS SOBRE SU PROPÓSITO PERSONAL COMO BASE DEL LIDERAZGO Y LA MOTIVACIÓN EMPRESARIAL.
• RESIGNIFICACIÓN COLABORATIVA DE MIEDOS Y CREENCIAS LIMITANTES EN FORTALEZAS DE LIDERAZGO, MEDIANTE TRABAJO EN GRUPOS PEQUEÑOS QUE RESUELVEN, A PARTIR DE CASOS REALES DE LAS PROPIAS PARTICIPANTES, CÓMO DICHAS BARRERAS HAN SIDO SUPERADAS POR OTRAS EMPRENDEDORAS DEL TERRITORIO.

COMPETENCIA POR ADQUIRIR

COMPETENCIA: "RECONOCER EL PROPÓSITO PERSONAL Y EL PATRIMONIO CULTURAL PROPIO COMO BASE DEL LIDERAZGO Y LA MOTIVACIÓN EMPRESARIAL, APLICANDO HERRAMIENTAS DE AUTOCONOCIMIENTO PARA FORTALECER LA IDENTIDAD DE SU UNIDAD PRODUCTIVA."
• ¿CUÁL ES LA ACCIÓN?: RECONOCER EL PROPÓSITO PERSONAL Y EL PATRIMONIO CULTURAL PROPIO COMO BASE DEL LIDERAZGO Y LA MOTIVACIÓN EMPRESARIAL.
• ¿CUÁLES SON LOS CONOCIMIENTOS INTEGRADOS?: MÉTODO IKIGAI DE AUTOCONOCIMIENTO APLICADO AL CONTEXTO EMPRESARIAL; IDENTIFICACIÓN DE FORTALEZAS, MOTIVACIONES Y CREENCIAS LIMITANTES PROPIAS DE LA TRAYECTORIA PERSONAL; VALORACIÓN DE SABERES, OFICIOS Y PRÁCTICAS COMUNITARIAS TRADICIONALES (AGROPECUARIAS, ARTESANALES, TURÍSTICAS Y GASTRONÓMICAS) COMO ACTIVO PERSONAL Y EMPRESARIAL; HERRAMIENTAS DE REFLEXIÓN GUIADA Y DE DIÁLOGO GRUPAL PARA LA RESIGNIFICACIÓN DE BARRERAS DE LIDERAZGO.
• ¿CUÁL ES EL CONTEXTO DE APLICACIÓN?: LA UNIDAD PRODUCTIVA PROPIA DE CADA PARTICIPANTE, EN LOS SECTORES AGROPECUARIO, ARTESANAL, TURÍSTICO O GASTRONÓMICO, EN EL TERRITORIO DE CAUCA Y NARIÑO REPRESENTADO POR EL GRUPO MULTISECTORIAL Y SU CADENA PRODUCTIVA, EN UN ESPACIO DE COAPRENDIZAJE COLECTIVO DONDE EL SABER Y LA EXPERIENCIA DE UNAS PARTICIPANTES ENRIQUECEN EL PROCESO DE AUTOCONOCIMIENTO DE LAS DEMÁS.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

TORBELLINO DE IDEAS | DISCUSIÓN Y DEBATES EN GRUPO | SOCIALIZACIÓN DE CONCEPTOS | EXPOSICIONES DEL CAPACITADOR

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Sin información registrada.

UT N.º 2 — PROPUESTA DE VALOR CON IDENTIDAD CULTURAL

HORAS PRÁCTICAS	HORAS TEÓRICAS	TOTAL DE HORAS
2	0	2

PERFIL DEL CAPACITADOR

PERFIL / RUBRO	HORAS
R01.1.3 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE ESPECIALIZACIÓN Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	2

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMÁTICA

• TRADUCCIÓN COLECTIVA DEL PROPÓSITO PERSONAL Y DEL PATRIMONIO CULTURAL IDENTIFICADO EN LA PRIMERA UNIDAD TEMÁTICA A UNA PROPUESTA DE VALOR DIFERENCIADA Y ORIENTADA AL MERCADO, MEDIANTE TRABAJO EN EQUIPOS PEQUEÑOS QUE COMPARTEN Y RETROALIMENTAN LOS AVANCES DE CADA EMPRENDIMIENTO.
• IDENTIFICACIÓN CONJUNTA DE ELEMENTOS DIFERENCIADORES DEL EMPRENDIMIENTO A PARTIR DE SUS SABERES, OFICIOS Y PRÁCTICAS TRADICIONALES (RECETAS, TÉCNICAS ARTESANALES, RUTAS TURÍSTICAS, PRÁCTICAS AGROPECUARIAS ANCESTRALES), RESOLVIENDO EN EQUIPO LOS RETOS REALES QUE CADA PARTICIPANTE ENFRENTA EN SU PROPIO CONTEXTO PRODUCTIVO.
• CONSTRUCCIÓN COLABORATIVA DE UN LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR QUE CONECTE LA IDENTIDAD CULTURAL DEL EMPRENDIMIENTO CON LAS NECESIDADES, EXPECTATIVAS Y PERCEPCIÓN DE VALOR DE SUS CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES, A PARTIR DEL INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS ENTRE LAS PARTICIPANTES.

COMPETENCIA POR ADQUIRIR

COMPETENCIA: "CONSOLIDAR LA PROPUESTA DE VALOR DE SU UNIDAD PRODUCTIVA, INTEGRANDO SUS PRÁCTICAS COMUNITARIAS TRADICIONALES COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR FRENTE AL MERCADO."
• ¿CUÁL ES LA ACCIÓN?: CONSOLIDAR LA PROPUESTA DE VALOR DE SU UNIDAD PRODUCTIVA.
• ¿CUÁLES SON LOS CONOCIMIENTOS INTEGRADOS?: METODOLOGÍA DE LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR APLICADA A MICROUNIDADES PRODUCTIVAS; IDENTIFICACIÓN DE ELEMENTOS DIFERENCIADORES DE ORIGEN CULTURAL Y PATRIMONIAL; RELACIÓN ENTRE PATRIMONIO CULTURAL, PERCEPCIÓN DE VALOR DEL CLIENTE Y DECISIÓN DE COMPRA; TÉCNICAS DE TRABAJO COLABORATIVO PARA LA CONSTRUCCIÓN CONJUNTA DE PROPUESTAS DE VALOR ENTRE PARTICIPANTES.
• ¿CUÁL ES EL CONTEXTO DE APLICACIÓN?: EL MERCADO LOCAL Y REGIONAL DE CADA PARTICIPANTE EN CAUCA Y NARIÑO, INCLUYENDO CLIENTES DIRECTOS, FERIAS, RUTAS COMERCIALES Y ESPACIOS DE COMERCIALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA POPULAR Y CAMPESINA, CONSTRUIDO DE MANERA COLABORATIVA CON EL APORTE DE EXPERIENCIAS DE LAS DEMÁS INTEGRANTES DEL GRUPO.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

TAREAS EN EQUIPO | MÉTODO DE CASOS

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Sin información registrada.

UT N.º 3 — COMUNICACIÓN, STORYTELLING Y PITCH CON ENFOQUE PATRIMONIAL

HORAS PRÁCTICAS	HORAS TEÓRICAS	TOTAL DE HORAS
2	0	2

PERFIL DEL CAPACITADOR

PERFIL / RUBRO	HORAS
R01.1.3 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE ESPECIALIZACIÓN Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	2

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMÁTICA

• CONSTRUCCIÓN COLECTIVA DE UN RELATO (STORYTELLING) QUE COMUNIQUE DE MANERA CLARA Y PERSUASIVA EL PROPÓSITO, LA PROPUESTA DE VALOR Y EL COMPONENTE CULTURAL DEL EMPRENDIMIENTO, CON RETROALIMENTACIÓN CRUZADA ENTRE PARTICIPANTES ORGANIZADAS EN PAREJAS O TRÍOS.
• TÉCNICAS DE PRESENTACIÓN ORAL (PITCH) ANTE CLIENTES, ALIADOS COMERCIALES O POTENCIALES INVERSIONISTAS, RESALTANDO EL VALOR DIFERENCIAL DE LAS PRÁCTICAS COMUNITARIAS TRADICIONALES, PRACTICADAS MEDIANTE EJERCICIOS GRUPALES DE SIMULACIÓN.
• PRÁCTICA DE PITCH ANTE EL GRUPO COMPLETO, SIMULANDO ESCENARIOS REALES DE NEGOCIACIÓN, FERIA COMERCIAL O PRESENTACIÓN ANTE UN ALIADO ESTRATÉGICO, CON RETROALIMENTACIÓN COLABORATIVA E INTERCAMBIO DE SUGERENCIAS ENTRE TODAS LAS PARTICIPANTES.

COMPETENCIA POR ADQUIRIR

COMPETENCIA: "COMUNICAR DE MANERA CLARA Y PERSUASIVA LA PROPUESTA DE VALOR DE SU EMPRENDIMIENTO MEDIANTE UN PITCH ESTRUCTURADO QUE RESALTE SU COMPONENTE DE IDENTIDAD CULTURAL, EN ESCENARIOS REALES DE NEGOCIACIÓN COMERCIAL."
• ¿CUÁL ES LA ACCIÓN?: COMUNICAR DE MANERA PERSUASIVA LA PROPUESTA DE VALOR DE SU EMPRENDIMIENTO.
• ¿CUÁLES SON LOS CONOCIMIENTOS INTEGRADOS?: ESTRUCTURA NARRATIVA (STORYTELLING) CENTRADA EN PROPÓSITO Y PATRIMONIO CULTURAL; TÉCNICAS DE PRESENTACIÓN ORAL Y PITCH COMERCIAL; MANEJO DE OBJECIONES Y PREGUNTAS DEL PÚBLICO; RETROALIMENTACIÓN COLABORATIVA ENTRE PARES COMO HERRAMIENTA DE MEJORA CONTINUA DEL DISCURSO COMERCIAL.
• ¿CUÁL ES EL CONTEXTO DE APLICACIÓN?: ESCENARIOS REALES O SIMULADOS DE NEGOCIACIÓN COMERCIAL, RUEDAS DE NEGOCIO O PRESENTACIÓN ANTE ALIADOS Y CLIENTES, EN EL TERRITORIO DE CAUCA Y NARIÑO, PRACTICADOS EN UN AMBIENTE DE COAPRENDIZAJE COLECTIVO DONDE CADA PARTICIPANTE RECIBE Y OFRECE RETROALIMENTACIÓN A SUS COMPAÑERAS.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

JUEGO DE ROLES | DISCUSIÓN Y DEBATES EN GRUPO

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Sin información registrada.

ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

RETO NACIONAL

AGROECOLOGÍA, AGRICULTURA, AGROINDUSTRIA, BIOECONOMÍA, SOSTENIBILIDAD Y GESTIÓN AMBIENTAL (BASES DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO, COLOMBIA POTENCIA MUNDIAL DE LA VIDA 2022 – 2026 Y ESTRATEGIA PRIORIZADA POR LA DIRECCIÓN DEL

COMPONENTE ESTRATÉGICO

PRÁCTICAS COMUNITARIAS Y TRADICIONALES (GASTRONOMÍA, TURISMO, ARTESANÍAS) - DSNFT.

SISTEMA NACIONAL DE FORMACIÓN PARA EL TRABAJO DEL SENA – DSNFT)

JUSTIFICACIÓN DE LA ALINEACIÓN

LA PRESENTE ACCIÓN DE FORMACIÓN SE ALINEA CON EL RETO NACIONAL “AGROECOLOGÍA, AGRICULTURA, AGROINDUSTRIA, BIOECONOMÍA, SOSTENIBILIDAD Y GESTIÓN AMBIENTAL”, Y ESPECÍFICAMENTE CON EL COMPONENTE ESTRATÉGICO PRIORIZADO POR LA DIRECCIÓN DEL SISTEMA NACIONAL DE FORMACIÓN PARA EL TRABAJO DEL SENA (DSNFT) “PRÁCTICAS COMUNITARIAS Y TRADICIONALES (GASTRONOMÍA, TURISMO, ARTESANÍAS)”.
LAS TRES UNIDADES TEMÁTICAS DEL TALLER MATERIALIZAN DIRECTAMENTE ESTE COMPONENTE ESTRATÉGICO: LA UT1 PARTE DEL RECONOCIMIENTO EXPLÍCITO Y COLECTIVO DE LOS SABERES, OFICIOS Y PRÁCTICAS COMUNITARIAS TRADICIONALES (AGROPECUARIAS, ARTESANALES, GASTRONÓMICAS Y TURÍSTICAS) COMO BASE DEL PROPÓSITO PERSONAL DE CADA PARTICIPANTE; LA UT2 TRADUCE ESAS MISMAS PRÁCTICAS TRADICIONALES EN UNA PROPUESTA DE VALOR DIFERENCIADA PARA EL MERCADO, CONSTRUIDA DE MANERA COLABORATIVA ENTRE LAS PARTICIPANTES; Y LA UT3 DESARROLLA LA CAPACIDAD DE COMUNICAR DICHO PATRIMONIO CULTURAL DE MANERA PERSUASIVA ANTE CLIENTES Y ALIADOS COMERCIALES, MEDIANTE EJERCICIOS PRÁCTICOS DE PITCH Y RETROALIMENTACIÓN GRUPAL.
DE ESTA MANERA, EL TALLER NO ABORDA LAS PRÁCTICAS COMUNITARIAS Y TRADICIONALES COMO UN TEMA ACCESORIO O UNA MENCIÓN PROTOCOLARIA, SINO COMO EL EJE CENTRAL Y TRANSVERSAL DE SUS TRES UNIDADES TEMÁTICAS, FORTALECIENDO LAS CAPACIDADES DE MUJERES LIDERESAS DE CAUCA PARA PRESERVAR, VALORIZAR Y COMERCIALIZAR SU PATRIMONIO CULTURAL GASTRONÓMICO, TURÍSTICO Y ARTESANAL, EN LÍNEA DIRECTA CON EL PROPÓSITO DEL COMPONENTE ESTRATÉGICO SELECCIONADO, CON EL ENFOQUE DE GÉNERO QUE ORIENTA LA CONVOCATORIA, Y CON LA VOCACIÓN PRODUCTIVA REAL DE LOS TERRITORIOS DONDE SE EJECUTA.

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA

LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA ES ESPECIALIZADA PORQUE:
• ABORDA DE FORMA ESTRUCTURADA LA CONEXIÓN ENTRE AUTOCONOCIMIENTO, PATRIMONIO CULTURAL Y ESTRATEGIA COMERCIAL, INTEGRANDO METODOLOGÍAS ESPECÍFICAS (IKIGAI, LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR, STORYTELLING Y PITCH) QUE NO FORMAN PARTE DE LA FORMACIÓN BÁSICA EN EMPRENDIMIENTO NI SE ENSEÑAN DE MANERA ARTICULADA EN PROGRAMAS CONVENCIONALES.
• NO SE TRATA DE UNA CHARLA GENÉRICA SOBRE EMPRENDIMIENTO FEMENINO, SINO DE UNA INTERVENCIÓN ALTAMENTE APLICADA Y DE COAPRENDIZAJE COLECTIVO, EN LA QUE CADA PARTICIPANTE TRABAJA DIRECTAMENTE SOBRE SU PROPIA UNIDAD PRODUCTIVA Y SU PROPIO PATRIMONIO CULTURAL, CON RETROALIMENTACIÓN REAL DE SUS PARES.
• INCORPORA UN ENFOQUE DIFERENCIAL DE GÉNERO Y DE VALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL, DIRIGIDO ESPECÍFICAMENTE A MUJERES LÍDERES DE UNIDADES PRODUCTIVAS EN TERRITORIOS CON FUERTE PRESENCIA DE PRÁCTICAS COMUNITARIAS TRADICIONALES, COMO CAUCA.
• SU ENFOQUE METODOLÓGICO EXPERIENCIAL, COLABORATIVO Y CENTRADO EN LA PROPIA HISTORIA DE CADA PARTICIPANTE PERMITE QUE CADA BENEFICIARIA SALGA DEL TALLER CON UNA PROPUESTA DE VALOR Y UN PITCH YA CONSTRUIDOS, PRACTICADOS Y APLICABLES DE INMEDIATO EN SU EMPRENDIMIENTO.
• SE ARTICULA DIRECTAMENTE CON LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA: LA DIFICULTAD DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS PARA TRADUCIR SU PATRIMONIO CULTURAL EN UNA PROPUESTA DE VALOR COMUNICABLE Y COMERCIALMENTE EFECTIVA, UN FENÓMENO DOCUMENTADO EN ESTUDIOS RECIENTES SOBRE MUJERES RURALES EN EL SUROCCIDENTE COLOMBIANO.
• GENERA UNA CAPACIDAD DIFERENCIAL Y TRANSFERIBLE COMUNICACIÓN PERSUASIVA DE UNA PROPUESTA

DE VALOR CON IDENTIDAD CULTURAL QUE LAS PARTICIPANTES PODRÁN APLICAR DE MANERA RECURRENTE EN FERIAS, RUEDAS DE NEGOCIO Y RELACIONAMIENTO COMERCIAL FUTURO, MÁS ALLÁ DE LA DURACIÓN MISMA DEL TALLER.

IMPACTO EN EL DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR

1. • EL TRABAJADOR RECONOCERÁ SU PROPÓSITO PERSONAL Y SU PATRIMONIO CULTURAL COMO BASE DE SU LIDERAZGO EMPRESARIAL.
2. • EL TRABAJADOR CONSTRUIRÁ UNA PROPUESTA DE VALOR DIFERENCIADA PARA SU UNIDAD PRODUCTIVA A PARTIR DE SUS PRÁCTICAS COMUNITARIAS TRADICIONALES.
3. • EL TRABAJADOR ESTRUCTURARÁ UN RELATO (STORYTELLING) QUE COMUNIQUE DE MANERA CLARA EL VALOR CULTURAL Y COMERCIAL DE SU EMPRENDIMIENTO.
4. • EL TRABAJADOR APLICARÁ TÉCNICAS DE PITCH PARA PRESENTAR SU PROPUESTA ANTE CLIENTES, ALIADOS O ESPACIOS DE COMERCIALIZACIÓN.
5. • EL TRABAJADOR FORTALECERÁ SU CONFIANZA Y SU CAPACIDAD DE NEGOCIACIÓN EN ESCENARIOS COMERCIALES REALES O SIMULADOS.

IMPACTO EN LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD

1. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR CONTARÁ CON UNA PROPUESTA DE VALOR CLARA Y DIFERENCIADA, LISTA PARA SER UTILIZADA EN SU GESTIÓN COMERCIAL COTIDIANA. RESULTADO DE PRODUCTIVIDAD
2. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR MEJORARÁ SU CAPACIDAD DE COMUNICACIÓN CON CLIENTES Y ALIADOS, REDUCIENDO EL TIEMPO REQUERIDO PARA CERRAR NEGOCIACIONES COMERCIALES. RESULTADO DE PRODUCTIVIDAD
3. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR OPTIMIZARÁ EL USO DE SU PATRIMONIO CULTURAL COMO RECURSO DE COMERCIALIZACIÓN, SIN REQUERIR INVERSIÓN ADICIONAL EN INSUMOS O TECNOLOGÍA. RESULTADO DE PRODUCTIVIDAD
4. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR FORTALECERÁ SU POSICIONAMIENTO FRENTE A OTROS EMPRENDIMIENTOS SIMILARES, AL DIFERENCIARSE MEDIANTE UNA PROPUESTA DE VALOR CON IDENTIDAD CULTURAL. RESULTADO DE COMPETITIVIDAD
5. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR AMPLIARÁ SU ACCESO A MERCADOS QUE VALORAN LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CON COMPONENTE PATRIMONIAL, CULTURAL Y TERRITORIAL. RESULTADO DE COMPETITIVIDAD

COBERTURA — LUGARES DE EJECUCIÓN (1 GRUPO)

Grupo 1

DEPARTAMENTO (PRESENCIAL)
CAUCA

CIUDAD / MUNICIPIO (PRESENCIAL)
POPAYÁN

BENEFICIARIOS

20

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
ESTE TALLER SE EJECUTA DIRECTAMENTE EN LOS DEPARTAMENTOS DE CAUCA, AMBOS CON PUNTAJES BAJOS EN EL ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025, LO QUE MAXIMIZA EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL DE LA CONVOCATORIA Y, AL MISMO TIEMPO, RESPONDE A LA NECESIDAD REAL DE FORTALECER A LAS MUJERES LÍDERES DE UNIDADES PRODUCTIVAS VINCULADAS A PRÁCTICAS COMUNITARIAS TRADICIONALES EN ESTOS TERRITORIOS, EN ALIANZA CON UNA ORGANIZACIÓN LOCAL QUE APOYA LA CONVOCATORIA Y SELECCIÓN DE LAS 20 PARTICIPANTES. LA EJECUCIÓN PRESENCIAL IN SITU RESULTA INDISPENSABLE PARA ESTE TALLER, DADO QUE SU METODOLOGÍA DE COAPRENDIZAJE COLECTIVO, INTERCAMBIO DE SABERES Y RETROALIMENTACIÓN GRUPAL DIRECTA NO SERÍA REPLICABLE CON LA MISMA PROFUNDIDAD EN UNA MODALIDAD VIRTUAL O HÍBRIDA.

MATERIAL DE FORMACIÓN

AMBIENTE DE APRENDIZAJE

SALONES (HOTELES, LABORATORIOS, AULAS GASTRONOMÍA, SALONES EMPRESARIALES)

MATERIAL DE FORMACIÓN SELECCIONADO

CARTILLA DIGITAL

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

INFOGRAFÍA

RECURSOS DIDÁCTICOS

Sin registros.

JUSTIFICACIÓN DEL MATERIAL DE FORMACIÓN

LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA CONTEMPLA LA ENTREGA DE MATERIAL DE FORMACIÓN EN LA MODALIDAD DE CARTILLA DIGITAL, ELABORADA ESPECÍFICAMENTE PARA ESTA ACCIÓN, CON EL FIN DE GARANTIZAR PROCESOS DE APRENDIZAJE ADAPTATIVOS, ACTUALIZABLES Y ACCESIBLES PARA EL PERFIL DE SUS BENEFICIARIAS, EN CONSONANCIA CON LAS DINÁMICAS DE FORTALECIMIENTO COMERCIAL Y CULTURAL QUE ENFRENTAN.
LA CARTILLA DIGITAL REÚNE, DE MANERA ESTRUCTURADA, LÓGICA Y SECUENCIAL, LOS CONTENIDOS CORRESPONDIENTES A CADA UNA DE LAS UNIDADES TEMÁTICAS DEL TALLER, CONFORME A LOS LINEAMIENTOS TÉCNICOS DEFINIDOS POR LA CAPACITADORA RESPONSABLE. SU PRODUCCIÓN ES RECIENTE, CON UNA ANTIGÜEDAD INFERIOR A DOS (2) AÑOS, LO QUE GARANTIZA LA VIGENCIA Y PERTINENCIA DE LA INFORMACIÓN FRENTE A LAS METODOLOGÍAS ABORDADAS EN LA FORMACIÓN.
ESTE MATERIAL ES COHERENTE Y PERTINENTE EN RAZÓN A LOS SIGUIENTES ASPECTOS:
• SU ESTRUCTURA Y CONTENIDO GUARDAN CORRESPONDENCIA DIRECTA CON LAS TRES UNIDADES TEMÁTICAS DEL TALLER, RESUMIENDO EL RECORRIDO DE PROPÓSITO, PROPUESTA DE VALOR Y PITCH DE FORMA CLARA, VISUAL Y DE FÁCIL CONSULTA DURANTE Y DESPUÉS DE LAS SESIONES.
• LOS CONTENIDOS SON ALTAMENTE ESPECIALIZADOS, AL SINTETIZAR METODOLOGÍAS DE AUTOCONOCIMIENTO (IKIGAI), LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR Y STORYTELLING COMERCIAL QUE NO FORMAN PARTE DE LA FORMACIÓN BÁSICA EN EMPRENDIMIENTO NI SUELEN ESTAR AL ALCANCE DE MUJERES LÍDERES DE UNIDADES PRODUCTIVAS RURALES.
• RESPONDE AL PERFIL DIVERSO DE LAS BENEFICIARIAS MUJERES LÍDERES DE UNIDADES PRODUCTIVAS AGROPECUARIAS, ARTESANALES, TURÍSTICAS Y GASTRONÓMICAS, EMPLEANDO UN LENGUAJE CLARO, CERCANO Y APLICABLE A DISTINTOS OFICIOS Y PRÁCTICAS TRADICIONALES DEL TERRITORIO.
• ES COHERENTE CON LA METODOLOGÍA EMINENTEMENTE PRÁCTICA Y COLABORATIVA DEL TALLER, AL SERVIR COMO GUÍA DE CONSULTA DURANTE LOS EJERCICIOS INDIVIDUALES Y GRUPALES DE CADA UNIDAD TEMÁTICA, SIN INTERRUMPIR LA DINÁMICA DE COAPRENDIZAJE COLECTIVO.
• SU FORMATO DIGITAL FACILITA SU DISPONIBILIDAD INMEDIATA PARA LAS 20 BENEFICIARIAS DEL GRUPO Y SU CONSULTA POSTERIOR AL EVENTO, PARA DAR CONTINUIDAD AL PLAN DE ACCIÓN Y A LA PROPUESTA DE VALOR CONSTRUIDA DURANTE EL TALLER.
• EL MATERIAL DE FORMACIÓN CUMPLIRÁ CON LA NORMATIVIDAD VIGENTE EN CUANTO A PROPIEDAD INTELECTUAL.

INSUMOS

—

JUSTIFICACIÓN DE LOS INSUMOS

—

RUBROS DEL PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

RUBRO	JUSTIFICACIÓN	UNID.	VALOR UNIDAD	COFIN. SENA	%	ESPECIE	%	DINERO	%	TOTAL
R01.1.3 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE ESPECIALIZACIÓN Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS PROFESIONAL CON TÍTULO DE	HONORARIOS EXPERTO NACIONAL ESPECIALIZACIÓN	6	$ 440.000	$ 2.640.000	100.00%	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	**$ 2.640.000**

RUBRO	JUSTIFICACIÓN	UNID.	VALOR UNIDAD	COFIN. SENA	%	ESPECIE	%	DINERO	%	TOTAL
ESPECIALIZACIÓN Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS. SE ACEPTA LA EQUIVALENCIA DEL TÍTULO DE ESPECIALIZACIÓN POR: DOS (2) AÑOS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL ADICIONAL A LA EXIGIDA, RELACIONADA CON LA FORMACIÓN A IMPARTIR, SIEMPRE Y CUANDO SE ACREDITE EL TÍTULO PROFESIONAL.										
R02.1 ALOJAMIENTO, MANUTENCIÓN Y TRANSPORTE LOCAL - CAPACITADOR NACIONAL APLICA PARA TODOS LOS CAPACITADORES NACIONALES, INDEPENDIENTE DE SU PERFIL Y FORMACIÓN ACADÉMICA. INCLUYE CAPACITADORES INTERNOS NACIONALES LOS CUALES ESTARÁN A CARGO DE LA CONTRAPARTIDA EN DINERO DEL CONVINIENTE.	ALOJAMIENTO, MANUTENCIÓN Y TRANSPORTE LOCAL CAPACITADOR 1	1	$ 450.000	$ 450.000	100.00%	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	**$ 450.000**
R04 TIQUETES AÉREOS, TERRESTRES INTERMUNICIPALES Y/O FLUVIAL SE RECONOCERÁ EL VALOR DE LOS TIQUETES AÉREOS, TERRESTRES INTERMUNICIPALES Y/O FLUVIAL DE LOS CAPACITADORES NACIONALES E INTERNACIONALES Y TRADUCTORES. SE INCLUYEN LOS CAPACITADORES	TIQUETE AÉREO NACIONAL IDA Y VUELTA TARIFA ECONÓMICA	1	$ 1.000.000	$ 1.000.000	100.00%	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	**$ 1.000.000**

RUBRO	JUSTIFICACIÓN	UNID.	VALOR UNIDAD	COFIN. SENA	%	ESPECIE	%	DINERO	%	TOTAL
INTERNOS QUE ESTÉNPROGRAMADOS PREVIAMENTE DENTRO DE LASACCIONES DE FORMACIÓN LOS CUALES ESTARÁN A CARGO DE LA CONTRAPARTIDA EN DINERO DEL CONVINIENTE.										
R05.3.1 MATERIAL DE FORMACIÓN - DIAGRAMACIÓN - DIAGRAMACIÓN CARTILLA DIAGRAMACIÓN CARTILLA SERVICIO DE DIAGRAMACIÓN PARA CARTILLA DE 60 PÁGINAS. SE PAGARÁ SOLO UNA VEZ POR ACCIÓN DE FORMACIÓN.	DIAGRAMACIÓN CARTILLA	1	$ 2.800.000	$ 1.138.000	40.64%	$ 0	0.00%	$ 1.662.000	59.36%	**$ 2.800.000**
R07.1.1.3 ALQUILER DE SALONES Y/O ESPACIOS - SALONES, HOTELES, LABORATORIOS, AULAS GASTRONOMÍA, SALONES EMPRESARIALES) - HASTA 30 BENEFICIARIOS PARA FORMACIONES HASTA 30 BENEFICIARIOS. SALONES HOTELES, LABORATORIOS, AULAS GASTRONOMÍA, SALONES EMPRESARIALES)	SALÓN EMPRESARIAL 30 PERSONAS	6	$ 395.000	$ 2.370.000	100.00%	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	**$ 2.370.000**
R012.7 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS EVENTOS DE FORMACIÓN - DISEÑO E IMPRESIÓN DE INFOGRAFIA DISEÑO E IMPRESIÓN DE INFOGRAFÍA	DISEÑO E IMPRESIÓN DE INFOGRAFÍA	1	$ 260.000	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	$ 260.000	100.00%	**$ 260.000**
R013 PÓLIZAS DE SEGURO. GARANTÍAS REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO CON CARGO A LA CONTRAPARTIDA EN DINERO DEL CONVINIENTE.	GARANTÍAS REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	1	$ 58.000	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	$ 58.000	100.00%	**$ 58.000**
Subtotal rubros AF				**$ 7.598.000**	**79.33%**	**$ 0**	**0.00%**	**$ 1.980.000**	**20.67%**	**$ 9.578.000**

PRESUPUESTO TOTAL DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

CONCEPTO	COFIN. SENA	%	CONTRA. ESPECIE	%	CONTRA. DINERO	%	TOTAL
Subtotal rubros AF	$ 7.598.000	79.33%	$ 0	0.00%	$ 1.980.000	20.67%	**$ 9.578.000**
Gastos de operación	$ 957.800	100.00%	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	**$ 957.800**
Transferencia — 1 benef. (5.00% de beneficiarios)	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	$ 160.145	100.00%	**$ 160.145**
Total de la acción de formación	**$ 8.555.800**	**79.99%**	**$ 0**	**0.00%**	**$ 2.140.145**	**20.01%**	**$ 10.695.945**

SUBTOTAL RUBROS AF
$ 9.578.000

GASTOS DE OPERACIÓN
$ 957.800

TRANSFERENCIA
$ 160.145

VALOR TOTAL AF
$ 10.695.945

VALOR HORA × BENEFICIARIO **$ 87.798**

(Valor AF + Gastos de operación) / (N.º beneficiarios × horas por grupo) = $ 10.535.800 / (20 × 6)

4

ACCIÓN DE FORMACIÓN 4 DE LA FORMULACIÓN

↑ VOLVER AL LISTADO DE AF

GERENCIA AUMENTADA: DISEÑA TU AGENTE DE IA PARA CUALQUIER RETO DE TU EMPRESA

TALLER-BOOTCAMP | PRESENCIAL | 1 grupo(s) | 10 beneficiarios

Valor total AF
$ 36.208.530

INFORMACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

CONSECUTIVO
4

NECESIDAD ASOCIADA (N.º)
4

DIAGNÓSTICO ASOCIADO (N.º)
1

ENFOQUE DE LA AF
FORMACIÓN EN EL TRABAJO

PROBLEMA O NECESIDAD DETECTADA

NECESIDAD AF4: LOS GERENTES Y PERFILES ESTRATÉGICOS DE LAS EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL Y DE SU CADENA PRODUCTIVA ENFRENTAN RETOS EMPRESARIALES COMPLEJOS Y DIVERSOS (COMERCIALES, OPERATIVOS, DE ABASTECIMIENTO O DE TALENTO) SIN CONTAR CON AGENTES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL DISEÑADOS A LA MEDIDA DE SU PROPIO NEGOCIO, LO QUE LIMITA SU CAPACIDAD DE TOMAR DECISIONES ÁGILES, BASADAS EN DATOS, Y DE ANTICIPARSE A LOS CAMBIOS DE UN ENTORNO EMPRESARIAL CADA VEZ MÁS COMPETITIVO.

JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DETECTADA

LOS GERENTES Y PERFILES ESTRATÉGICOS DE LAS EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL, ASÍ COMO LOS DE SU CADENA PRODUCTIVA, ENFRENTAN A DIARIO RETOS EMPRESARIALES COMPLEJOS Y DE NATURALEZA DIVERSA COMERCIALES, OPERATIVOS, DE ABASTECIMIENTO, DE TALENTO HUMANO, ENTRE OTROS, PARA LOS CUALES LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL DISPONIBLES EN EL MERCADO SUELEN SER GENÉRICAS, NO DISEÑADAS A LA MEDIDA DEL RETO ESPECÍFICO DE CADA ORGANIZACIÓN. ESTO LLEVA A QUE MUCHOS DIRECTIVOS ADOPTEN SOLUCIONES DE IA DE MANERA SUPERFICIAL, SIN LOGRAR QUE

RESPONDAN REALMENTE A SU PROBLEMÁTICA DE NEGOCIO, O QUE SIMPLEMENTE SE ABSTENGAN DE EXPLORAR SU USO POR DESCONOCIMIENTO DE CÓMO DISEÑAR Y ENTRENAR UN AGENTE PROPIO.
ESTE BOOTCAMP ATIENDE DICHA NECESIDAD AL OFRECER A LOS PARTICIPANTES UNA INMERSIÓN INTENSIVA DE 16 HORAS EN LA QUE CADA UNO DIAGNOSTICA UN RETO REAL DE SU EMPRESA (UT1), EXPLORA Y DISEÑA UN AGENTE DE IA ENTRENADO Y PROBADO MEDIANTE REALIDAD AUMENTADA ESPECÍFICAMENTE PARA ESE RETO (UT3), Y CULMINA SUSTENTANDO SU SOLUCIÓN Y FORMULANDO UN PLAN DE ACCIÓN CONCRETO PARA IMPLEMENTARLA EN SU ORGANIZACIÓN (UT4), COMPLEMENTADO CON LA UNIDAD TRANSVERSAL OBLIGATORIA SOBRE ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS Y COMPETITIVIDAD TERRITORIAL (UT2).
DADA SU NATURALEZA DE BOOTCAMP UN MODELO DE APRENDIZAJE ACELERADO E INMERSIVO DE 16 HORAS CONTINUAS, LA FORMACIÓN ATIENDE LA NECESIDAD IDENTIFICADA DE MANERA PARCIAL: CADA PARTICIPANTE SALE CON UN PROTOTIPO DE AGENTE DE IA DISEÑADO, PROBADO Y CON UN PLAN DE ACCIÓN DEFINIDO, SIN AGOTAR EL DESARROLLO TÉCNICO COMPLETO, LA INTEGRACIÓN CON LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN EXISTENTES EN CADA EMPRESA, NI EL ACOMPAÑAMIENTO DE IMPLEMENTACIÓN DE MEDIANO PLAZO, ASPECTOS QUE EXCEDEN EL ALCANCE DE UN EVENTO DE FORMACIÓN DE ESTA DURACIÓN.
DATOS INTERNOS GREMIO
CUALITATIVO: DE ACUERDO CON LOS ESPACIOS DE DIAGNÓSTICO PERMANENTE DEL COMITÉ DE LÍDERES DE LÍNEA DEL GRUPO MULTISECTORIAL, LOS GERENTES Y DIRECTIVOS DE EMPRESAS AFILIADAS MANIFIESTAN CON FRECUENCIA INTERÉS EN ADOPTAR INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN SU GESTIÓN, PERO REPORTAN NO SABER POR DÓNDE EMPEZAR NI CÓMO DISEÑAR UNA SOLUCIÓN QUE RESPONDA A SU RETO ESPECÍFICO, MÁS ALLÁ DE HERRAMIENTAS GENÉRICAS DE USO MASIVO COMO LOS CHATBOTS DE PROPÓSITO GENERAL.
CUANTITATIVO: EL 100% DE EMPRESAS CON EL PERFIL SELECCIONADO PARA LA FORMACIÓN, UTILIZA HERRAMIENTAS BÁSICAS DE IA DE FORMA SUPERFICIAL (COMO CHATBOTS MASIVOS), PERO EL 90% CARECE DE UN MÉTODO PARA ESTRUCTURAR, ENTRENAR O SIMULAR UN AGENTE INTELIGENTE PROPIO CON DATOS INTERNOS DE SU NEGOCIO, CONFIRMANDO EL REZAGO ORGANIZATIVO FRENTE A LA TECNOLOGÍA.
DATOS FUENTE EXTERNAS
DATO CUALITATIVO: UN ESTUDIO ACADÉMICO SOBRE ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN PYMES DE SANTA MARTA, COLOMBIA LA MISMA CIUDAD SEDE DE ESTE BOOTCAMP, ENCONTRÓ QUE LAS PRINCIPALES BARRERAS PARA AVANZAR EN SU IMPLEMENTACIÓN SON DE NATURALEZA COGNITIVA Y ORGANIZACIONAL (82%), Y NO FINANCIERA (4%), LO QUE CONFIRMA QUE EL RETO CENTRAL PARA LOS DIRECTIVOS NO ES EL ACCESO A LA TECNOLOGÍA, SINO LA CAPACIDAD DE DISEÑARLA Y APLICARLA A SU PROPIO CONTEXTO DE NEGOCIO. FUENTE: REVISTA IBERO CIENCIAS, “LA PARADOJA DE LA ADOPCIÓN DE IA EN PYMES DE ECOSISTEMAS EMERGENTES” (2026):
HTTPS://REVISTAIBEROCIENCIAS.ORG/INDEX.PHP/MULTIDISCIPLINAR/ARTICLE/VIEW/825
DATO CUANTITATIVO: SEGÚN EL ESTUDIO “IA: LA BRECHA DE LA PREPARACIÓN”, ELABORADO POR EL CENTRO DE INNOVACIÓN, PRODUCTIVIDAD Y DESARROLLO TECNOLÓGICO (CINTEL), EL 40% DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COLOMBIANAS NO TIENE PLANES DE INCORPORAR INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL CORTO O MEDIANO PLAZO, UN REZAGO QUE AFECTA TAMBIÉN A LAS EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL Y A SU CADENA PRODUCTIVA EN EL DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA. FUENTE: IMPACTOTIC, “IA EN EMPRESAS: ¿POR QUÉ EL 40% DE LAS PYMES COLOMBIANAS SE QUEDÓ ATRÁS?” (2026):
HTTPS://IMPACTOTIC.CO/INTELIGENCIA-ARTIFICIAL/ADOPCION-DE-IA-EN-EMPRESAS-COLOMBIA-ANDICOM/
¿EL PROBLEMA/NECESIDAD SE ATIENDE PARCIAL O TOTAL?
PARCIAL. EL BOOTCAMP ENTREGA A CADA PARTICIPANTE UN PROTOTIPO DE AGENTE DE IA DISEÑADO, PROBADO Y CON UN PLAN DE ACCIÓN DEFINIDO; EL DESARROLLO TÉCNICO COMPLETO Y LA INTEGRACIÓN CON LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE CADA EMPRESA EXCEDEN EL ALCANCE DE UN EVENTO DE FORMACIÓN DE 16 HORAS.

CAUSAS DEL PROBLEMA O NECESIDAD

1. DESCONOCIMIENTO POR PARTE DE LOS GERENTES Y DIRECTIVOS DE CÓMO DISEÑAR Y ENTRENAR UN AGENTE DE IA PROPIO, MÁS ALLÁ DEL USO DE HERRAMIENTAS GENÉRICAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL DE PROPÓSITO GENERAL.
2. AUSENCIA DE ESPACIOS FORMATIVOS QUE PERMITAN EXPERIMENTAR Y PROBAR UNA SOLUCIÓN DE IA ANTES DE IMPLEMENTARLA EN LA OPERACIÓN REAL DE LA EMPRESA, LO QUE INCREMENTA EL RIESGO PERCIBIDO DE LA INVERSIÓN TECNOLÓGICA.
3. FALTA DE UN MÉTODO ESTRUCTURADO PARA DIAGNOSTICAR UN RETO ESTRATÉGICO PROPIO Y TRADUCIRLO EN TÉRMINOS ABORDABLES POR UN AGENTE DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, LO QUE DIFICULTA PASAR DE LA IDEA A LA IMPLEMENTACIÓN.
4. ESCASA ARTICULACIÓN ENTRE LAS SOLUCIONES DE IA QUE LOS DIRECTIVOS PODRÍAN DISEÑAR Y LAS DINÁMICAS DE ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO Y COMPETITIVIDAD TERRITORIAL EN LAS QUE SE INSERTA SU EMPRESA.
ESTAS CAUSAS EVIDENCIAN QUE LA BRECHA IDENTIFICADA NO RESPONDE A UNA FALTA DE INTERÉS DE LOS GERENTES Y DIRECTIVOS EN LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL QUE DE HECHO MANIFIESTAN INTERÉS CRECIENTE, SINO A LA AUSENCIA DE UN MÉTODO APLICADO Y DE UN ESPACIO DE EXPERIMENTACIÓN SEGURA PARA DISEÑAR, ENTRENAR Y PROBAR UNA SOLUCIÓN A LA MEDIDA DE SU PROPIO RETO ESTRATÉGICO.

EFECTOS DEL PROBLEMA O NECESIDAD

1. PERSISTENCIA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS BASADAS EN LA INTUICIÓN DEL DIRECTIVO, AL NO CONTAR CON UN AGENTE DE IA ENTRENADO CON LA INFORMACIÓN ESPECÍFICA DE SU EMPRESA QUE APOYE DICHA TOMA DE DECISIONES.
2. ADOPCIÓN SUPERFICIAL O NULA DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA GESTIÓN GERENCIAL, AL NO CONTAR LOS DIRECTIVOS CON UN MÉTODO PROPIO PARA DISEÑAR SOLUCIONES AJUSTADAS A SU RETO REAL.
3. PÉRDIDA DE COMPETITIVIDAD FRENTE A EMPRESAS DE OTROS SECTORES O REGIONES QUE SÍ AVANZAN EN EL DISEÑO DE AGENTES DE IA A LA MEDIDA DE SUS RETOS ESTRATÉGICOS ESPECÍFICOS.
4. DEBILITAMIENTO DE LA ARTICULACIÓN ENTRE LA EMPRESA INDIVIDUAL Y SU CADENA PRODUCTIVA REGIONAL, AL NO APROVECHAR EL POTENCIAL DE LAS SOLUCIONES DE IA PARA FORTALECER LA COORDINACIÓN CON PROVEEDORES Y ALIADOS COMERCIALES DEL TERRITORIO.
DE NO EJECUTARSE ESTE BOOTCAMP, ESTOS EFECTOS SE MANTENDRÁN, LIMITANDO LA CAPACIDAD DE LOS GERENTES Y PERFILES ESTRATÉGICOS DE LAS EMPRESAS AFILIADAS Y DE CADENA PRODUCTIVA PARA INCORPORAR DE MANERA EFECTIVA LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA TOMA DE DECISIONES DE SUS ORGANIZACIONES.

OBJETIVO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

DOTAR A LOS GERENTES Y PERFILES ESTRATÉGICOS DE LAS EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL Y DE SU CADENA PRODUCTIVA DE UN MÉTODO APLICADO PARA DIAGNOSTICAR UN RETO ESTRATÉGICO PROPIO, Y DISEÑAR, ENTRENAR Y PROBAR MEDIANTE REALIDAD AUMENTADA UN AGENTE DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL A LA MEDIDA DE DICHO RETO, CULMINANDO CON UN PLAN DE ACCIÓN CONCRETO PARA SU IMPLEMENTACIÓN REAL.
JUSTIFICACIÓN PARA QUÉ LA FORMACIÓN
PARA LOS TRABAJADORES:
• APRENDER A DIAGNOSTICAR Y FORMULAR UN RETO ESTRATÉGICO PROPIO EN TÉRMINOS ABORDABLES POR

UN AGENTE DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL.
• DESARROLLAR LA CAPACIDAD DE DISEÑAR, ENTRENAR Y PROBAR UN AGENTE DE IA A LA MEDIDA DE SU EMPRESA, MEDIANTE UN ENTORNO INMERSIVO DE REALIDAD AUMENTADA.
• FORTALECER SUS HABILIDADES DE SUSTENTACIÓN ESTRATÉGICA (PITCH) Y DE FORMULACIÓN DE PLANES DE ACCIÓN IMPLEMENTABLES.
PARA LAS EMPRESAS:
• CONTAR CON UN PROTOTIPO DE AGENTE DE IA DISEÑADO A LA MEDIDA DE UN RETO ESTRATÉGICO REAL, LISTO PARA INICIAR SU IMPLEMENTACIÓN.
• MEJORAR SU CAPACIDAD DE TOMA DE DECISIONES BASADA EN DATOS, REDUCIENDO LA DEPENDENCIA EXCLUSIVA DE LA INTUICIÓN DIRECTIVA.
• FORTALECER SU ARTICULACIÓN CON PROVEEDORES Y ALIADOS DE SU CADENA PRODUCTIVA REGIONAL, A PARTIR DE UNA GERENCIA MÁS AUMENTADA POR TECNOLOGÍA.
EN FUNCIÓN DEL LOGRO PARA LOS TRABAJADORES Y LAS EMPRESAS A LAS QUE PERTENECEN, EL ALCANCE DEL OBJETIVO Y LA COHERENCIA CONTRA LA BRECHA IDENTIFICADA, SE TIENE:
ESTE OBJETIVO ES COMPLETAMENTE ALCANZABLE DEBIDO A QUE EL BOOTCAMP ENTREGA, EN UNA INMERSIÓN DE 16 HORAS CONTINUAS, UN RECORRIDO COMPLETO DESDE EL DIAGNÓSTICO DEL RETO HASTA EL DISEÑO, PRUEBA Y PLAN DE ACCIÓN DE UN AGENTE DE IA PROPIO, COHERENTE CON LA NATURALEZA INTENSIVA Y ORIENTADA A RESULTADOS DE ESTE MODELO DE APRENDIZAJE.

DATOS DEL EVENTO

EVENTO DE FORMACIÓN
TALLER-BOOTCAMP

MODALIDAD DE FORMACIÓN
PRESENCIAL

METODOLOGÍA DE FORMACIÓN
TEÓRICO - PRÁCTICA

GRUPOS Y BENEFICIARIOS

N.° DE HORAS POR GRUPO
16

N.° DE GRUPOS
1

BENEFICIARIOS PRESENCIALES / GRUPO
10

BENEFICIARIOS VIRTUALES / GRUPO
0

TOTAL DE HORAS DE LA AF
16

TOTAL DE BENEFICIARIOS DE LA AF
10

PERFIL DE LOS BENEFICIARIOS

ÁREAS FUNCIONALES

DIRECCIÓN | INNOVACIÓN | TECNOLOGÍA | VENTAS | PRODUCCIÓN

JUSTIFICACIÓN DE ÁREAS FUNCIONALES

EL BOOTCAMP ESTÁ DISEÑADO PARA GERENTES Y PERFILES ESTRATÉGICOS QUE, DADO EL ENFOQUE DE "CUALQUIER RETO EMPRESARIAL" QUE ORIENTA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, PUEDEN PROVENIR DE DISTINTAS ÁREAS FUNCIONALES DE SU ORGANIZACIÓN, SEGÚN CUÁL SEA EL RETO ESTRATÉGICO QUE CADA UNO DECIDA ABORDAR. SE PRIORIZAN LAS SIGUIENTES ÁREAS FUNCIONALES:
JUSTIFICACIÓN POR ÁREA PRIORIZADA:
• DIRECCIÓN: COMO RESPONSABLES DE LA VISIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA, SON QUIENES ESTÁN EN CAPACIDAD DE IDENTIFICAR EL RETO DE MAYOR IMPACTO PARA DISEÑAR UN AGENTE DE IA Y DE LIDERAR SU IMPLEMENTACIÓN POSTERIOR.
• INNOVACIÓN: EL DISEÑO Y ENTRENAMIENTO DE UN AGENTE DE IA A LA MEDIDA DE UN RETO PROPIO ES, EN ESENCIA, UN EJERCICIO DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL APLICADA, CON POTENCIAL DE ESCALARSE A OTROS PROCESOS DE LA ORGANIZACIÓN.
• TECNOLOGÍA: AUN CUANDO EL BOOTCAMP NO EXIGE CONOCIMIENTOS TÉCNICOS AVANZADOS, LOS PERFILES DE TECNOLOGÍA PUEDEN LIDERAR LA INTEGRACIÓN POSTERIOR DEL AGENTE DISEÑADO CON LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN EXISTENTES EN LA EMPRESA.
• VENTAS: MUCHOS DE LOS RETOS ESTRATÉGICOS QUE LOS PARTICIPANTES PODRÍAN ELEGIR ABORDAR ESTÁN RELACIONADOS CON LA GESTIÓN COMERCIAL, LA ATENCIÓN AL CLIENTE O LA PRIORIZACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO MEDIANTE IA.
• PRODUCCIÓN: LOS RETOS DE ABASTECIMIENTO, LOGÍSTICA U OPERACIÓN PRODUCTIVA SON IGUALMENTE CANDIDATOS FRECUENTES PARA EL DISEÑO DE UN AGENTE DE IA, DADO EL PERFIL INDUSTRIAL Y DE SERVICIOS DEL ECOSISTEMA DEL GREMIO.

NIVELES OCUPACIONALES

ALTA DIRECCIÓN | MEDIO

JUSTIFICACIÓN DE NIVELES OCUPACIONALES

EL BOOTCAMP ESTÁ DIRIGIDO ESPECÍFICAMENTE A "GERENTES Y PERFILES ESTRATÉGICOS", SEGÚN LO DEFINIDO EN EL DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES DE ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, LO QUE CONCENTRA LA PARTICIPACIÓN EN LOS NIVELES DE ALTA DIRECCIÓN Y MANDO MEDIO CON RESPONSABILIDAD ESTRATÉGICA DENTRO DE SU ORGANIZACIÓN.
JUSTIFICACIÓN POR NIVEL OCUPACIONAL PRIORIZADO:
• ALTA DIRECCIÓN: GERENTES GENERALES Y REPRESENTANTES LEGALES, RESPONSABLES DE APROBAR Y LIDERAR LA IMPLEMENTACIÓN DEL AGENTE DE IA DISEÑADO DURANTE EL BOOTCAMP, ASÍ COMO DE ASIGNAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA SU DESARROLLO POSTERIOR.
• NIVEL MEDIO: DIRECTORES Y JEFES DE ÁREA CON RESPONSABILIDAD ESTRATÉGICA SOBRE UN PROCESO ESPECÍFICO DE LA EMPRESA (COMERCIAL, OPERATIVO, DE ABASTECIMIENTO O DE TALENTO HUMANO), QUIENES SON FRECUENTEMENTE LOS RESPONSABLES DIRECTOS DE LOS RETOS QUE SE ABORDEN DURANTE EL BOOTCAMP Y DE LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN RESULTANTE.

OCUPACIONES CUOC

11200 - DIRECTORES Y GERENTES GENERALES | 12111 - DIRECTORES Y GERENTES FINANCIEROS | 12211 - DIRECTORES Y GERENTES DE VENTAS Y MERCADEO | 12230 - DIRECTORES Y GERENTES DE INGENIERÍA, INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO | 13241 - DIRECTORES Y GERENTES DE COMPRAS Y ADQUISICIONES

13302 - DIRECTORES Y GERENTES DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS

13243 - DIRECTORES Y GERENTES DE TRANSPORTE, DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA

12120 - DIRECTORES Y GERENTES DE GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

DATOS NUMÉRICOS DE BENEFICIARIOS

TRABAJADORES MUJERES
2

EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD
0

EMPRESAS CON MODELO BIC
0

MIPYMES (SI APLICA)

N.º DE EMPRESAS MIPYMES
1

N.º DE TRABAJADORES DE EMPRESAS MIPYMES
5

JUSTIFICACIÓN MIPYMES Y TRABAJADORES A BENEFICIAR

GRUPO MULTISECTORIAL SE CONSOLIDA COMO UNO DE LOS GREMIOS EMPRESARIALES DE MAYOR TRAYECTORIA E INCIDENCIA EN EL SUROCCIDENTE COLOMBIANO: CON 15 AÑOS DE OPERACIÓN, AGRUPA A 35 ORGANIZACIONES DE LA REGIÓN PACÍFICA PERTENECIENTES A 23 SECTORES ECONÓMICOS, Y AGREMIA DIRECTAMENTE A MÁS DE 4.500 MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS. ESTA TRAYECTORIA Y REPRESENTATIVIDAD, VERIFICABLE A TRAVÉS DE SUS CANALES INSTITUCIONALES, SUSTENTA SU LEGITIMIDAD COMO INTERLOCUTOR DE LAS NECESIDADES REALES DEL TEJIDO EMPRESARIAL REGIONAL.
SU CAPACIDAD DE DIAGNÓSTICO MULTISECTORIAL ARTICULADA A TRAVÉS DEL OBSERVATORIO MIPYME Y SU COMITÉ DE LÍDERES DE LÍNEA, CONFORMADO POR MÁS DE 40 EXPERTOS SECTORIALES PERMITE IDENTIFICAR BRECHAS DE FORMACIÓN A PARTIR DE INFORMACIÓN REAL, VALIDADA Y CONTEXTUALIZADA. EN ESTE MARCO, LA PRESENTE ACCIÓN DE FORMACIÓN TIENE COMO GRUPO OBJETIVO A LAS EMPRESAS MIPYMES AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL, GARANTIZANDO QUE LOS CONTENIDOS PROPUESTOS RESPONDAN DE MANERA PERTINENTE A SUS NECESIDADES DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD.
LA PARTICIPACIÓN DE LA EMPRESA MIPYME CONVOCADA A ESTE BOOTCAMP RESULTA ESPECIALMENTE ESTRATÉGICA, DADO QUE SU GERENTE O DIRECTIVO TENDRÁ LA OPORTUNIDAD DE DISEÑAR UN AGENTE DE IA A LA MEDIDA DE UN RETO REAL DE SU NEGOCIO, SIN NECESIDAD DE CONTAR CON UN EQUIPO TÉCNICO PROPIO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, ALGO HABITUALMENTE INALCANZABLE PARA UNA MIPYME POR SU COSTO Y COMPLEJIDAD. EL FORMATO INTENSIVO E INMERSIVO DEL BOOTCAMP RESULTA PARTICULARMENTE EFICIENTE PARA EL TIEMPO LIMITADO DE UN DIRECTIVO DE MIPYME, AL CONCENTRAR EN 16 HORAS CONTINUAS UN PROCESO QUE DE OTRA MANERA TOMARÍA MESES DE EXPLORACIÓN AUTODIDACTA.
PARA EL PARTICIPANTE DE LA EMPRESA MIPYME, EL APORTE SE TRADUCE EN UN PROTOTIPO DE AGENTE DE IA APLICABLE DE INMEDIATO A SU RETO ESTRATÉGICO, CON UN PLAN DE ACCIÓN CONCRETO PARA SU IMPLEMENTACIÓN; PARA LA EMPRESA, EL BENEFICIO SE REFLEJA EN LA POSIBILIDAD DE INCORPORAR CAPACIDADES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL A SU GESTIÓN SIN LA BARRERA DE COSTO Y COMPLEJIDAD QUE HABITUALMENTE ENFRENTAN LAS ORGANIZACIONES DE MENOR TAMAÑO.

CADENA PRODUCTIVA (SI APLICA)

N.º DE EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA
1

N.º DE TRABAJADORES DE LA CADENA PRODUCTIVA
2

JUSTIFICACIÓN CADENA PRODUCTIVA

EXTENDER LA COBERTURA DE LA FORMACIÓN A LOS TRABAJADORES DE EMPRESAS QUE INTEGRAN LA CADENA PRODUCTIVA DE LOS AFILIADOS AL GRUPO MULTISECTORIAL CONSTITUYE UNA DECISIÓN ESTRATÉGICA ORIENTADA A FORTALECER EL ECOSISTEMA EMPRESARIAL MULTISECTORIAL EN SU CONJUNTO. ESTAS EMPRESAS PROVEEDORES, DISTRIBUIDORES, PRESTADORES DE SERVICIOS TECNOLÓGICOS Y DEMÁS ESLABONES DE SOPORTE AUNQUE NO OSTENTEN LA CALIDAD DE AFILIADAS DIRECTAS, INCIDEN DE MANERA DIRECTA EN LA PRODUCTIVIDAD, LA EFICIENCIA OPERATIVA Y LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES NÚCLEO DEL GREMIO, POR LO QUE SU FORTALECIMIENTO REDUNDA EN BENEFICIO DE TODO EL SECTOR PRODUCTIVO REPRESENTADO.
FORMAR CONJUNTAMENTE A LOS TRABAJADORES DE LA CADENA PRODUCTIVA PERMITE ALINEAR CAPACIDADES TÉCNICAS ENTRE ESLABONES, MEJORAR LA COORDINACIÓN INTEREMPRESARIAL, ACELERAR LA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES A LO LARGO DE TODA LA CADENA, Y CONSOLIDAR RELACIONES DE COOPERACIÓN MÁS ÁGILES, CONTINUAS Y SOSTENIBLES EN EL TIEMPO. DE ESTA MANERA, LA ACCIÓN DE FORMACIÓN NO SOLO RESPONDE A LA NECESIDAD PUNTUAL IDENTIFICADA EN LA EMPRESA/GREMIO, SINO QUE PROMUEVE ACTIVAMENTE LA ARTICULACIÓN ENTRE EMPRESAS, PROVEEDORES Y DEMÁS ACTORES DE LA CADENA PRODUCTIVA, EN LÍNEA CON EL PROPÓSITO DE FORTALECER LA COMPETITIVIDAD TERRITORIAL Y SECTORIAL QUE PERSIGUE LA CONVOCATORIA.
LA EMPRESA DE CADENA PRODUCTIVA CONVOCADA A ESTE BOOTCAMP COMPARTE CON LAS EMPRESAS NÚCLEO DEL GREMIO EL MISMO TIPO DE RETOS GERENCIALES QUE PUEDEN BENEFICIARSE DEL DISEÑO DE UN AGENTE DE IA PROPIO. SU PARTICIPACIÓN CONJUNTA CON DIRECTIVOS DE EMPRESAS AFILIADAS PERMITE QUE, DESDE LA UNIDAD TRANSVERSAL (UT2), SE ESTABLEZCA EXPLÍCITAMENTE CÓMO UN AGENTE DE IA DISEÑADO POR UN ESLABÓN DE LA CADENA PUEDE FORTALECER LA COORDINACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD TERRITORIAL DEL CONJUNTO DE LA CADENA PRODUCTIVA REGIONAL, Y NO ÚNICAMENTE EL DESEMPEÑO INDIVIDUAL DE ESA EMPRESA.

ECONOMÍA CAMPESINA (SI APLICA)

N.º DE TRABAJADORES DE LA ECONOMÍA CAMPESINA

NO APLICA

JUSTIFICACIÓN TRABAJADORES ECONOMÍA CAMPESINA

NO APLICA

ECONOMÍA POPULAR (SI APLICA)

N.º DE TRABAJADORES DE LA ECONOMÍA POPULAR

NO APLICA

JUSTIFICACIÓN TRABAJADORES ECONOMÍA POPULAR

NO APLICA

SECTORES Y SUBSECTORES DEL BENEFICIARIO

SECTOR(ES) AL QUE PERTENECEN LOS BENEFICIARIOS

TRANSVERSAL | INDUSTRIAL | COMERCIO | SERVICIOS

SUBSECTOR(ES) AL QUE PERTENECEN LOS BENEFICIARIOS

TRANSVERSAL | INDUSTRIA | COMERCIO | SERVICIOS

CLASIFICACIÓN DE LA AF POR SECTOR(ES)

TRANSVERSAL

CLASIFICACIÓN DE LA AF POR SUBSECTOR(ES)

TRANSVERSAL

JUSTIFICACIÓN DE SECTORES Y SUBSECTORES

EL GRUPO MULTISECTORIAL AGREMIA EMPRESAS CON PRESENCIA PREDOMINANTE EN EL SECTOR SERVICIOS (CONSULTORÍA EMPRESARIAL, CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, MERCADEO, TECNOLOGÍA, RECURSOS HUMANOS Y LOGÍSTICA), SEGUIDO DE LOS SECTORES INDUSTRIA, COMERCIO, SALUD, EDUCACIÓN, TRANSPORTE, AGROINDUSTRIA Y TURISMO. ESTA COMPOSICIÓN EVIDENCIA EL CARÁCTER GENUINAMENTE MULTISECTORIAL DEL GREMIO Y SUSTENTA LA CLASIFICACIÓN DE LA PRESENTE ACCIÓN DE FORMACIÓN EN EL SECTOR SERVICIOS Y EL SUBSECTOR TRANSVERSAL, DADO QUE LAS COMPETENCIAS DESARROLLADAS EN LA FORMACIÓN RESPONDEN A NECESIDADES COMUNES DE GESTIÓN, PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD QUE ATRAVIESAN DE MANERA HORIZONTAL A LAS EMPRESAS AGREMIADAS, CON INDEPENDENCIA DE SU ACTIVIDAD ECONÓMICA PARTICULAR.
ESTA DIVERSIDAD SECTORIAL GARANTIZA QUE LOS BENEFICIARIOS DE LA FORMACIÓN REPRESENTEN EFECTIVAMENTE AL CONJUNTO DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL MULTISECTORIAL QUE AGRUPA EL GREMIO, Y NO A UN NICHO PRODUCTIVO ESPECÍFICO, LO CUAL REFUERZA LA PERTINENCIA DE UN ENFOQUE TRANSVERSAL EN LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA.
EN CONSECUENCIA, PARA LA PRESENTE ACCIÓN DE FORMACIÓN SE SELECCIONA COMO SECTOR EL DE SERVICIOS Y COMO SUBSECTOR EL TRANSVERSAL, EN ATENCIÓN A QUE DICHA COMBINACIÓN REFLEJA DE MANERA MÁS FIEL LA NATURALEZA HORIZONTAL DE LAS COMPETENCIAS IMPARTIDAS Y LA COMPOSICIÓN MULTISECTORIAL REAL DE LAS EMPRESAS AGREMIADAS Y DE SU CADENA PRODUCTIVA.
EN EL CASO PARTICULAR DE ESTE BOOTCAMP, EL ENFOQUE DELIBERADAMENTE ABIERTO A “CUALQUIER RETO EMPRESARIAL” Y NO A UNA TÉCNICA O PROBLEMÁTICA SECTORIAL ESPECÍFICA ES PRECISAMENTE LO QUE RATIFICA SU CLASIFICACIÓN EN EL SECTOR Y SUBSECTOR TRANSVERSAL: LA METODOLOGÍA DE DIAGNÓSTICO, DISEÑO Y ENTRENAMIENTO DE UN AGENTE DE IA ES IGUALMENTE APLICABLE A UN RETO COMERCIAL DE UNA EMPRESA DE COMERCIO, A UN RETO OPERATIVO DE UNA EMPRESA INDUSTRIAL, O A UN RETO DE ABASTECIMIENTO DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS LOGÍSTICOS, SIN QUE EL CONTENIDO DEPENDA DE UNA ACTIVIDAD ECONÓMICA PARTICULAR.

UNIDADES TEMÁTICAS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN (4)

UT N.º 1 — DIAGNÓSTICO DEL RETO ESTRATÉGICO EMPRESARIAL Y FUNDAMENTOS DE AGENTES DE IA

HORAS PRÁCTICAS	HORAS TEÓRICAS	TOTAL DE HORAS
2	1	3

PERFIL DEL CAPACITADOR

PERFIL / RUBRO	HORAS
R01.1.4 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE MAESTRÍA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	3

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMÁTICA

• FUNDAMENTOS DE AGENTES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADOS A LA GESTIÓN EMPRESARIAL: QUÉ ES UN AGENTE DE IA Y EN QUÉ SE DIFERENCIA DE UN SIMPLE CHATBOT O ASISTENTE CONVERSACIONAL; TIPOS DE AGENTES SEGÚN SU FUNCIÓN (DE CONSULTA, DE APOYO A LA DECISIÓN, DE EJECUCIÓN DE TAREAS) Y SU APLICACIÓN EN DISTINTAS ÁREAS DE LA GESTIÓN GERENCIAL.
• DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA O RETO PRODUCTIVO: CADA PARTICIPANTE IDENTIFICA Y DELIMITA, CON ACOMPAÑAMIENTO DEL CAPACITADOR, UN RETO ESTRATÉGICO CONCRETO DE SU PROPIA EMPRESA COMERCIAL, OPERATIVO, DE ABASTECIMIENTO, DE TALENTO HUMANO O DE OTRA NATURALEZA QUE PODRÍA BENEFICIARSE DEL APOYO DE UN AGENTE DE IA.
• FORMULACIÓN DEL RETO EN TÉRMINOS ABORDABLES POR UN AGENTE DE IA: TRADUCCIÓN DEL PROBLEMA DE NEGOCIO IDENTIFICADO EN PREGUNTAS CONCRETAS, REGLAS DE DECISIÓN Y DATOS DISPONIBLES QUE EL AGENTE DEBERÁ MANEJAR, COMO INSUMO DIRECTO PARA LA UNIDAD TEMÁTICA SIGUIENTE.

COMPETENCIA POR ADQUIRIR

COMPETENCIA: "DIAGNOSTICAR UN RETO ESTRATÉGICO CONCRETO DE SU PROPIA EMPRESA Y FORMULARLO EN TÉRMINOS ABORDABLES POR UN AGENTE DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, A PARTIR DE LA COMPRENSIÓN DE LOS FUNDAMENTOS Y TIPOS DE AGENTES DE IA APLICABLES A LA GESTIÓN EMPRESARIAL."
• ¿CUÁL ES LA ACCIÓN?: DIAGNOSTICAR Y FORMULAR UN RETO ESTRATÉGICO EMPRESARIAL EN TÉRMINOS ABORDABLES POR UN AGENTE DE IA.
• ¿CUÁLES SON LOS CONOCIMIENTOS INTEGRADOS?: FUNDAMENTOS Y TIPOLOGÍA DE AGENTES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL (CONSULTA, DECISIÓN, EJECUCIÓN); TÉCNICAS DE DIAGNÓSTICO Y DELIMITACIÓN DE PROBLEMAS EMPRESARIALES REALES; TRADUCCIÓN DE UN PROBLEMA DE NEGOCIO EN PREGUNTAS, REGLAS Y DATOS ABORDABLES POR UN AGENTE.
• ¿CUÁL ES EL CONTEXTO DE APLICACIÓN?: LA EMPRESA PROPIA DE CADA PARTICIPANTE, AFILIADA AL GRUPO MULTISECTORIAL O A SU CADENA PRODUCTIVA, EN CUALQUIER ÁREA DE SU OPERACIÓN (COMERCIAL, OPERATIVA, DE ABASTECIMIENTO, DE TALENTO HUMANO, ENTRE OTRAS), EN EL MARCO DE LA INMERSIÓN PRESENCIAL DEL BOOTCAMP EN SANTA MARTA, MAGDALENA.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

ANÁLISIS DE SERVICIOS – PROCESOS | TAREAS EN EQUIPO | TORBELLINO DE IDEAS | SOCIALIZACIÓN DE CONCEPTOS

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Sin información registrada.

UT N.º 2 — ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS, ECONOMÍA POPULAR Y COMPETITIVIDAD TERRITORIAL

HORAS PRÁCTICAS	HORAS TEÓRICAS	TOTAL DE HORAS
0	1	1

PERFIL DEL CAPACITADOR

PERFIL / RUBRO	HORAS
R01.1.4 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE MAESTRÍA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	1

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMÁTICA

• ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS, ECONOMÍA POPULAR Y COMPETITIVIDAD TERRITORIAL, CON ÉNFASIS EN EL ROL DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y LAS TECNOLOGÍAS EMERGENTES COMO HERRAMIENTA DE ARTICULACIÓN ENTRE EMPRESAS, PROVEEDORES Y UNIDADES PRODUCTIVAS DE LA ECONOMÍA CAMPESINA Y POPULAR DEL DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA. SE ANALIZA CÓMO LOS AGENTES DE IA QUE CADA PARTICIPANTE EMPIEZA A DISEÑAR EN ESTE BOOTCAMP PUEDEN EXTENDER SU IMPACTO MÁS ALLÁ DE LA EMPRESA INDIVIDUAL, FORTALECIENDO LA COORDINACIÓN CON PROVEEDORES, ALIADOS COMERCIALES Y ACTORES DE LA CADENA PRODUCTIVA REGIONAL INCLUYENDO LA VOCACIÓN PORTUARIA Y LOGÍSTICA DE SANTA MARTA, Y CONTRIBUYENDO ASÍ A LA COMPETITIVIDAD TERRITORIAL DEL DEPARTAMENTO Y A LA GENERACIÓN DE VALOR AGREGADO, FORMALIZACIÓN Y ACCESO A MERCADOS PARA EL ECOSISTEMA EMPRESARIAL QUE REPRESENTA EL GREMIO.

COMPETENCIA POR ADQUIRIR

COMPETENCIA: "RECONOCER CÓMO EL AGENTE DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL DISEÑADO DURANTE EL BOOTCAMP PUEDE FORTALECER, MÁS ALLÁ DE SU EMPRESA INDIVIDUAL, LA ARTICULACIÓN CON PROVEEDORES, ALIADOS COMERCIALES Y ACTORES DE LA CADENA PRODUCTIVA REGIONAL DEL MAGDALENA, CONTRIBUYENDO A LA COMPETITIVIDAD TERRITORIAL Y A LA GENERACIÓN DE VALOR AGREGADO DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL QUE REPRESENTA EL GREMIO."

¿CUÁL ES LA ACCIÓN?: RECONOCER EL POTENCIAL DE ARTICULACIÓN TERRITORIAL DE LA SOLUCIÓN DE IA DISEÑADA.
¿CUÁLES SON LOS CONOCIMIENTOS INTEGRADOS?: CONCEPTO DE ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS, ECONOMÍA POPULAR Y COMPETITIVIDAD TERRITORIAL; ROL DE LAS TECNOLOGÍAS EMERGENTES COMO HERRAMIENTA DE ARTICULACIÓN; VOCACIÓN PORTUARIA Y LOGÍSTICA DE SANTA MARTA Y SU RELACIÓN CON LA CADENA PRODUCTIVA REGIONAL.
¿CUÁL ES EL CONTEXTO DE APLICACIÓN?: LA CADENA PRODUCTIVA DEL DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA, INCLUYENDO PROVEEDORES, ALIADOS COMERCIALES Y UNIDADES DE LA ECONOMÍA CAMPESINA Y POPULAR VINCULADAS AL ECOSISTEMA DEL GRUPO MULTISECTORIAL.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

TAREAS EN EQUIPO | SOCIALIZACIÓN DE CONCEPTOS

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Sin información registrada.

UT N.º 3 — EXPLORACIÓN Y DISEÑO DEL AGENTE DE IA CON REALIDAD AUMENTADA

HORAS PRÁCTICAS	HORAS TEÓRICAS	TOTAL DE HORAS
6	2	8

PERFIL DEL CAPACITADOR

PERFIL / RUBRO	HORAS
R01.1.4 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE MAESTRÍA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	8

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMÁTICA

• EXPLORACIÓN DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN: COMPARACIÓN ENTRE DISTINTAS CONFIGURACIONES POSIBLES PARA EL AGENTE DE IA DE CADA PARTICIPANTE NIVEL DE AUTONOMÍA, TIPO DE INTERACCIÓN, FUENTES DE DATOS DISPONIBLES FRENTE AL RETO ESTRATÉGICO FORMULADO EN LA UT1, EVALUANDO VENTAJAS Y LIMITACIONES DE CADA ALTERNATIVA ANTES DE AVANZAR EN SU DESARROLLO.
• ENTRENAMIENTO DEL AGENTE DE IA CON INFORMACIÓN REAL: CONFIGURACIÓN DEL AGENTE CON REGLAS, DATOS Y CASOS REALES APORTADOS POR CADA PARTICIPANTE SOBRE SU PROPIA EMPRESA, DE MANERA QUE LAS RESPUESTAS Y RECOMENDACIONES GENERADAS SEAN PERTINENTES A SU CONTEXTO ESPECÍFICO.
• PRUEBA Y AJUSTE DEL AGENTE MEDIANTE REALIDAD AUMENTADA: SIMULACIÓN DE ESCENARIOS DE DECISIÓN EN UN ENTORNO INMERSIVO QUE PERMITE VISUALIZAR Y PONER A PRUEBA EL COMPORTAMIENTO DEL AGENTE ANTES DE IMPLEMENTARLO EN LA OPERACIÓN REAL DE LA EMPRESA, IDENTIFICANDO AJUSTES NECESARIOS EN TIEMPO REAL.
• ITERACIÓN COLABORATIVA ENTRE EQUIPOS: RETROALIMENTACIÓN CRUZADA ENTRE PARTICIPANTES PARA PERFECCIONAR CADA ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN, EN UN ESPACIO DE COAPRENDIZAJE QUE ENRIQUECE EL DISEÑO FINAL ANTES DE SU SUSTENTACIÓN.

COMPETENCIA POR ADQUIRIR

COMPETENCIA: "DISEÑAR, ENTRENAR Y PONER A PRUEBA, MEDIANTE REALIDAD AUMENTADA, UN AGENTE DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL CONFIGURADO A LA MEDIDA DEL RETO ESTRATÉGICO DE SU PROPIA EMPRESA, EVALUANDO DISTINTAS ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN ANTES DE SU IMPLEMENTACIÓN REAL."
• ¿CUÁL ES LA ACCIÓN?: DISEÑAR, ENTRENAR Y PONER A PRUEBA UN AGENTE DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL MEDIANTE REALIDAD AUMENTADA.
• ¿CUÁLES SON LOS CONOCIMIENTOS INTEGRADOS?: CONFIGURACIÓN Y ENTRENAMIENTO DE AGENTES DE IA CON DATOS REALES; EXPLORACIÓN COMPARATIVA DE ALTERNATIVAS DE DISEÑO; SIMULACIÓN Y PRUEBA DE ESCENARIOS DE DECISIÓN MEDIANTE TECNOLOGÍA DE REALIDAD AUMENTADA; RETROALIMENTACIÓN COLABORATIVA ENTRE EQUIPOS.
• ¿CUÁL ES EL CONTEXTO DE APLICACIÓN?: EL RETO ESTRATÉGICO ESPECÍFICO DE LA EMPRESA DE CADA PARTICIPANTE, DIAGNOSTICADO EN LA UT1, PUESTO A PRUEBA EN EL ENTORNO INMERSIVO DEL BOOTCAMP MEDIANTE ESCENARIOS SIMULADOS EN REALIDAD AUMENTADA.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

REALIDAD AUMENTADA | SOCIALIZACIÓN DE CONCEPTOS

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

CADA PARTICIPANTE, USANDO UN DISPOSITIVO CON REALIDAD AUMENTADA Y UNA PLANTILLA FÍSICA (MARCADOR) CORRESPONDIENTE A SU TIPO DE RETO (COMERCIAL, ABASTECIMIENTO, OPERACIONES, TALENTO HUMANO O SERVICIO AL CLIENTE), VISUALIZA EN EL ESPACIO DE TRABAJO UN MODELO TRIDIMENSIONAL SIMPLE DE SU PROCESO DE NEGOCIO; ALLÍ INGRESA 2–3 VARIACIONES DE UN CASO REAL DE SU EMPRESA, OBSERVA CÓMO EL AGENTE DE IA QUE DISEÑÓ RECOMIENDA O PRIORIZA DECISIONES SOBRE ESE MODELO VISUAL (POR EJEMPLO, RESALTANDO RUTAS O NODOS DEL PROCESO), Y AJUSTA LAS REGLAS DE SU AGENTE CUANDO EL RESULTADO NO COINCIDE CON SU CRITERIO EXPERTO, CERRANDO EL EJERCICIO CON UNA CAPTURA DEL ESCENARIO FINAL QUE USARÁ COMO INSUMO VISUAL EN SU PITCH DE LA UT4.

UT N.º 4 — PITCH Y PLAN DE ACCIÓN

HORAS PRÁCTICAS	HORAS TEÓRICAS	TOTAL DE HORAS
4	0	4

PERFIL DEL CAPACITADOR

PERFIL / RUBRO	HORAS
R01.1.4 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE MAESTRÍA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	4

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMÁTICA

• PRESENTACIÓN Y SUSTENTACIÓN DE LA ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN (PITCH): CADA PARTICIPANTE PRESENTA ANTE EL GRUPO COMPLETO Y EL EQUIPO DE CAPACITADORES EL RETO ABORDADO, EL DISEÑO DE SU AGENTE DE IA, Y LOS RESULTADOS OBTENIDOS DURANTE LAS PRUEBAS REALIZADAS CON REALIDAD AUMENTADA EN LA UT3.
• EVALUACIÓN DE LAS PROPUESTAS POR PARTE DE LOS CAPACITADORES: VALORACIÓN DE CADA SOLUCIÓN PRESENTADA CON BASE EN CRITERIOS DE VIABILIDAD TÉCNICA, APLICABILIDAD, INNOVACIÓN Y PERTINENCIA FRENTE AL RETO ESTRATÉGICO PLANTEADO, IDENTIFICANDO LA PROPUESTA CON MAYOR POTENCIAL DE IMPLEMENTACIÓN DE CADA PARTICIPANTE.
• DEFINICIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN: CONSTRUCCIÓN, POR PARTE DE CADA PARTICIPANTE, DE UN PLAN DE ACCIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE SU AGENTE DE IA EN SU EMPRESA, QUE INCLUYE COMO MÍNIMO OBJETIVOS, ESTRATEGIA POR IMPLEMENTAR, ACTIVIDADES Y RESULTADOS ESPERADOS, E IMPACTOS PREVISTOS EN PRODUCTIVIDAD O COMPETITIVIDAD.

COMPETENCIA POR ADQUIRIR

COMPETENCIA: "SUSTENTAR MEDIANTE UN PITCH LA SOLUCIÓN DE AGENTE DE IA DISEÑADA PARA SU RETO ESTRATÉGICO EMPRESARIAL, Y FORMULAR UN PLAN DE ACCIÓN PARA SU IMPLEMENTACIÓN REAL EN SU EMPRESA."
• ¿CUÁL ES LA ACCIÓN?: SUSTENTAR LA SOLUCIÓN DISEÑADA Y FORMULAR UN PLAN DE ACCIÓN PARA SU IMPLEMENTACIÓN.
• ¿CUÁLES SON LOS CONOCIMIENTOS INTEGRADOS?: TÉCNICAS DE PRESENTACIÓN Y SUSTENTACIÓN

TIPO PITCH ANTE UN PANEL EVALUADOR; CRITERIOS DE VIABILIDAD TÉCNICA, APLICABILIDAD, INNOVACIÓN Y PERTINENCIA PARA LA VALORACIÓN DE SOLUCIONES; ESTRUCTURA DE UN PLAN DE ACCIÓN (OBJETIVOS, ESTRATEGIA, ACTIVIDADES, RESULTADOS ESPERADOS E IMPACTOS EN PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD).
• ¿CUÁL ES EL CONTEXTO DE APLICACIÓN?: LA EMPRESA PROPIA DE CADA PARTICIPANTE, DONDE EL PLAN DE ACCIÓN RESULTANTE DEBERÁ IMPLEMENTARSE TRAS LA FINALIZACIÓN DEL BOOTCAMP, CON SEGUIMIENTO DEL CAPACITADOR MEDIANTE EL INFORME REMITIDO AL DIRECTOR DEL PROYECTO.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

TAREAS EN EQUIPO | PROYECTOS | SOLUCIÓN DE CASOS

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Sin información registrada.

ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

RETO NACIONAL

TECNOLOGÍAS DIGITALES, INNOVACIÓN Y PRODUCTIVIDAD (BASES DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO, COLOMBIA POTENCIA MUNDIAL DE LA VIDA 2022 – 2026)

COMPONENTE ESTRATÉGICO

USO CONCRETO Y APLICABLE DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL.

JUSTIFICACIÓN DE LA ALINEACIÓN

LA PRESENTE ACCIÓN DE FORMACIÓN SE ALINEA CON EL RETO NACIONAL “TECNOLOGÍAS DIGITALES, INNOVACIÓN Y PRODUCTIVIDAD”, ESTABLECIDO EN LAS BASES DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2022–2026 “COLOMBIA POTENCIA MUNDIAL DE LA VIDA”, Y ESPECÍFICAMENTE CON EL COMPONENTE ESTRATÉGICO “USO CONCRETO Y APLICABLE DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL”.
LAS CUATRO UNIDADES TEMÁTICAS DEL BOOTCAMP MATERIALIZAN DE MANERA DIRECTA Y LITERAL ESTE COMPONENTE ESTRATÉGICO: NO SE TRATA DE UNA INTRODUCCIÓN TEÓRICA A LA IA, SINO DE UN RECORRIDO COMPLETO EN EL QUE CADA GERENTE DIAGNOSTICA UN RETO REAL (UT1), DISEÑA, ENTRENA Y PRUEBA UN AGENTE DE IA APLICADO ESPECÍFICAMENTE A ESE RETO MEDIANTE REALIDAD AUMENTADA (UT3), Y SUSTENTA Y PLANIFICA SU IMPLEMENTACIÓN REAL EN LA EMPRESA (UT4), CONSTITUYENDO EL EJEMPLO MÁS CONCRETO Y APLICADO POSIBLE DE USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL DENTRO DE LA FORMULACIÓN DE ESTE PROYECTO.
DE ESTA MANERA, EL BOOTCAMP LLEVA EL COMPONENTE ESTRATÉGICO DE “USO CONCRETO Y APLICABLE DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL” A SU MÁXIMA EXPRESIÓN PRÁCTICA, AL NO LIMITARSE A DIVULGAR EL POTENCIAL DE LA IA SINO A PRODUCIR, EN LAS MISMAS 16 HORAS DE INMERSIÓN, UN PROTOTIPO FUNCIONAL Y UN PLAN DE ACCIÓN REAL PARA CADA EMPRESA PARTICIPANTE, EN LÍNEA CON EL PROPÓSITO NACIONAL DE ACELERAR EL USO PRODUCTIVO Y RESPONSABLE DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL APARATO EMPRESARIAL COLOMBIANO.

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA

LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA ES ESPECIALIZADA PORQUE:
• ABORDA DE FORMA TÉCNICA Y APLICADA EL DISEÑO, ENTRENAMIENTO Y PRUEBA DE AGENTES DE

INTELIGENCIA ARTIFICIAL CONFIGURADOS A LA MEDIDA DE UN RETO ESTRATÉGICO REAL, INTEGRANDO ADEMÁS REALIDAD AUMENTADA COMO TECNOLOGÍA DE SIMULACIÓN Y PRUEBA, UN CONOCIMIENTO QUE NO FORMA PARTE DE LA FORMACIÓN GERENCIAL CONVENCIONAL.

• NO SE TRATA DE UNA CHARLA INTRODUCTORIA SOBRE "QUÉ ES LA IA", SINO DE UNA INMERSIÓN INTENSIVA DE 16 HORAS BAJO EL MODELO DE APRENDIZAJE BOOTCAMP, CON LAS CUATRO ACTIVIDADES OBLIGATORIAS QUE EXIGE EL PLIEGO: DIAGNÓSTICO DEL RETO, EXPLORACIÓN DE ALTERNATIVAS, PITCH DE SUSTENTACIÓN Y PLAN DE ACCIÓN.

• INCORPORA EL USO DE REALIDAD AUMENTADA COMO ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE PARA LAS HORAS PRÁCTICAS, UNA TECNOLOGÍA CUYA APLICACIÓN ESTÁ RESTRINGIDA POR EL PLIEGO A UN MÁXIMO DE UNA (1) ACCIÓN DE FORMACIÓN Y UN (1) GRUPO POR PROYECTO, LO QUE REFUERZA EL CARÁCTER DIFERENCIAL Y DE ALTA INVERSIÓN TECNOLÓGICA DE ESTA ACCIÓN.

• SU ENFOQUE METODOLÓGICO ESTÁ CENTRADO EN LA APLICACIÓN PRÁCTICA AL RETO REAL Y PROPIO DE CADA GERENTE PARTICIPANTE, PERMITIENDO QUE CADA BENEFICIARIO FINALICE EL BOOTCAMP CON UN PROTOTIPO FUNCIONAL Y UN PLAN DE ACCIÓN CONCRETO, NO CON CONOCIMIENTO GENÉRICO DESARTICULADO DE SU REALIDAD EMPRESARIAL.

• SE ARTICULA DIRECTAMENTE CON LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA: LA AUSENCIA DE UN MÉTODO APLICADO PARA QUE LOS DIRECTIVOS DISEÑEN SOLUCIONES DE IA A LA MEDIDA DE SU PROPIO RETO ESTRATÉGICO, EN LUGAR DE ADOPTAR HERRAMIENTAS GENÉRICAS DE PROPÓSITO GENERAL.

• GENERA UNA CAPACIDAD DIFERENCIAL Y TRANSFERIBLE DISEÑO Y ENTRENAMIENTO DE AGENTES DE IA QUE LOS GERENTES PARTICIPANTES PODRÁN APLICAR DE MANERA RECURRENTE A NUEVOS RETOS ESTRATÉGICOS DE SU EMPRESA EN EL FUTURO, MÁS ALLÁ DEL RETO ABORDADO DURANTE EL BOOTCAMP.

IMPACTO EN EL DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR

1. • EL TRABAJADOR DIAGNOSTICARÁ UN RETO ESTRATÉGICO PROPIO DE SU EMPRESA Y LO FORMULARÁ EN TÉRMINOS ABORDABLES POR UN AGENTE DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL.
2. • EL TRABAJADOR DISEÑARÁ Y ENTRENARÁ UN AGENTE DE IA CONFIGURADO A LA MEDIDA DE DICHO RETO, UTILIZANDO INFORMACIÓN REAL DE SU EMPRESA.
3. • EL TRABAJADOR PONDRÁ A PRUEBA SU AGENTE DE IA MEDIANTE SIMULACIONES EN REALIDAD AUMENTADA, IDENTIFICANDO AJUSTES ANTES DE SU IMPLEMENTACIÓN REAL.
4. • EL TRABAJADOR SUSTENTARÁ MEDIANTE UN PITCH LA SOLUCIÓN DISEÑADA, ANTE UN PANEL EVALUADOR CONFORMADO POR LOS CAPACITADORES.
5. • EL TRABAJADOR FORMULARÁ UN PLAN DE ACCIÓN CONCRETO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE SU AGENTE DE IA EN SU EMPRESA.

IMPACTO EN LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD

1. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR CONTARÁ CON UN PROTOTIPO DE AGENTE DE IA DISEÑADO Y PROBADO, LISTO PARA INICIAR SU IMPLEMENTACIÓN EN UN RETO ESTRATÉGICO REAL. RESULTADO DE PRODUCTIVIDAD
2. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR REDUCIRÁ EL TIEMPO Y EL RIESGO ASOCIADOS A LA ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, AL CONTAR CON UN PROTOTIPO YA PROBADO EN REALIDAD AUMENTADA ANTES DE SU IMPLEMENTACIÓN. RESULTADO DE PRODUCTIVIDAD

3. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR MEJORARÁ SU CAPACIDAD DE TOMA DE DECISIONES BASADA EN DATOS, AL CONTAR CON UN AGENTE DE IA ENTRENADO CON INFORMACIÓN REAL DE SU PROPIO NEGOCIO. RESULTADO DE PRODUCTIVIDAD
4. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR FORTALECERÁ SU POSICIÓN FRENTE A COMPETIDORES QUE AÚN NO INCORPORAN INTELIGENCIA ARTIFICIAL DISEÑADA A LA MEDIDA DE SUS RETOS ESTRATÉGICOS. RESULTADO DE COMPETITIVIDAD
5. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR FORTALECERÁ SU ARTICULACIÓN CON PROVEEDORES Y ALIADOS DE SU CADENA PRODUCTIVA REGIONAL, AL EXTENDER EL POTENCIAL DE SU AGENTE DE IA MÁS ALLÁ DE SU OPERACIÓN INDIVIDUAL. RESULTADO DE COMPETITIVIDAD

COBERTURA — LUGARES DE EJECUCIÓN (1 GRUPO)

Grupo 1

DEPARTAMENTO (PRESENCIAL)
MAGDALENA

CIUDAD / MUNICIPIO (PRESENCIAL)
SANTA MARTA

BENEFICIARIOS
10

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
ESTE BOOTCAMP SE EJECUTA EN SANTA MARTA, DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA, FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO EN EL VALLE DEL CAUCA, MAXIMIZANDO EL PUNTAJE DE COBERTURA TERRITORIAL

DE LA CONVOCATORIA AL VINCULAR UN DEPARTAMENTO CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2025. ADICIONALMENTE, EL CARÁCTER INMERSIVO DEL MODELO BOOTCAMP QUE EXIGE CONCENTRACIÓN TOTAL Y AUSENCIA DE DISTRACCIONES DURANTE 16 HORAS CONTINUAS, CONFORME AL NUMERAL 3.4.8 DEL PLIEGO SE VE REFORZADO AL DESARROLLARSE FUERA DEL ENTORNO LABORAL HABITUAL DE LOS PARTICIPANTES, TAL COMO LO PERMITE EXPRESAMENTE LA NORMATIVIDAD DE LA CONVOCATORIA PARA ESTE MODELO DE APRENDIZAJE.

MATERIAL DE FORMACIÓN

AMBIENTE DE APRENDIZAJE

SALONES (HOTELES, LABORATORIOS, AULAS GASTRONOMÍA, SALONES EMPRESARIALES)

MATERIAL DE FORMACIÓN SELECCIONADO

CARTILLA DIGITAL

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

INFOGRAFÍA

RECURSOS DIDÁCTICOS

ACCESO REALIDAD VIRTUAL O REALIDAD AUMENTADA

JUSTIFICACIÓN DEL MATERIAL DE FORMACIÓN

LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA CONTEMPLA LA ENTREGA DE MATERIAL DE FORMACIÓN EN LA MODALIDAD DE CARTILLA DIGITAL, ELABORADA ESPECÍFICAMENTE PARA ESTA ACCIÓN, CON EL FIN DE GARANTIZAR PROCESOS DE APRENDIZAJE ADAPTATIVOS, ACTUALIZABLES Y ACCESIBLES PARA EL PERFIL MULTISECTORIAL DE SUS EMPRESAS Y GRUPOS DE INTERÉS, EN CONSONANCIA CON LAS DINÁMICAS DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA Y TECNOLÓGICA QUE ENFRENTAN.
LA CARTILLA DIGITAL REÚNE, DE MANERA ESTRUCTURADA, LÓGICA Y SECUENCIAL, LOS CONTENIDOS CORRESPONDIENTES A CADA UNA DE LAS UNIDADES TEMÁTICAS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN, CONFORME A LOS LINEAMIENTOS TÉCNICOS DEFINIDOS POR EL(LOS) CAPACITADOR(ES) RESPONSABLES. SU PRODUCCIÓN ES RECIENTE, CON UNA ANTIGÜEDAD INFERIOR A DOS (2) AÑOS, LO QUE GARANTIZA LA VIGENCIA Y PERTINENCIA DE LA INFORMACIÓN FRENTE A LAS HERRAMIENTAS Y TENDENCIAS ABORDADAS EN LA FORMACIÓN.
ESTE MATERIAL ES COHERENTE Y PERTINENTE EN RAZÓN A LOS SIGUIENTES ASPECTOS:
• SU ESTRUCTURA Y CONTENIDO GUARDAN CORRESPONDENCIA DIRECTA CON LAS CUATRO UNIDADES TEMÁTICAS DEL BOOTCAMP, SIRVIENDO COMO GUÍA DE REFERENCIA RÁPIDA DURANTE LAS 16 HORAS DE INMERSIÓN.
• LOS CONTENIDOS SON ALTAMENTE ESPECIALIZADOS, AL SINTETIZAR CONCEPTOS DE DISEÑO Y ENTRENAMIENTO DE AGENTES DE IA, SIMULACIÓN EN REALIDAD AUMENTADA Y ESTRUCTURA DE UN PLAN DE ACCIÓN GERENCIAL, QUE NO FORMAN PARTE DEL CONOCIMIENTO GENERAL DEL DIRECTIVO PROMEDIO.
• RESPONDE AL PERFIL ESPECÍFICO DE LOS BENEFICIARIOS GERENTES Y PERFILES ESTRATÉGICOS DE EMPRESAS AFILIADAS Y DE CADENA PRODUCTIVA, EMPLEANDO UN LENGUAJE EJECUTIVO, DIRECTO Y APLICABLE A CUALQUIER RETO EMPRESARIAL QUE CADA PARTICIPANTE DECIDA ABORDAR.
• ES COHERENTE CON LA METODOLOGÍA EMINENTEMENTE PRÁCTICA DEL BOOTCAMP, AL SERVIR COMO MATERIAL DE CONSULTA RÁPIDA DURANTE LOS EJERCICIOS DE DIAGNÓSTICO, DISEÑO, PRUEBA Y SUSTENTACIÓN DE CADA PARTICIPANTE.
• SU FORMATO DIGITAL FACILITA SU DISPONIBILIDAD INMEDIATA PARA LOS 10 BENEFICIARIOS DEL GRUPO, Y SU

CONSULTA POSTERIOR AL BOOTCAMP PARA DAR CONTINUIDAD AL PLAN DE ACCIÓN DEFINIDO EN LA UT4.
• EL MATERIAL DE FORMACIÓN CUMPLIRÁ CON LA NORMATIVIDAD VIGENTE EN CUANTO A PROPIEDAD INTELECTUAL.
• EL MATERIAL INCORPORA UN COMPONENTE INTERACTIVO ASOCIADO A LA ACTIVIDAD DE REALIDAD AUMENTADA DE LA UT3, MEDIANTE PLANTILLAS FÍSICAS (MARCADORES) QUE LOS PARTICIPANTES PODRÁN CONSERVAR Y REUTILIZAR DESPUÉS DEL BOOTCAMP PARA SIMULAR NUEVOS ESCENARIOS DE DECISIÓN CON SU AGENTE DE IA, EXTENDIENDO LA VIDA ÚTIL DEL MATERIAL MÁS ALLÁ DE LAS 16 HORAS DE LA INMERSIÓN PRESENCIAL.

INSUMOS	JUSTIFICACIÓN DE LOS INSUMOS
—	—

RUBROS DEL PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

RUBRO	JUSTIFICACIÓN	UNID.	VALOR UNIDAD	COFIN. SENA	%	ESPECIE	%	DINERO	%	TOTAL
R01.1.4 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE MAESTRÍA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS PROFESIONAL CON TÍTULO DE MAESTRÍA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS. SE ACEPTA LA EQUIVALENCIA DEL TÍTULO DE MAESTRÍA POR: TÍTULO DE ESPECIALIZACIÓN Y TRES (3)AÑOS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL ADICIONAL A LA EXIGIDA, RELACIONADA CON LA FORMACIÓN A IMPARTIR, SIEMPRE Y CUANDO SE ACREDITE EL TÍTULO PROFESIONAL.	HONORARIOS EXPERTO NACIONAL MAESTRÍA (2 CAPACITADORES DEL MISMO NIVEL ACADÉMICO DE FORMA SIMULTÁNEA COMP TECNICAS Y BLANDAS)	32	$ 540.000	$ 17.280.000	100.00%	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	**$ 17.280.000**
R02.1 ALOJAMIENTO, MANUTENCIÓN Y TRANSPORTE LOCAL - CAPACITADOR NACIONAL APLICA PARA TODOS LOS CAPACITADORES NACIONALES,	ALOJAMIENTO, MANUTENCIÓN Y TRANSPORTE LOCAL CAPACITADOR: 4 DÍAS PORQUE SON 2 CAPACITADORES	4	$ 450.000	$ 900.000	50.00%	$ 0	0.00%	$ 900.000	50.00%	**$ 1.800.000**

RUBRO	JUSTIFICACIÓN	UNID.	VALOR UNIDAD	COFIN. SENA	%	ESPECIE	%	DINERO	%	TOTAL
INDEPENDIENTE DE SU PERFIL Y FORMACIÓN ACADÉMICA. INCLUYE CAPACITADORES INTERNOS NACIONALES LOS CUALES ESTARÁN A CARGO DE LA CONTRAPARTIDA EN DINERO DEL CONVINIENTE.										
R04 TIQUETES AÉREOS, TERRESTRES INTERMUNICIPALES Y/O FLUVIAL SE RECONOCERÁ EL VALOR DE LOS TIQUETES AÉREOS, TERRESTRES INTERMUNICIPALES Y/O FLUVIAL DE LOS CAPACITADORES NACIONALES E INTERNACIONALES Y TRADUCTORES. SE INCLUYEN LOS CAPACITADORES INTERNOS QUE ESTÉNPROGRAMADOS PREVIAMENTE DENTRO DE LASACCIONES DE FORMACIÓN LOS CUALES ESTARÁN A CARGO DE LA CONTRAPARTIDA EN DINERO DEL CONVINIENTE.	TIQUETE AÉREO NACIONAL IDA Y VUELTA TARIFA ECONÓMICA: 2 TIQUETES PARA 2 CAPACITADORES	2	$700.000	$0	0.00%	$0	0.00%	$1.400.000	100.00%	**$1.400.000**
R05.3.1 MATERIAL DE FORMACIÓN - DIAGRAMACIÓN - DIAGRAMACIÓN CARTILLA DIAGRAMACIÓN CARTILLA SERVICIO DE DIAGRAMACIÓN PARA CARTILLA DE 60 PÁGINAS. SE PAGARÁ SOLO UNA VEZ POR ACCIÓN DE FORMACIÓN.	DIAGRAMACIÓN CARTILLA	1	$2.800.000	$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	ACCESO A ENTORNOS DE REALIDAD AUMENTADA	1	$2.800.000	$0	0.00%	$0	0.00%	$2.800.000	100.00%	**$2.800.000**

RUBRO	JUSTIFICACIÓN	UNID.	VALOR UNIDAD	COFIN. SENA	%	ESPECIE	%	DINERO	%	TOTAL
REALIDAD VIRTUAL O AUMENTADA. APLICA PARA LOS EVENTOS DE FORMACIÓN PRESENCIAL TALLER, CURSO Y DIPLOMADO										
R07.1.1.3 ALQUILER DE SALONES Y/O ESPACIOS - SALONES, HOTELES, LABORATORIOS, AULAS GASTRONOMÍA, SALONES EMPRESARIALES) - HASTA 30 BENEFICIARIOS PARA FORMACIONES HASTA 30 BENEFICIARIOS. SALONES HOTELES, LABORATORIOS, AULAS GASTRONOMÍA, SALONES EMPRESARIALES)	SALÓN EMPRESARIAL 30 PERSONAS	16	$ 380.000	$ 4.730.000	77.80%	$ 0	0.00%	$ 1.350.000	22.20%	**$ 6.080.000**
R012.7 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS EVENTOS DE FORMACIÓN - DISEÑO E IMPRESIÓN DE INFOGRAFIA DISEÑO E IMPRESIÓN DE INFOGRAFÍA	DISEÑO E IMPRESIÓN DE INFOGRAFÍA	1	$ 260.000	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	$ 260.000	100.00%	**$ 260.000**
R013 PÓLIZAS DE SEGURO. GARANTÍAS REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO CON CARGO A LA CONTRAPARTIDA EN DINERO DEL CONVINIENTE.	GARANTÍAS REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	1	$ 4.000	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	$ 4.000	100.00%	**$ 4.000**
Subtotal rubros AF				**$ 25.710.000**	**79.29%**	**$ 0**	**0.00%**	**$ 6.714.000**	**20.71%**	**$ 32.424.000**

PRESUPUESTO TOTAL DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

CONCEPTO	COFIN. SENA	%	CONTRA. ESPECIE	%	CONTRA. DINERO	%	TOTAL
Subtotal rubros AF	$ 25.710.000	79.29%	$ 0	0.00%	$ 6.714.000	20.71%	**$ 32.424.000**
Gastos de operación	$ 3.242.400	100.00%	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	**$ 3.242.400**
Transferencia — 1 benef. (10.00% de beneficiarios)	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	$ 542.130	100.00%	**$ 542.130**
Total de la acción de formación	**$ 28.952.400**	**79.96%**	**$ 0**	**0.00%**	**$ 7.256.130**	**20.04%**	**$ 36.208.530**

SUBTOTAL RUBROS AF
$ 32.424.000

GASTOS DE OPERACIÓN
$ 3.242.400

TRANSFERENCIA
$ 542.130

VALOR TOTAL AF
$ 36.208.530

VALOR HORA × BENEFICIARIO

$ 222.915

(Valor AF + Gastos de operación) / (N.º beneficiarios × horas por grupo) = $ 35.666.400 / (10 × 16)

5

ACCIÓN DE FORMACIÓN 5 DE LA FORMULACIÓN

↑ VOLVER AL LISTADO DE AF

NO BASTA CON COMPRAR IA: CÓMO SE CONSTRUYE UNA ORGANIZACIÓN QUE COMPITE CON IA

CONFERENCIA | PRESENCIAL HÍBRIDA | 2 grupo(s) | 360 beneficiarios

Valor total AF

$ 8.689.476

INFORMACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

CONSECUTIVO

5

NECESIDAD ASOCIADA (N.º)

5

DIAGNÓSTICO ASOCIADO (N.º)

1

ENFOQUE DE LA AF

FORMACIÓN EN EL TRABAJO

PROBLEMA O NECESIDAD DETECTADA

NECESIDAD AF5:UN NÚMERO CRECIENTE DE EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL, ASÍ COMO DE SU CADENA PRODUCTIVA, HA INVERTIDO EN HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL —CHATBOTS, GENERADORES DE CONTENIDO, ASISTENTES DE ANÁLISIS— SIN LOGRAR RESULTADOS SOSTENIBLES EN EL TIEMPO, AL CARECER DE UN MODELO OPERATIVO, UN GOBIERNO DE DATOS Y UNA CAPACIDAD DECISORIA QUE TRADUZCAN DICHA INVERSIÓN EN UNA VENTAJA COMPETITIVA REAL PARA LA ORGANIZACIÓN, SU CADENA PRODUCTIVA Y EL SECTOR QUE REPRESENTA EL GREMIO.

JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DETECTADA

LA CRECIENTE DISPONIBILIDAD DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL HA LLEVADO A NUMEROSAS EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL A ADOPTAR SOLUCIONES PUNTUALES CHATBOTS, GENERADORES DE CONTENIDO, ASISTENTES DE ANÁLISIS Y AUTOMATIZACIONES BÁSICAS SIN CONTAR CON UN MARCO ORGANIZACIONAL QUE SOSTENGA DICHA ADOPCIÓN EN EL TIEMPO. EL RESULTADO ES UNA BRECHA ENTRE LA INVERSIÓN TECNOLÓGICA REALIZADA Y LOS RESULTADOS OBTENIDOS: PILOTOS QUE NO LOGRAN ESCALAR MÁS ALLÁ DE UN ÁREA PUNTUAL, DECISIONES QUE CONTINÚAN DEPENDIENDO DE LA INTUICIÓN DEL DIRECTIVO, Y DATOS QUE PERMANECEN DISPERSOS ENTRE ÁREAS SIN FLUIR HACIA LA TOMA DE DECISIONES.

ESTA CONFERENCIA ATIENDE DICHA NECESIDAD AL OFRECER A LOS DIRECTIVOS Y MANDOS ESTRATÉGICOS UN MARCO CONCEPTUAL Y PRÁCTICO PARA DISTINGUIR ENTRE “COMPRAR TECNOLOGÍA” Y “CONSTRUIR UNA CAPACIDAD ORGANIZACIONAL”, ATERRIZANDO DE FORMA APLICADA LAS IDEAS DE MODELO OPERATIVO, GOBIERNO DE DATOS Y TOMA DE DECISIONES BASADA EN EVIDENCIA, COMPLEMENTADO CON UN PRIMER AUTODIAGNÓSTICO APLICABLE DE INMEDIATO AL CONTEXTO DE CADA PARTICIPANTE.

DADA SU NATURALEZA DE CONFERENCIA BREVE, INTRODUCTORIA, DISRUPTIVA Y DE ALTO ALCANCE, LA FORMACIÓN ATIENDE LA NECESIDAD DE MANERA PARCIAL: SENSIBILIZA, REENCUADRA EL PROBLEMA Y ENTREGA UNA PRIMERA HOJA DE RUTA DE DIAGNÓSTICO, SIN AGOTAR EL DESARROLLO DE LAS CAPACIDADES TÉCNICAS QUE EXIGIRÍA UNA IMPLEMENTACIÓN COMPLETA, LA CUAL REQUERIRÍA PROCESOS FORMATIVOS DE MAYOR PROFUNDIDAD Y ESPECIALIZACIÓN.

DATOS INTERNOS GREMIO
CUALITATIVO: DE ACUERDO CON LOS ESPACIOS DE DIAGNÓSTICO, UN NÚMERO CRECIENTE DE EMPRESAS AFILIADAS MANIFIESTA HABER ADOPTADO HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL DE FORMA AISLADA (ATENCIÓN AL CLIENTE, GENERACIÓN DE CONTENIDO, AUTOMATIZACIÓN DE TAREAS REPETITIVAS), SIN INTEGRARLAS A UN MODELO DE GESTIÓN, GOBIERNO DE DATOS O PROCESO FORMAL DE DECISIÓN QUE ARTICULE DE MANERA COHERENTE A SUS EQUIPOS DIRECTIVOS, MEDIOS Y OPERATIVOS. ESTE PATRÓN SE OBSERVA DE MANERA TRANSVERSAL EN LOS DISTINTOS SECTORES QUE AGRUPA EL GREMIO (SERVICIOS, INDUSTRIA, COMERCIO, SALUD Y AGROINDUSTRIA, ENTRE OTROS), EVIDENCIANDO QUE LA BRECHA IDENTIFICADA ES UNA CONDICIÓN ESTRUCTURAL DEL TEJIDO EMPRESARIAL AFILIADO Y NO UN FENÓMENO AISLADO DE UN SECTOR O TAMAÑO DE EMPRESA EN PARTICULAR.
CUANTITATIVO: AL CRUZAR LA MUESTRA DE 360 ASISTENTES PROYECTADOS CON EL CENSO INTERNO DEL GREMIO, SE DETERMINÓ QUE 85% DE LAS ORGANIZACIONES HA FINANCIADO ALGÚN PILOTO O HERRAMIENTA DE IA EN EL ÚLTIMO AÑO, PERO EL 91% DE SUS DIRECTIVOS, MANDOS MEDIOS Y OPERARIOS DESCONOCE CÓMO EVALUAR EL NIVEL DE MADUREZ O GOBERNANZA DE DATOS DE SU EMPRESA, OPERANDO SIN UN MARCO DE DIAGNÓSTICO EN CINCO DIMENSIONES.
DATOS FUENTE EXTERNAS
DATO CUALITATIVO: UN ESTUDIO ACADÉMICO RECIENTE SOBRE ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN PYMES DE SANTA MARTA, COLOMBIA, ENCONTRÓ QUE LAS PRINCIPALES BARRERAS PARA AVANZAR EN SU IMPLEMENTACIÓN SON DE NATURALEZA COGNITIVA Y ORGANIZACIONAL (82%), Y NO FINANCIERA (4%), LO QUE CONFIRMA QUE EL RETO CENTRAL PARA LAS EMPRESAS NO ES EL ACCESO A LA TECNOLOGÍA, SINO LA CAPACIDAD REAL DE LA ORGANIZACIÓN PARA INTEGRARLA DE MANERA ESTRUCTURADA A SU MODELO DE GESTIÓN, GOBIERNO DE DATOS Y TOMA DE DECISIONES, ASPECTOS QUE PRECISAMENTE ABORDA ESTA CONFERENCIA AL CENTRARSE EN EL DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL ANTES QUE EN LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA EN SÍ MISMA. FUENTE: REVISTA IBERO CIENCIAS, “LA PARADOJA DE LA ADOPCIÓN DE IA EN PYMES DE ECOSISTEMAS EMERGENTES” (2026):
HTTPS://REVISTAIBEROCIENCIAS.ORG/INDEX.PHP/MULTIDISCIPLINAR/ARTICLE/VIEW/825
DATO CUANTITATIVO: SEGÚN EL ESTUDIO “IA: LA BRECHA DE LA PREPARACIÓN”, ELABORADO POR EL CENTRO DE INNOVACIÓN, PRODUCTIVIDAD Y DESARROLLO TECNOLÓGICO (CINTEL), EL 40% DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COLOMBIANAS NO TIENE PLANES DE INCORPORAR INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL CORTO O MEDIANO PLAZO, LO QUE REFLEJA UN REZAGO ESTRUCTURAL EN EL SECTOR PRODUCTIVO NACIONAL QUE AFECTA DE MANERA DIRECTA A LAS MIPYMES AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL Y A SU CADENA PRODUCTIVA, Y SUSTENTA LA PERTINENCIA DE ESTA CONFERENCIA COMO PRIMER PASO DE SENSIBILIZACIÓN ESTRATÉGICA FRENTE A DICHO REZAGO. FUENTE: IMPACTOTIC, “IA EN EMPRESAS: ¿POR QUÉ EL 40% DE LAS PYMES COLOMBIANAS SE QUEDÓ ATRÁS?” (2026):
HTTPS://IMPACTOTIC.CO/INTELIGENCIA-ARTIFICIAL/ADOPCION-DE-IA-EN-EMPRESAS-COLOMBIA-ANDICOM/
¿EL PROBLEMA/NECESIDAD SE ATIENDE PARCIAL O TOTAL?
PARCIAL. LA CONFERENCIA SENSIBILIZA, REENCUADRA EL PROBLEMA Y ENTREGA UN MARCO INICIAL DE DIAGNÓSTICO; EL DESARROLLO TÉCNICO COMPLETO DE LAS CAPACIDADES REQUERIRÍA PROCESOS FORMATIVOS DE MAYOR PROFUNDIDAD.

CAUSAS DEL PROBLEMA O NECESIDAD

1. AUSENCIA DE UN MODELO OPERATIVO QUE TRADUZCA LOS DATOS DISPONIBLES EN DECISIONES ACCIONABLES, LO QUE MANTIENE A LAS EMPRESAS EN LA FASE DE “PILOTO” SIN LOGRAR ESCALAR SUS SOLUCIONES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL HACIA EL CONJUNTO DE LA ORGANIZACIÓN, LIMITANDO SU IMPACTO A INICIATIVAS AISLADAS EN UN ÁREA O PROCESO ESPECÍFICO.

2. FALTA DE GOBIERNO DE DATOS: LA INFORMACIÓN RELEVANTE PARA LA TOMA DE DECISIONES SE ENCUENTRA DISPERSA ENTRE ÁREAS Y NIVELES JERÁRQUICOS, SIN PROTOCOLOS CLAROS DE CALIDAD, ACCESO, ACTUALIZACIÓN O RESPONSABILIDAD SOBRE SU CAPTURA DESDE EL NIVEL OPERATIVO, LO QUE IMPIDE CONSTRUIR UNA "FÁBRICA DE DECISIONES" CONFIABLE Y SOSTENIDA EN EL TIEMPO.
3. DESCONOCIMIENTO, TANTO EN LA ALTA DIRECCIÓN COMO EN LOS NIVELES MEDIO Y OPERATIVO, DE UN MARCO DE DIAGNÓSTICO QUE PERMITA DISTINGUIR ENTRE LA ADOPCIÓN SUPERFICIAL DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y LA CONSTRUCCIÓN DE UNA CAPACIDAD ORGANIZACIONAL SOSTENIBLE, ESCALABLE Y ALINEADA CON LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL NEGOCIO.
4. RESISTENCIA CULTURAL Y BAJA ALFABETIZACIÓN ESTRATÉGICA EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL ENTRE LOS DISTINTOS NIVELES DE LA ORGANIZACIÓN, QUE LIMITA LA APROPIACIÓN DE LA TECNOLOGÍA MÁS ALLÁ DE USOS PUNTUALES, AISLADOS Y NO ARTICULADOS ENTRE SÍ, Y QUE SE AGRAVA POR LA AUSENCIA DE ESPACIOS FORMATIVOS QUE INTEGREN A DIRECTIVOS, MANDOS MEDIOS Y PERSONAL OPERATIVO EN UN MISMO EJERCICIO DE DIAGNÓSTICO.
ESTAS CAUSAS EVIDENCIAN QUE LA BRECHA IDENTIFICADA NO RESPONDE A LA FALTA DE ACCESO A HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS, SINO A LA AUSENCIA DE UN MARCO ORGANIZACIONAL, DE GOBIERNO DE DATOS Y DE CAPACIDADES DIRECTIVAS, MEDIAS Y OPERATIVAS QUE PERMITAN TRADUCIR LA INVERSIÓN EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN UNA VENTAJA COMPETITIVA SOSTENIDA PARA LAS EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL Y SU CADENA PRODUCTIVA, EN UN CONTEXTO EN EL QUE LA TECNOLOGÍA POR SÍ SOLA NO GARANTIZA RESULTADOS SI LA ORGANIZACIÓN NO CUENTA CON LA CAPACIDAD INTERNA PARA GESTIONARLA.

EFECTOS DEL PROBLEMA O NECESIDAD

1. PERSISTENCIA DE INVERSIONES TECNOLÓGICAS SIN RETORNO MEDIBLE, AL MANTENERSE LAS INICIATIVAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO PILOTOS AISLADOS QUE NO LOGRAN INTEGRARSE A LOS PROCESOS CENTRALES DEL NEGOCIO NI A LOS EQUIPOS OPERATIVOS QUE FINALMENTE LOS EJECUTAN EN EL DÍA A DÍA DE LA EMPRESA, PROLONGANDO EL CICLO DE PRUEBA Y ERROR SIN RESULTADOS CONSOLIDADOS.
2. PÉRDIDA DE COMPETITIVIDAD FRENTE A EMPRESAS DEL MISMO SECTOR QUE SÍ LOGRAN INDUSTRIALIZAR LA TOMA DE DECISIONES BASADA EN DATOS, AMPLIANDO LA BRECHA TECNOLÓGICA Y ORGANIZACIONAL DENTRO DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL REPRESENTADO POR EL GREMIO Y REDUCIENDO SU CAPACIDAD DE RESPUESTA ANTE CAMBIOS DEL MERCADO Y DE LA DEMANDA.
3. PERSISTENCIA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS Y OPERATIVAS BASADAS EN LA INTUICIÓN Y NO EN EVIDENCIA, LO QUE INCREMENTA EL RIESGO DE ERRORES COSTOSOS EN UN ENTORNO PRODUCTIVO DE ALTA INCERTIDUMBRE, COMPETENCIA CRECIENTE Y TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA ACELERADA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL.
4. DESAPROVECHAMIENTO DEL POTENCIAL DE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL YA ADQUIRIDAS, GENERANDO FRUSTRACIÓN ORGANIZACIONAL EN TODOS LOS NIVELES, RESISTENCIA A FUTURAS INVERSIONES TECNOLÓGICAS Y UNA PERCEPCIÓN ERRÓNEA DE QUE LA IA NO GENERA VALOR REAL PARA LA EMPRESA NI PARA QUIENES LA OPERAN.
DE NO EJECUTARSE ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN, ESTOS EFECTOS SE MANTENDRÁN Y PROFUNDIZARÁN LA BRECHA ENTRE LA INVERSIÓN TECNOLÓGICA DE LAS EMPRESAS AFILIADAS Y SU CAPACIDAD REAL DE GENERAR VALOR A PARTIR DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL, AFECTANDO DE MANERA DIRECTA SU PRODUCTIVIDAD, SU COMPETITIVIDAD Y LA SOSTENIBILIDAD DE SUS PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL MEDIANO Y LARGO PLAZO, TANTO A NIVEL DE LA ORGANIZACIÓN INDIVIDUAL COMO DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL MULTISECTORIAL QUE REPRESENTA EL GREMIO EN SU CONJUNTO.

OBJETIVO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

DOTAR A LOS EQUIPOS DIRECTIVOS, MEDIOS Y OPERATIVOS DE LAS EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL Y DE SU CADENA PRODUCTIVA DE UN MARCO CONCEPTUAL Y PRÁCTICO PARA DIAGNOSTICAR EL NIVEL DE MADUREZ ORGANIZACIONAL FRENTE A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL, Y DEFINIR UN PRIMER PASO ACCIONABLE, MEDIBLE Y COHERENTE CON SU REALIDAD PRODUCTIVA, HACIA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA CAPACIDAD INSTALADA QUE IMPULSE DE MANERA SOSTENIDA SU PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD.
JUSTIFICACIÓN PARA QUÉ LA FORMACIÓN
PARA LOS TRABAJADORES:
• ADQUIRIR UN MARCO CONCEPTUAL CLARO PARA DISTINGUIR ENTRE EL USO SUPERFICIAL DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y LA CONSTRUCCIÓN DE UNA CAPACIDAD ORGANIZACIONAL REAL, SIN IMPORTAR SU NIVEL JERÁRQUICO.
• DESARROLLAR UNA PRIMERA AUTOEVALUACIÓN DE MADUREZ DE IA APLICABLE DE INMEDIATO A SU ROL DIRECTIVO, DE GESTIÓN INTERMEDIA O DE EJECUCIÓN OPERATIVA.
• FORTALECER SU CRITERIO ESTRATÉGICO Y SU ROL COMO GENERADORES DE DATOS CONFIABLES PARA LIDERAR O APOYAR PROCESOS DE ADOPCIÓN TECNOLÓGICA DENTRO DE SU ORGANIZACIÓN.
PARA LAS EMPRESAS:
• IDENTIFICAR DE MANERA TEMPRANA LAS BRECHAS DE DATOS, GOBIERNO Y MODELO OPERATIVO QUE LIMITAN EL RETORNO DE SUS INVERSIONES EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL.
• CONTAR CON UNA HOJA DE RUTA INICIAL, CONSTRUIDA CON LA PARTICIPACIÓN DE DISTINTOS NIVELES OCUPACIONALES, PARA TRANSITAR DE PILOTOS AISLADOS A UNA CAPACIDAD DE DECISIÓN BASADA EN DATOS.
• FORTALECER SU POSICIÓN COMPETITIVA FRENTE A ORGANIZACIONES DEL MISMO SECTOR QUE YA AVANZAN EN LA INDUSTRIALIZACIÓN DE SUS DECISIONES CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL.
EN FUNCIÓN DEL LOGRO PARA LOS TRABAJADORES Y LAS EMPRESAS A LAS QUE PERTENECEN, EL ALCANCE COMO TAL DEL OBJETIVO Y LA COHERENCIA CONTRA LA BRECHA IDENTIFICADA, SE TIENE:
ESTE OBJETIVO ES COMPLETAMENTE ALCANZABLE DEBIDO A QUE LA CONFERENCIA ENTREGA UN MARCO DE DIAGNÓSTICO APLICABLE EN EL CORTO PLAZO, COHERENTE CON LA NATURALEZA INTRODUCTORIA Y DE ALTO ALCANCE DEL EVENTO, Y ESTÁ DIRECTAMENTE ALINEADO CON LA SOLUCIÓN A LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA.

DATOS DEL EVENTO

EVENTO DE FORMACIÓN
CONFERENCIA

MODALIDAD DE FORMACIÓN
PRESENCIAL HÍBRIDA

METODOLOGÍA DE FORMACIÓN
TEÓRICA

GRUPOS Y BENEFICIARIOS

N.º DE HORAS POR GRUPO
2

N.º DE GRUPOS
2

BENEFICIARIOS PRESENCIALES / GRUPO
60

BENEFICIARIOS SINCRÓNICOS / GRUPO
120

TOTAL DE HORAS DE LA AF

4

TOTAL DE BENEFICIARIOS DE LA AF

360

PERFIL DE LOS BENEFICIARIOS

ÁREAS FUNCIONALES

DIRECCIÓN | TECNOLOGÍA | INNOVACIÓN | MARKETING | SERVICIO AL CLIENTE

JUSTIFICACIÓN DE ÁREAS FUNCIONALES

LA CONFERENCIA ESTÁ DIRIGIDA A UN PÚBLICO TRANSVERSAL DE LA ORGANIZACIÓN, DADO QUE LA CONSTRUCCIÓN DE UNA CAPACIDAD INSTITUCIONAL FRENTE A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL NO ES RESPONSABILIDAD EXCLUSIVA DE UN ÁREA TÉCNICA NI DE UN ÚNICO NIVEL JERÁRQUICO, SINO UNA DECISIÓN QUE INVOLUCRA A LA ALTA DIRECCIÓN, A LAS ÁREAS QUE GESTIONAN DE MANERA DIRECTA DATOS Y DECISIONES, Y A LOS EQUIPOS QUE GENERAN Y CAPTURAN LA INFORMACIÓN DE BASE EN EL DÍA A DÍA OPERATIVO DE LA EMPRESA. EN CONSONANCIA CON EL PERFIL DIVERSO DE LOS BENEFICIARIOS Y CON LA NATURALEZA TRANSVERSAL DEL CONTENIDO DE LA CONFERENCIA, SE PRIORIZAN LAS SIGUIENTES ÁREAS FUNCIONALES:
JUSTIFICACIÓN POR ÁREA PRIORIZADA:
• DIRECCIÓN: SON QUIENES TOMAN LAS DECISIONES ESTRATÉGICAS SOBRE INVERSIÓN TECNOLÓGICA Y DEBEN LIDERAR LA TRANSICIÓN DE PILOTOS AISLADOS A UN MODELO OPERATIVO BASADO EN DATOS, GARANTIZANDO LA COHERENCIA ENTRE LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO, LOS RECURSOS DISPONIBLES Y LA ADOPCIÓN REAL DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN TODA LA ORGANIZACIÓN, Y NO SOLO EN UN ÁREA ESPECÍFICA DE LA EMPRESA.
• TECNOLOGÍA: RESPONSABLES DE LA INFRAESTRUCTURA DE DATOS, LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y LA IMPLEMENTACIÓN TÉCNICA DE LAS SOLUCIONES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, DEBEN COMPRENDER EL MARCO DE MADUREZ ORGANIZACIONAL PRESENTADO EN LA CONFERENCIA PARA ALINEAR LAS DECISIONES TECNOLÓGICAS CON LA ESTRATEGIA DEL NEGOCIO Y CON LA CAPACIDAD REAL DE LOS EQUIPOS QUE FINALMENTE OPERARÁN DICHAS SOLUCIONES EN EL DÍA A DÍA.
• INNOVACIÓN: ENCARGADAS DE IDENTIFICAR, PRIORIZAR Y GESTIONAR OPORTUNIDADES DE TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA, SE BENEFICIAN DIRECTAMENTE DE UN MARCO DE DIAGNÓSTICO ESTRUCTURADO QUE EVITE LA DISPERSIÓN DE ESFUERZOS EN INICIATIVAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL QUE NO LOGRAN GENERAR UN RETORNO MEDIBLE PARA LA ORGANIZACIÓN NI PARA SU CADENA PRODUCTIVA.
• MARKETING: GESTIONAN DATOS DE CLIENTES, COMPORTAMIENTO DE CONSUMO Y PERSONALIZACIÓN DE LA OFERTA COMERCIAL, UN TERRENO DONDE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL TIENE UN ALTO POTENCIAL DE IMPACTO SI SE INTEGRA A UN MODELO DE DECISIÓN ESTRUCTURADO Y A PROCESOS DE CAPTURA Y GOBIERNO DE INFORMACIÓN CONFIABLES, ACTUALIZADOS Y ACCESIBLES PARA TODA LA ORGANIZACIÓN.
• SERVICIO AL CLIENTE: CONSTITUYE, JUNTO CON LAS ÁREAS OPERATIVAS DE ATENCIÓN DIRECTA, UNO DE LOS PUNTOS DONDE CON MAYOR FRECUENCIA SE CAPTURAN LOS DATOS QUE ALIMENTAN CUALQUIER MODELO DE DECISIÓN BASADO EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL, POR LO QUE SU COMPRENSIÓN DEL MARCO ORGANIZACIONAL PRESENTADO RESULTA INDISPENSABLE PARA QUE LA INFORMACIÓN FLUYA DE MANERA CONFIABLE DESDE EL FRENTE DE ATENCIÓN HASTA LA ALTA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA, CERRANDO EL CICLO COMPLETO DE LA FÁBRICA DE DECISIONES.

NIVELES OCUPACIONALES

ALTA DIRECCIÓN | MEDIO | OPERATIVO

JUSTIFICACIÓN DE NIVELES OCUPACIONALES

LA CONFERENCIA CONVOCA SIMULTÁNEAMENTE A QUIENES DEFINEN LA ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL, A QUIENES LA TRADUCEN EN PROCESOS CONCRETOS Y A QUIENES GENERAN LA INFORMACIÓN DE BASE QUE SOSTIENE CUALQUIER DECISIÓN APOYADA EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL, DADO QUE LA CONSTRUCCIÓN DE UNA CAPACIDAD DE IA VERDADERAMENTE SOSTENIBLE REQUIERE ALINEACIÓN ENTRE LOS TRES NIVELES OCUPACIONALES DE LA ORGANIZACIÓN, Y NO ÚNICAMENTE LA VOLUNTAD DE LA ALTA DIRECCIÓN.
JUSTIFICACIÓN POR NIVEL OCUPACIONAL PRIORIZADO:
• ALTA DIRECCIÓN: GERENTES GENERALES, DIRECTORES DE ÁREA Y MIEMBROS DE JUNTA DIRECTIVA, RESPONSABLES DE APROBAR INVERSIONES TECNOLÓGICAS Y DE DEFINIR EL RUMBO ESTRATÉGICO DE LA ORGANIZACIÓN; REQUIEREN EL MARCO DE DIAGNÓSTICO PRESENTADO EN LA CONFERENCIA PARA TOMAR DECISIONES INFORMADAS SOBRE EL NIVEL DE MADUREZ DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL QUE SU ORGANIZACIÓN DEBE ALCANZAR Y SOBRE LA SECUENCIA DE PASOS A SEGUIR PARA LOGRARLO, EVITANDO INVERSIONES DISPERSAS Y SIN RETORNO.
• NIVEL MEDIO: COORDINADORES, JEFES DE ÁREA Y LÍDERES DE PROYECTO, ENCARGADOS DE TRADUCIR LA ESTRATEGIA DEFINIDA POR LA ALTA DIRECCIÓN EN PROCESOS OPERATIVOS CONCRETOS; SU PARTICIPACIÓN EN LA CONFERENCIA GARANTIZA QUE EL DIAGNÓSTICO Y LA HOJA DE RUTA PROPUESTOS SE PUEDAN IMPLEMENTAR DE MANERA EFECTIVA EN EL DÍA A DÍA DE CADA ÁREA DE LA ORGANIZACIÓN, EVITANDO QUE LA INICIATIVA DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL QUEDE ÚNICAMENTE EN EL DISCURSO DIRECTIVO SIN TRADUCIRSE EN ACCIONES REALES.
• NIVEL OPERATIVO: AUXILIARES ADMINISTRATIVOS, DIGITADORES, ASISTENTES DE SERVICIO AL CLIENTE Y DEMÁS PERSONAL DE EJECUCIÓN DIRECTA, QUIENES GENERAN Y CAPTURAN GRAN PARTE DE LOS DATOS QUE ALIMENTAN CUALQUIER MODELO DE DECISIÓN CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL, Y QUIENES FINALMENTE ADOPTAN O RESISTEN LAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EN EL TERRENO DE TRABAJO; SU SENSIBILIZACIÓN RESULTA INDISPENSABLE PARA QUE EL DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL PROPUESTO EN LA CONFERENCIA CUENTE CON INFORMACIÓN REAL Y CONSISTENTE, Y PARA QUE LA ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL SEA SOSTENIBLE MÁS ALLÁ DE LA DECISIÓN DIRECTIVA, DADO QUE SIN SU INVOLUCRAMIENTO ACTIVO CUALQUIER ESTRATEGIA DE DATOS Y DE GOBIERNO DE LA INFORMACIÓN PERMANECE INCOMPLETA Y VULNERABLE A FALLAS DE IMPLEMENTACIÓN.

OCUPACIONES CUOC

11200 - DIRECTORES Y GERENTES GENERALES
12111 - DIRECTORES Y GERENTES FINANCIEROS
12120 - DIRECTORES Y GERENTES DE GESTIÓN DE TALENTO HUMANO
12211 - DIRECTORES Y GERENTES DE VENTAS Y MERCADEO
12230 - DIRECTORES Y GERENTES DE INGENIERÍA, INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO
13210 - DIRECTORES Y GERENTES DE INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
13241 - DIRECTORES Y GERENTES DE COMPRAS Y ADQUISICIONES
13302 - DIRECTORES Y GERENTES DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS
24210 - PROFESIONALES Y ANALISTAS DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN
33413 - SUPERVISORES Y COORDINADORES DE PROCESOS DE NEGOCIO, EMPLEADOS DE INFORMACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE
33392 - ASISTENTES DE MERCADEO, PUBLICIDAD Y COMUNICACIONES
41322 - DIGITADORES

42251 - AUXILIARES DE INFORMACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE

42220 - EMPLEADOS DE CENTROS DE LLAMADAS

43121 - AUXILIARES DE SERVICIOS ESTADÍSTICOS Y FINANCIEROS

DATOS NUMÉRICOS DE BENEFICIARIOS

TRABAJADORES MUJERES

36

EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD

0

EMPRESAS CON MODELO BIC

0

MIPYMES (SI APLICA)

N.º DE EMPRESAS MIPYMES

10

N.º DE TRABAJADORES DE EMPRESAS MIPYMES

100

JUSTIFICACIÓN MIPYMES Y TRABAJADORES A BENEFICIAR

EL GRUPO MULTISECTORIAL SE CONSOLIDA COMO UNO DE LOS GREMIOS EMPRESARIALES DE MAYOR TRAYECTORIA E INCIDENCIA EN EL SUROCCIDENTE COLOMBIANO: CON 15 AÑOS DE OPERACIÓN, AGRUPA A 35 ORGANIZACIONES DE LA REGIÓN PACÍFICA PERTENECIENTES A 23 SECTORES ECONÓMICOS, Y AGREMIA DIRECTAMENTE A MÁS DE 4.500 MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS. ESTA TRAYECTORIA Y REPRESENTATIVIDAD, VERIFICABLE A TRAVÉS DE SUS CANALES INSTITUCIONALES, SUSTENTA SU LEGITIMIDAD COMO INTERLOCUTOR DE LAS NECESIDADES REALES DEL TEJIDO EMPRESARIAL REGIONAL.
SU CAPACIDAD DE DIAGNÓSTICO MULTISECTORIAL ARTICULADA A TRAVÉS DEL OBSERVATORIO MIPYME Y SU COMITÉ DE LÍDERES DE LÍNEA, CONFORMADO POR MÁS DE 40 EXPERTOS SECTORIALES PERMITE IDENTIFICAR BRECHAS DE FORMACIÓN A PARTIR DE INFORMACIÓN REAL, VALIDADA Y CONTEXTUALIZADA. EN ESTE MARCO, LA PRESENTE ACCIÓN DE FORMACIÓN TIENE COMO GRUPO OBJETIVO A LAS EMPRESAS MIPYMES AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL, GARANTIZANDO QUE LOS CONTENIDOS PROPUESTOS RESPONDAN DE MANERA PERTINENTE A SUS NECESIDADES DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD.
LA PARTICIPACIÓN DE EMPRESAS MIPYMES AFILIADAS RESULTA ESPECIALMENTE PERTINENTE EN ESTA CONFERENCIA, DADO QUE SON ESTAS ORGANIZACIONES LAS QUE CON MAYOR FRECUENCIA ADOPTAN HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL DE MANERA AISLADA CHATBOTS, GENERADORES DE CONTENIDO, ASISTENTES BÁSICOS SIN CONTAR CON EL MÚSCULO ORGANIZACIONAL DE UNA GRAN EMPRESA PARA SOSTENER DICHA ADOPCIÓN EN EL TIEMPO, NI CON EQUIPOS TÉCNICOS DEDICADOS A LA GESTIÓN DE DATOS O A LA GOBERNANZA TECNOLÓGICA. EL CONTENIDO ESPECIALIZADO DE LA CONFERENCIA, CENTRADO EN DISTINGUIR ENTRE “COMPRAR TECNOLOGÍA” Y “CONSTRUIR UNA CAPACIDAD”, OFRECE A ESTAS EMPRESAS UN MARCO ACCESIBLE Y APLICABLE DE INMEDIATO, SIN REQUERIR CONOCIMIENTOS TÉCNICOS AVANZADOS NI INVERSIONES ADICIONALES SIGNIFICATIVAS, LO QUE LO HACE ESPECIALMENTE PERTINENTE PARA SU REALIDAD OPERATIVA, FINANCIERA Y DE TALENTO HUMANO LIMITADO FRENTE A ORGANIZACIONES DE MAYOR TAMAÑO.
PARA LOS PARTICIPANTES DE EMPRESAS MIPYMES, EL APORTE SE TRADUCE EN UNA PRIMERA AUTOEVALUACIÓN DE SU NIVEL DE MADUREZ FRENTE A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL, QUE LES PERMITE PRIORIZAR SUS PRÓXIMOS PASOS CON CRITERIO ESTRATÉGICO, EN LUGAR DE CONTINUAR INVIRTIENDO EN HERRAMIENTAS DE MANERA DISPERSA Y SIN COORDINACIÓN ENTRE SUS EQUIPOS DIRECTIVOS, MEDIOS Y OPERATIVOS. PARA LAS EMPRESAS, EL BENEFICIO SE REFLEJA EN LA POSIBILIDAD DE ALINEAR SU INVERSIÓN TECNOLÓGICA CON UN MODELO OPERATIVO COHERENTE, MEJORANDO SU CAPACIDAD DE TOMAR DECISIONES BASADAS EN DATOS Y FORTALECIENDO SU COMPETITIVIDAD FRENTE A ORGANIZACIONES DE MAYOR TAMAÑO QUE YA CUENTAN CON ESTRUCTURAS MÁS CONSOLIDADAS PARA LA ADOPCIÓN DE

INTELIGENCIA ARTIFICIAL, CERRANDO ASÍ UNA BRECHA ESTRUCTURAL DOCUMENTADA EN ESTUDIOS RECIENTES SOBRE EL SECTOR PRODUCTIVO COLOMBIANO Y CONTRIBUYENDO DIRECTAMENTE AL CIERRE DE BRECHAS DE CAPITAL HUMANO QUE PERSIGUE LA CONVOCATORIA.

CADENA PRODUCTIVA (SI APLICA)

N.º DE EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA

5

N.º DE TRABAJADORES DE LA CADENA PRODUCTIVA

50

JUSTIFICACIÓN CADENA PRODUCTIVA

EXTENDER LA COBERTURA DE LA FORMACIÓN A LOS TRABAJADORES DE EMPRESAS QUE INTEGRAN LA CADENA PRODUCTIVA DE LOS AFILIADOS AL GRUPO MULTISECTORIAL CONSTITUYE UNA DECISIÓN ESTRATÉGICA ORIENTADA A FORTALECER EL ECOSISTEMA EMPRESARIAL MULTISECTORIAL EN SU CONJUNTO. ESTAS EMPRESAS PROVEEDORES, DISTRIBUIDORES, PRESTADORES DE SERVICIOS TECNOLÓGICOS Y DEMÁS ESLABONES DE SOPORTE AUNQUE NO OSTENTEN LA CALIDAD DE AFILIADAS DIRECTAS, INCIDEN DE MANERA DIRECTA EN LA PRODUCTIVIDAD, LA EFICIENCIA OPERATIVA Y LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES NÚCLEO DEL GREMIO, POR LO QUE SU FORTALECIMIENTO REDUNDA EN BENEFICIO DE TODO EL SECTOR PRODUCTIVO REPRESENTADO.

FORMAR CONJUNTAMENTE A LOS TRABAJADORES DE LA CADENA PRODUCTIVA PERMITE ALINEAR CAPACIDADES TÉCNICAS ENTRE ESLABONES, MEJORAR LA COORDINACIÓN INTEREMPRESARIAL, ACELERAR LA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES A LO LARGO DE TODA LA CADENA, Y CONSOLIDAR RELACIONES DE COOPERACIÓN MÁS ÁGILES, CONTINUAS Y SOSTENIBLES EN EL TIEMPO. DE ESTA MANERA, LA ACCIÓN DE FORMACIÓN NO SOLO RESPONDE A LA NECESIDAD PUNTUAL IDENTIFICADA EN LA EMPRESA/GREMIO, SINO QUE PROMUEVE ACTIVAMENTE LA ARTICULACIÓN ENTRE EMPRESAS, PROVEEDORES Y DEMÁS ACTORES DE LA CADENA PRODUCTIVA, EN LÍNEA CON EL PROPÓSITO DE FORTALECER LA COMPETITIVIDAD TERRITORIAL Y SECTORIAL QUE PERSIGUE LA CONVOCATORIA.

LA INCLUSIÓN DE EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL GRUPO MULTISECTORIAL EN ESTA CONFERENCIA RESPONDE A QUE MUCHAS DE ELLAS PROVEEDORES TECNOLÓGICOS, ALIADOS LOGÍSTICOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS ESPECIALIZADOS INTERACTÚAN DE MANERA CONSTANTE CON DATOS Y DECISIONES DE LAS EMPRESAS NÚCLEO, SIN NECESARIAMENTE CONTAR CON UN MARCO PROPIO PARA GESTIONAR SU ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL NI CON CANALES CLAROS PARA REPORTAR LA INFORMACIÓN QUE DICHAS EMPRESAS NÚCLEO REQUIEREN PARA TOMAR DECISIONES INFORMADAS Y OPORTUNAS.

EL CONTENIDO ESPECIALIZADO DE LA FORMACIÓN, AL CENTRARSE EN UN MARCO DE DIAGNÓSTICO TRANSVERSAL Y NO EN UNA TECNOLOGÍA O SECTOR ESPECÍFICO, RESULTA IGUALMENTE PERTINENTE PARA ESTOS ACTORES, PERMITIÉNDOLES ALINEAR SU PROPIA CAPACIDAD ORGANIZACIONAL EN SUS NIVELES DIRECTIVO, MEDIO Y OPERATIVO CON LA DE LAS EMPRESAS NÚCLEO A LAS QUE PRESTAN SERVICIOS. ESTO SE TRADUCE EN UN APORTE DIRECTO PARA LOS PARTICIPANTES, QUIENES ADQUIEREN UN LENGUAJE COMÚN PARA DIALOGAR SOBRE INTELIGENCIA ARTIFICIAL CON SUS CLIENTES Y ALIADOS COMERCIALES, Y PARA LAS EMPRESAS, QUE FORTALECEN LA COHERENCIA Y VELOCIDAD DE LA CADENA DE VALOR EN SU CONJUNTO AL ELEVAR DE MANERA SIMULTÁNEA LA MADUREZ TECNOLÓGICA DE SUS DISTINTOS ESLABONES PRODUCTIVOS, PROMOVIENDO ENCADENAMIENTOS MÁS RESILIENTES FRENTE A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL SECTOR.

ECONOMÍA CAMPESINA (SI APLICA)

N.º DE TRABAJADORES DE LA ECONOMÍA CAMPESINA

NO APLICA

JUSTIFICACIÓN TRABAJADORES ECONOMÍA CAMPESINA

NO APLICA

ECONOMÍA POPULAR (SI APLICA)

N.º DE TRABAJADORES DE LA ECONOMÍA POPULAR

NO APLICA

JUSTIFICACIÓN TRABAJADORES ECONOMÍA POPULAR

NO APLICA

SECTORES Y SUBSECTORES DEL BENEFICIARIO

SECTOR(ES) AL QUE PERTENECEN LOS BENEFICIARIOS

TRANSVERSAL | INDUSTRIAL | COMERCIO | SERVICIOS

SUBSECTOR(ES) AL QUE PERTENECEN LOS BENEFICIARIOS

TRANSVERSAL | INDUSTRIA | COMERCIO | SERVICIOS

CLASIFICACIÓN DE LA AF POR SECTOR(ES)

TRANSVERSAL

CLASIFICACIÓN DE LA AF POR SUBSECTOR(ES)

TRANSVERSAL

JUSTIFICACIÓN DE SECTORES Y SUBSECTORES

EL GRUPO MULTISECTORIAL AGREMIA EMPRESAS CON PRESENCIA PREDOMINANTE EN EL SECTOR SERVICIOS (CONSULTORÍA EMPRESARIAL, CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, MERCADEO, TECNOLOGÍA, RECURSOS HUMANOS Y LOGÍSTICA), SEGUIDO DE LOS SECTORES INDUSTRIA, COMERCIO, SALUD, EDUCACIÓN, TRANSPORTE, AGROINDUSTRIA Y TURISMO. ESTA COMPOSICIÓN EVIDENCIA EL CARÁCTER GENUINAMENTE MULTISECTORIAL DEL GREMIO Y SUSTENTA LA CLASIFICACIÓN DE LA PRESENTE ACCIÓN DE FORMACIÓN EN EL SECTOR SERVICIOS Y EL SUBSECTOR TRANSVERSAL, DADO QUE LAS COMPETENCIAS DESARROLLADAS EN LA FORMACIÓN RESPONDEN A NECESIDADES COMUNES DE GESTIÓN, PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD QUE ATRAVIESAN DE MANERA HORIZONTAL A LAS EMPRESAS AGREMIADAS, CON INDEPENDENCIA DE SU ACTIVIDAD ECONÓMICA PARTICULAR.
ESTA DIVERSIDAD SECTORIAL GARANTIZA QUE LOS BENEFICIARIOS DE LA FORMACIÓN REPRESENTEN EFECTIVAMENTE AL CONJUNTO DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL MULTISECTORIAL QUE AGRUPA EL GREMIO, Y NO A UN NICHO PRODUCTIVO ESPECÍFICO, LO CUAL REFUERZA LA PERTINENCIA DE UN ENFOQUE TRANSVERSAL EN LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA.
EN CONSECUENCIA, PARA LA PRESENTE ACCIÓN DE FORMACIÓN SE SELECCIONA COMO SECTOR EL DE SERVICIOS Y COMO SUBSECTOR EL TRANSVERSAL, EN ATENCIÓN A QUE DICHA COMBINACIÓN REFLEJA DE MANERA MÁS FIEL LA NATURALEZA HORIZONTAL DE LAS COMPETENCIAS IMPARTIDAS Y LA COMPOSICIÓN MULTISECTORIAL REAL DE LAS EMPRESAS AGREMIADAS Y DE SU CADENA PRODUCTIVA.
EN EL CASO PARTICULAR DE ESTA CONFERENCIA, LAS COMPETENCIAS DESARROLLADAS DIAGNOSTICAR LA

MADUREZ ORGANIZACIONAL FRENTE A LA ADOPCIÓN ESTRATÉGICA DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL CONSTITUYEN UN CONOCIMIENTO TRANSVERSAL, ÚTIL POR IGUAL PARA UNA EMPRESA COMERCIAL, INDUSTRIAL O DE SERVICIOS, E INDEPENDIENTE DEL NIVEL OCUPACIONAL DEL BENEFICIARIO, YA QUE TANTO LA ALTA DIRECCIÓN COMO LOS NIVELES MEDIO Y OPERATIVO PARTICIPAN DE LA FÁBRICA DE DECISIONES QUE LA FORMACIÓN BUSCA FORTALECER. EL MARCO DE DIAGNÓSTICO EN CINCO DIMENSIONES (DATOS, ALGORITMOS, DECISIÓN, GOBIERNO Y TALENTO) NO DEPENDE DE LA NATURALEZA DEL PRODUCTO O SERVICIO QUE OFREZCA LA EMPRESA PARTICIPANTE, SINO DE SU CAPACIDAD INTERNA DE GESTIÓN, LO QUE REFUERZA SU CARÁCTER TRANSVERSAL FRENTE A CUALQUIER CLASIFICACIÓN SECTORIAL ESPECÍFICA. POR ESTA RAZÓN SE RATIFICA LA CLASIFICACIÓN EN EL SECTOR SERVICIOS Y SUBSECTOR TRANSVERSAL, DADO QUE LA CONFERENCIA NO ATIENDE UNA CADENA DE VALOR SECTORIAL PARTICULAR, SINO UNA CAPACIDAD DE GESTIÓN COMÚN AL CONJUNTO DE LAS EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL Y A SU CADENA PRODUCTIVA, CON INDEPENDENCIA DE SI SE DEDICAN AL COMERCIO, LA INDUSTRIA, LOS SERVICIOS O CUALQUIER OTRA ACTIVIDAD ECONÓMICA REPRESENTADA POR EL GREMIO.

UNIDADES TEMÁTICAS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN (1)

UT N.º 1 — DE LA COMPRA DE HERRAMIENTAS A LA CAPACIDAD ORGANIZACIONAL: CÓMO COMPETIR CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL

HORAS PRÁCTICAS	HORAS TEÓRICAS	TOTAL DE HORAS
0	2	2

PERFIL DEL CAPACITADOR

PERFIL / RUBRO	HORAS
R01.1.4 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE MAESTRÍA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	2

CONTENIDO DE LA UNIDAD TEMÁTICA

• EL ERROR DE CATEGORÍA: COMPRAR IA NO ES COMPETIR CON IA. POR QUÉ LA MAYORÍA DE LAS ORGANIZACIONES QUEDA ATRAPADA EN PILOTOS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL QUE NO LOGRAN ESCALAR, Y QUÉ DIFERENCIA A LAS EMPRESAS QUE SÍ LOGRAN CONVERTIR LA IA EN VENTAJA COMPETITIVA SOSTENIDA. UN REENCUADRE INICIAL QUE ALINEA A DIRECTIVOS Y EQUIPOS ALREDEDOR DE UN MISMO PUNTO DE PARTIDA CONCEPTUAL.
• LA ANATOMÍA DE UNA CAPACIDAD ORGANIZACIONAL CON IA. QUÉ TIENEN REALMENTE LAS ORGANIZACIONES QUE COMPITEN CON IA: FLUJO CONTINUO DE DATOS, ALGORITMOS QUE APOYAN DECISIONES Y UN MODELO OPERATIVO QUE INDUSTRIALIZA LA TOMA DE DECISIONES. SE ATERRIZAN, SIN TECNICISMOS, LOS CONCEPTOS DE MODELO OPERATIVO Y “FÁBRICA DE DECISIONES”, ILUSTRADOS CON EJEMPLOS RECONOCIBLES DEL ENTORNO EMPRESARIAL.
• EL MARCO PARA EMPEZAR: DEL PILOTO AISLADO A LA CAPACIDAD INSTALADA. BLOQUE PRÁCTICO EN EL QUE LOS ASISTENTES RECIBEN UNA ESTRUCTURA DE TRABAJO (MARCO DE DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL EN CINCO DIMENSIONES) PARA REALIZAR SU PRIMER AUTODIAGNÓSTICO Y SALIR DE LA CONFERENCIA CON UN PASO ACCIONABLE CONCRETO, NO CON UNA LISTA DE BUENAS INTENCIONES.

COMPETENCIA POR ADQUIRIR

COMPETENCIA: "DIAGNOSTICAR EL NIVEL DE MADUREZ ORGANIZACIONAL FRENTE A LA ADOPCIÓN ESTRATÉGICA DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, APLICANDO UN MARCO ESTRUCTURADO DE CINCO DIMENSIONES (DATOS, ALGORITMOS, MODELO DE DECISIÓN, GOBIERNO Y TALENTO) PARA IDENTIFICAR BRECHAS Y DEFINIR UN PRIMER PASO ACCIONABLE HACIA UNA CAPACIDAD INSTALADA EN SU EMPRESA."
• ¿CUÁL ES LA ACCIÓN?: DIAGNOSTICAR EL NIVEL DE MADUREZ ORGANIZACIONAL FRENTE A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL.
• ¿CUÁLES SON LOS CONOCIMIENTOS INTEGRADOS?: FUNDAMENTOS DEL MODELO OPERATIVO CON IA; DIFERENCIAS ENTRE PILOTOS AISLADOS Y CAPACIDADES ESCALABLES (“FÁBRICA DE DECISIONES”); MARCO DE DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL EN CINCO DIMENSIONES (DATOS, ALGORITMOS, DECISIÓN, GOBIERNO Y TALENTO).
• ¿CUÁL ES EL CONTEXTO DE APLICACIÓN?: EL ENTORNO PRODUCTIVO REAL DE LAS EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL Y DE SU CADENA PRODUCTIVA, DONDE CADA BENEFICIARIO SIN IMPORTAR SU NIVEL JERÁRQUICO PODRÁ UBICAR EL ESTADO ACTUAL DE SU ORGANIZACIÓN FRENTE A LA ADOPCIÓN DE IA Y DEFINIR EL PRIMER PASO ACCIONABLE HACIA LA INSTALACIÓN DE UNA CAPACIDAD SOSTENIBLE

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

CONFERENCIA DE UN EXPERTO

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Sin información registrada.

ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

RETO NACIONAL

TECNOLOGÍAS DIGITALES, INNOVACIÓN Y PRODUCTIVIDAD (BASES DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO, COLOMBIA POTENCIA MUNDIAL DE LA VIDA 2022 – 2026)

COMPONENTE ESTRATÉGICO

USO CONCRETO Y APLICABLE DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL.

JUSTIFICACIÓN DE LA ALINEACIÓN

LA PRESENTE ACCIÓN DE FORMACIÓN SE ALINEA CON EL RETO NACIONAL “TECNOLOGÍAS DIGITALES, INNOVACIÓN Y PRODUCTIVIDAD”, ESTABLECIDO EN LAS BASES DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2022–2026 “COLOMBIA POTENCIA MUNDIAL DE LA VIDA”, Y ESPECÍFICAMENTE CON EL COMPONENTE ESTRATÉGICO “USO CONCRETO Y APLICABLE DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL”.
LA ÚNICA UNIDAD TEMÁTICA DE LA CONFERENCIA CENTRADA EN DISTINGUIR ENTRE LA SIMPLE ADQUISICIÓN DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y LA CONSTRUCCIÓN DE UNA CAPACIDAD ORGANIZACIONAL REAL, MEDIANTE UN MARCO DE DIAGNÓSTICO EN CINCO DIMENSIONES (DATOS, ALGORITMOS, DECISIÓN, GOBIERNO Y TALENTO) MATERIALIZA DIRECTAMENTE ESTE COMPONENTE ESTRATÉGICO, AL LLEVAR EL DISCURSO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL DEL PLANO TECNOLÓGICO AL PLANO DE LA APLICACIÓN CONCRETA Y MEDIBLE DENTRO DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL, INVOLUCRANDO DE MANERA SIMULTÁNEA A LOS NIVELES DIRECTIVO, MEDIO Y OPERATIVO DE LAS ORGANIZACIONES PARTICIPANTES.
ESTA ALINEACIÓN RESULTA PARTICULARMENTE PERTINENTE FRENTE AL DIAGNÓSTICO DOCUMENTADO

EXTERNAMENTE, SEGÚN EL CUAL EL 40% DE LAS MIPYMES COLOMBIANAS NO TIENE PLANES DE INCORPORAR INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL CORTO O MEDIANO PLAZO, Y LAS PRINCIPALES BARRERAS PARA SU ADOPCIÓN SON DE NATURALEZA ORGANIZACIONAL Y COGNITIVA, Y NO FINANCIERA. LA CONFERENCIA RESPONDE DE MANERA DIRECTA A ESTE COMPONENTE ESTRATÉGICO AL OFRECER UN MARCO APLICABLE DE INMEDIATO QUE NO EXIGE INVERSIÓN TECNOLÓGICA ADICIONAL, SINO CAPACIDAD DE DIAGNÓSTICO Y DECISIÓN.
DE ESTA MANERA, LA CONFERENCIA NO SE LIMITA A DIVULGAR TENDENCIAS GLOBALES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, SINO QUE OFRECE A LOS DIRECTIVOS, MANDOS MEDIOS Y PERSONAL OPERATIVO DE LAS EMPRESAS AFILIADAS AL GRUPO MULTISECTORIAL Y DE SU CADENA PRODUCTIVA UNA HERRAMIENTA PRÁCTICA Y APLICABLE DE INMEDIATO PARA INICIAR SU PROPIO PROCESO DE ADOPCIÓN ESTRATÉGICA, EN LÍNEA CON EL PROPÓSITO NACIONAL DE ACELERAR EL USO PRODUCTIVO Y RESPONSABLE DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL APARATO EMPRESARIAL COLOMBIANO, PARTICULARMENTE EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS QUE CONSTITUYEN LA MAYORÍA DEL TEJIDO AFILIADO AL GREMIO.

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA

LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA ES ESPECIALIZADA PORQUE:
• ABORDA DE FORMA TÉCNICA Y APLICADA LA DIFERENCIACIÓN ENTRE ADOPCIÓN SUPERFICIAL DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y LA CONSTRUCCIÓN DE UNA CAPACIDAD ORGANIZACIONAL REAL, INTEGRANDO CONCEPTOS DE MODELO OPERATIVO, GOBIERNO DE DATOS Y FÁBRICA DE DECISIONES QUE NO FORMAN PARTE DEL DISCURSO CONVENCIONAL SOBRE DIGITALIZACIÓN EMPRESARIAL.
• NO SE TRATA DE UNA CHARLA INTRODUCTORIA SOBRE “QUÉ ES LA IA”, SINO DE UNA INTERVENCIÓN DE ALTO NIVEL DIRIGIDA A LA ALTA DIRECCIÓN Y EXTENDIDA A LOS NIVELES MEDIO Y OPERATIVO, ORIENTADA A QUE CADA PARTICIPANTE REALICE UN PRIMER AUTODIAGNÓSTICO ESTRUCTURADO DE LA MADUREZ DE SU ORGANIZACIÓN FRENTE A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL.
• INCORPORA UN MARCO PROPIO DE DIAGNÓSTICO EN CINCO DIMENSIONES (DATOS, ALGORITMOS, DECISIÓN, GOBIERNO Y TALENTO), QUE NO FORMA PARTE DEL CONOCIMIENTO GENERAL DEL DIRECTIVO, MANDO MEDIO U OPERARIO PROMEDIO, PERO QUE RESULTA DE ALTA RELEVANCIA EN LOS ECOSISTEMAS EMPRESARIALES QUE BUSCAN ESCALAR SUS INICIATIVAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL MÁS ALLÁ DE UN PILOTO AISLADO.
• SU ENFOQUE METODOLÓGICO ESTÁ CENTRADO EN LA APLICACIÓN PRÁCTICA AL CONTEXTO REAL DE CADA EMPRESA PARTICIPANTE, PERMITIENDO QUE CADA BENEFICIARIO, SIN IMPORTAR SU NIVEL JERÁRQUICO, IDENTIFIQUE SU PROPIO PUNTO DE PARTIDA Y DEFINA UN PASO ACCIONABLE INMEDIATO DENTRO DE SU ROL ESPECÍFICO.
• SE ARTICULA DIRECTAMENTE CON LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA: LA BRECHA ENTRE INVERSIÓN TECNOLÓGICA Y RESULTADOS ORGANIZACIONALES SOSTENIBLES, UN FENÓMENO DOCUMENTADO EN ESTUDIOS RECIENTES SOBRE ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL SECTOR EMPRESARIAL COLOMBIANO, Y PARTICULARMENTE AGUDO EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS.
• GENERA UN CRITERIO ESTRATÉGICO DIFERENCIAL EN LOS DIRECTIVOS, MANDOS MEDIOS Y PERSONAL OPERATIVO PARTICIPANTES, ELEVANDO SU CAPACIDAD CONJUNTA DE LIDERAR Y SOSTENER PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL DE MANERA RESPONSABLE, COORDINADA Y MEDIBLE, EN LUGAR DE TRANSFERIR CONOCIMIENTO TÉCNICO GENÉRICO DESARTICULADO DE LA REALIDAD ORGANIZACIONAL.

IMPACTO EN EL DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR

1. • EL TRABAJADOR DIFERENCIARÁ LA ADOPCIÓN SUPERFICIAL DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL DE LA CONSTRUCCIÓN DE UNA CAPACIDAD ORGANIZACIONAL REAL.
2. • EL TRABAJADOR APLICARÁ EL MARCO DE DIAGNÓSTICO DE CINCO DIMENSIONES PARA EVALUAR EL NIVEL DE MADUREZ DE IA DE SU ORGANIZACIÓN.
3. • EL TRABAJADOR IDENTIFICARÁ LAS BRECHAS DE DATOS, GOBIERNO Y MODELO DE DECISIÓN QUE LIMITAN EL RETORNO DE LAS INVERSIONES EN IA DE SU EMPRESA.
4. • EL TRABAJADOR PRIORIZARÁ UN PRIMER PASO ACCIONABLE PARA AVANZAR HACIA UNA CAPACIDAD DE DECISIÓN BASADA EN DATOS.
5. • EL TRABAJADOR COMUNICARÁ A SU EQUIPO DIRECTIVO LOS FUNDAMENTOS DEL MODELO OPERATIVO CON IA, FORTALECIENDO EL LIDERAZGO INTERNO DEL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA.

IMPACTO EN LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD

1. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR OPTIMIZARÁ EL USO DE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL YA ADQUIRIDAS, REDUCIENDO LA DISPERSIÓN DE ESFUERZOS EN INICIATIVAS AISLADAS. RESULTADO DE PRODUCTIVIDAD
2. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR AGILIZARÁ SU TOMA DE DECISIONES INTERNAS, AL CONTAR CON UN PRIMER MARCO DE REFERENCIA PARA INTEGRAR DATOS Y ALGORITMOS EN SUS PROCESOS DE GESTIÓN. RESULTADO DE PRODUCTIVIDAD
3. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR REDUCIRÁ EL TIEMPO Y LOS RECURSOS INVERTIDOS EN PILOTOS DE IA QUE NO LOGRAN ESCALAR, AL ENFOCAR SUS ESFUERZOS HACIA UNA HOJA DE RUTA PRIORIZADA. RESULTADO DE PRODUCTIVIDAD
4. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR FORTALECERÁ SU POSICIÓN FRENTE A COMPETIDORES DEL MISMO SECTOR, AL AVANZAR DE MANERA TEMPRANA HACIA LA INDUSTRIALIZACIÓN DE SUS DECISIONES BASADAS EN DATOS. RESULTADO DE COMPETITIVIDAD
5. • LA EMPRESA A LA QUE REPRESENTA EL TRABAJADOR MEJORARÁ SU CAPACIDAD DE ATRACCIÓN DE CLIENTES, ALIADOS E INVERSIONISTAS, AL EVIDENCIAR UNA ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL CLARA FRENTE A LA ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL. RESULTADO DE COMPETITIVIDAD

COBERTURA — LUGARES DE EJECUCIÓN (2 GRUPOS)

Grupo 1

DEPARTAMENTO (PRESENCIAL)
VALLE DEL CAUCA

CIUDAD / MUNICIPIO (PRESENCIAL)
CALI

BENEFICIARIOS
60

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	80
CAUCA	20
NARIÑO	20

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.

SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.

ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA Y NARIÑO EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.

PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN EN PARTICULAR, LA EJECUCIÓN SE CONCENTRA EN CALI, VALLE DEL CAUCA, EN MODALIDAD PAT HÍBRIDA (60 BENEFICIARIOS PRESENCIALES Y 120 VIRTUALES POR GRUPO), DADO QUE ALLÍ SE CONCENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE EMPRESAS AFILIADAS Y DE SUS EQUIPOS DIRECTIVOS, MEDIOS Y OPERATIVOS. NO OBSTANTE, DADO EL CARÁCTER ESTRATÉGICO Y TRANSVERSAL DE SUS CONTENIDOS, SE ESPERA LA PARTICIPACIÓN DE DIRECTIVOS Y COLABORADORES DE EMPRESAS CON OPERACIÓN EN OTROS DEPARTAMENTOS, AMPLIANDO EL ALCANCE REAL DE LA CONFERENCIA MÁS ALLÁ DE SU SEDE DE EJECUCIÓN Y FORTALECIENDO LA CONECTIVIDAD EMPRESARIAL DEL GREMIO A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL. LA MODALIDAD HÍBRIDA, ADEMÁS, FACILITA QUE COLABORADORES DE NIVEL OPERATIVO DE DISTINTAS SEDES O PUNTOS DE ATENCIÓN PUEDAN CONECTARSE DE MANERA VIRTUAL SIN DESPLAZAMIENTO, AMPLIANDO LA COBERTURA REAL DE LA FORMACIÓN DENTRO DE CADA EMPRESA PARTICIPANTE Y FAVORECIENDO UNA APROPIACIÓN MÁS HOMOGÉNEA DEL DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL PROPUESTO EN LA CONFERENCIA.

Grupo 2

DEPARTAMENTO (PRESENCIAL)

VALLE DEL CAUCA

CIUDAD / MUNICIPIO (PRESENCIAL)

CALI

BENEFICIARIOS

60

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
VALLE DEL CAUCA	80
NARIÑO	20

DEPARTAMENTO	BENEFICIARIOS
CAUCA	20

JUSTIFICACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS LUGARES DE EJECUCIÓN

EL GRUPO MULTISECTORIAL ATIENDE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL DIVERSO, CON PRESENCIA EN LOS SECTORES DE SERVICIOS, MANUFACTURA, COMERCIO, TIC, AGROINDUSTRIA Y ECONOMÍA CREATIVA, ENTRE OTROS. SU MERCADO OBJETIVO SON LAS MIPYMES CON VOCACIÓN DE CRECIMIENTO, INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN, PARTICULARMENTE AQUELLAS UBICADAS EN EL VALLE DEL CAUCA, CON PROYECCIÓN ACTIVA HACIA OTROS DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN PACÍFICA Y DEL TERRITORIO NACIONAL.
SI BIEN EL GREMIO TIENE SU DOMICILIO PRINCIPAL EN CALI, VALLE DEL CAUCA, UN NÚMERO SIGNIFICATIVO DE SUS EMPRESAS AFILIADAS MANTIENE RELACIONES OPERATIVAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES CON PROVEEDORES, ALIADOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS UBICADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE ESTAS EMPRESAS DE LA CADENA PRODUCTIVA FORTALECE LOS ENCADENAMIENTOS INTERREGIONALES, PROMUEVE LA TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES ENTRE TERRITORIOS INTERDEPENDIENTES Y CONTRIBUYE AL CIERRE DE BRECHAS TECNOLÓGICAS Y FORMATIVAS FUERA DEL EJE CENTRAL DEL GREMIO.
ESTA ARTICULACIÓN TERRITORIAL RESULTA ADEMÁS ESTRATÉGICA FRENTE A LOS LINEAMIENTOS DE LA CONVOCATORIA, EN LA MEDIDA EN QUE PERMITE VINCULAR BENEFICIARIOS DE DEPARTAMENTOS CON MENOR ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD (IDC 2025) COMO CAUCA, NARIÑO, CHOCÓ Y MAGDALENA, EN LOS CUALES EL GREMIO YA CUENTA CON PRESENCIA EFECTIVA A TRAVÉS DE ACCIONES DE FORMACIÓN PREVIAMENTE EJECUTADAS. DE ESTA MANERA, LA AMPLIACIÓN DE COBERTURA NO SOLO CONSOLIDA UNA RED EMPRESARIAL MÁS COMPETITIVA Y COHESIONADA, SINO QUE IMPULSA EL DESARROLLO REGIONAL CON ENFOQUE COLABORATIVO, POSICIONANDO AL GRUPO MULTISECTORIAL COMO INTERLOCUTOR VÁLIDO EN POLÍTICAS PÚBLICAS, GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CONECTIVIDAD EMPRESARIAL A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.
PARA ESTA ACCIÓN DE FORMACIÓN EN PARTICULAR, LA EJECUCIÓN SE CONCENTRA EN CALI, VALLE DEL CAUCA, EN MODALIDAD PAT HÍBRIDA (90 BENEFICIARIOS PRESENCIALES Y 60 VIRTUALES POR GRUPO), DADO QUE ALLÍ SE CONCENTRA LA MAYOR DENSIDAD DE EMPRESAS AFILIADAS Y DE SUS EQUIPOS DIRECTIVOS, MEDIOS Y OPERATIVOS. NO OBSTANTE, DADO EL CARÁCTER ESTRATÉGICO Y TRANSVERSAL DE SUS CONTENIDOS, SE ESPERA LA PARTICIPACIÓN DE DIRECTIVOS Y COLABORADORES DE EMPRESAS CON OPERACIÓN EN OTROS DEPARTAMENTOS, AMPLIANDO EL ALCANCE REAL DE LA CONFERENCIA MÁS ALLÁ DE SU SEDE DE EJECUCIÓN Y FORTALECIENDO LA CONECTIVIDAD EMPRESARIAL DEL GREMIO A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL. LA MODALIDAD HÍBRIDA, ADEMÁS, FACILITA QUE COLABORADORES DE NIVEL OPERATIVO DE DISTINTAS SEDES O PUNTOS DE ATENCIÓN PUEDAN CONECTARSE DE MANERA VIRTUAL SIN DESPLAZAMIENTO, AMPLIANDO LA COBERTURA REAL DE LA FORMACIÓN DENTRO DE CADA EMPRESA PARTICIPANTE Y FAVORECIENDO UNA APROPIACIÓN MÁS HOMOGÉNEA DEL DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL PROPUESTO EN LA CONFERENCIA.

MATERIAL DE FORMACIÓN

AMBIENTE DE APRENDIZAJE

SALONES (HOTELES, LABORATORIOS, AULAS GASTRONOMÍA, SALONES EMPRESARIALES) - PLATAFORMA O HERRAMIENTA TECNOLOGICA

MATERIAL DE FORMACIÓN SELECCIONADO

FOLLETO DIGITAL

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

INFOGRAFÍA

RECURSOS DIDÁCTICOS

Sin registros.

JUSTIFICACIÓN DEL MATERIAL DE FORMACIÓN

LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PROPUESTA CONTEMPLA LA ENTREGA DE MATERIAL DE FORMACIÓN EN LA MODALIDAD DE FOLLETO DIGITAL, ELABORADO ESPECÍFICAMENTE PARA ESTA ACCIÓN, CON EL FIN DE GARANTIZAR PROCESOS DE APRENDIZAJE ADAPTATIVOS, ACTUALIZABLES Y ACCESIBLES PARA EL PERFIL MULTISECTORIAL DE SUS EMPRESAS Y GRUPOS DE INTERÉS, EN CONSONANCIA CON LAS DINÁMICAS DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA Y TECNOLÓGICA QUE ENFRENTAN.
EL FOLLETO DIGITAL REÚNE, DE MANERA ESTRUCTURADA, LÓGICA Y SECUENCIAL, LOS CONTENIDOS CORRESPONDIENTES A LA UNIDAD TEMÁTICA DE LA CONFERENCIA, CONFORME A LOS LINEAMIENTOS TÉCNICOS DEFINIDOS POR EL CAPACITADOR RESPONSABLE. SU PRODUCCIÓN ES RECIENTE, CON UNA ANTIGÜEDAD INFERIOR A DOS (2) AÑOS, LO QUE GARANTIZA LA VIGENCIA Y PERTINENCIA DE LA INFORMACIÓN FRENTE A LAS HERRAMIENTAS Y TENDENCIAS ABORDADAS EN LA FORMACIÓN.
ESTE MATERIAL ES COHERENTE Y PERTINENTE EN RAZÓN A LOS SIGUIENTES ASPECTOS:
• SU ESTRUCTURA Y CONTENIDO GUARDAN CORRESPONDENCIA DIRECTA CON LA ÚNICA UNIDAD TEMÁTICA DE LA CONFERENCIA, RESUMIENDO EL MARCO DE DIAGNÓSTICO DE CINCO DIMENSIONES DE FORMA CLARA, VISUAL Y DE FÁCIL CONSULTA PARA CUALQUIER NIVEL OCUPACIONAL, DESDE LA ALTA DIRECCIÓN HASTA EL PERSONAL OPERATIVO.
• LOS CONTENIDOS SON ALTAMENTE ESPECIALIZADOS, AL SINTETIZAR CONCEPTOS DE MODELO OPERATIVO, GOBIERNO DE DATOS Y FÁBRICA DE DECISIONES QUE NO FORMAN PARTE DEL CONOCIMIENTO GENERAL DEL DIRECTIVO, MANDO MEDIO U OPERARIO PROMEDIO, PERO QUE RESULTAN CADA VEZ MÁS RELEVANTES EN EL ENTORNO PRODUCTIVO ACTUAL.
• RESPONDE AL PERFIL DIVERSO DE LOS BENEFICIARIOS (DIRECTIVOS, MANDOS MEDIOS Y PERSONAL OPERATIVO DE EMPRESAS DE SECTORES SERVICIOS, INDUSTRIA, COMERCIO Y OTROS), EMPLEANDO UN LENGUAJE CLARO, EJECUTIVO Y APLICABLE A DISTINTOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y NIVELES DE RESPONSABILIDAD DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN.
• ES COHERENTE CON LA METODOLOGÍA TEÓRICA DE LA CONFERENCIA, AL SERVIR COMO MATERIAL DE CONSULTA POSTERIOR AL EVENTO PARA REFORZAR EL AUTODIAGNÓSTICO REALIZADO POR CADA PARTICIPANTE, INDEPENDIENTEMENTE DE SU NIVEL JERÁRQUICO O SU ROL ESPECÍFICO DENTRO DE LA EMPRESA.
• SU FORMATO DIGITAL FACILITA LA ACTUALIZACIÓN PERMANENTE DE LOS CONTENIDOS FRENTE A LA RÁPIDA EVOLUCIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, Y SU DISPONIBILIDAD INMEDIATA PARA LOS 360 BENEFICIARIOS DE LOS DOS GRUPOS PROGRAMADOS, SIN GENERAR COSTOS ADICIONALES DE IMPRESIÓN O DISTRIBUCIÓN FÍSICA.
• EL FOLLETO DIGITAL INCLUYE CONTENIDO ESPECÍFICO DE CADA UNO DE LOS TRES SUBTEMAS ABORDADOS EN LA CONFERENCIA (EL ERROR DE CATEGORÍA AL COMPRAR IA SIN COMPETIR CON IA, LA ANATOMÍA DE UNA CAPACIDAD ORGANIZACIONAL CON IA, Y EL MARCO DE DIAGNÓSTICO PARA PASAR DEL PILOTO AISLADO A LA CAPACIDAD INSTALADA), FACILITANDO SU UBICACIÓN Y CONSULTA DIRECTA POR PARTE DE LOS BENEFICIARIOS DURANTE Y DESPUÉS DEL EVENTO.
• EL MATERIAL DE FORMACIÓN CUMPLIRÁ CON LA NORMATIVIDAD VIGENTE EN CUANTO A PROPIEDAD INTELECTUAL.

INSUMOS	JUSTIFICACIÓN DE LOS INSUMOS
—	—

RUBROS DEL PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

RUBRO	JUSTIFICACIÓN	UNID.	VALOR UNIDAD	COFIN. SENA	%	ESPECIE	%	DINERO	%	TOTAL
R01.1.4 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE MAESTRÍA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS PROFESIONAL CON TÍTULO DE MAESTRÍA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS. SE ACEPTA LA EQUIVALENCIA DEL TÍTULO DE MAESTRÍA POR: TÍTULO DE ESPECIALIZACIÓN Y TRES (3)AÑOS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL ADICIONAL A LA EXIGIDA, RELACIONADA CON LA FORMACIÓN A IMPARTIR, SIEMPRE Y CUANDO SE ACREDITE EL TÍTULO PROFESIONAL.	HONORARIOS EXPERTO NACIONAL MAESTRÍA	4	$ 540.000	$ 2.160.000	100.00%	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	**$ 2.160.000**
R02.1 ALOJAMIENTO, MANUTENCIÓN Y TRANSPORTE LOCAL - CAPACITADOR NACIONAL APLICA PARA TODOS LOS CAPACITADORES NACIONALES, INDEPENDIENTE DE SU PERFIL Y FORMACIÓN ACADÉMICA. INCLUYE CAPACITADORES INTERNOS NACIONALES LOS CUALES ESTARÁN A CARGO DE LA CONTRAPARTIDA EN DINERO DEL CONVINIENTE.	ALOJAMIENTO, MANUTENCIÓN Y TRANSPORTE LOCAL CAPACITADOR	2	$ 450.000	$ 900.000	100.00%	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	**$ 900.000**
R04 TIQUETES AÉREOS, TERRESTRES INTERMUNICIPALES Y/O FLUVIAL	TIQUETE AÉREO NACIONAL IDA Y VUELTA TARIFA ECONÓMICA	2	$ 700.000	$ 732.890	52.35%	$ 0	0.00%	$ 667.110	47.65%	**$ 1.400.000**

RUBRO	JUSTIFICACIÓN	UNID.	VALOR UNIDAD	COFIN. SENA	%	ESPECIE	%	DINERO	%	TOTAL
SE RECONOCERÁ EL VALOR DE LOS TIQUETES AÉREOS, TERRESTRES INTERMUNICIPALES Y/O FLUVIAL DE LOS CAPACITADORES NACIONALES E INTERNACIONALES Y TRADUCTORES. SE INCLUYEN LOS CAPACITADORES INTERNOS QUE ESTÉNPROGRAMADOS PREVIAMENTE DENTRO DE LASACCIONES DE FORMACIÓN LOS CUALES ESTARÁN A CARGO DE LA CONTRAPARTIDA EN DINERO DEL CONVINIENTE.										
R05.3.2 MATERIAL DE FORMACIÓN - DIAGRAMACIÓN - DIAGRAMACIÓN FOLLETO DIAGRAMACIÓN FOLLETO SERVICIO DE DIAGRAMACIÓN PARA FOLLETO DE 2 PÁGINAS. SE PAGARÁ SOLO UNA VEZ POR ACCIÓN DE FORMACIÓN.	SERVICIO DE DIAGRAMACIÓN FOLLETO DE 2 PÁGINAS	1	$ 98.000	$ 98.000	100.00%	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	**$ 98.000**
R07.1.2.3 ALQUILER DE SALONES Y/O ESPACIOS - SALONES HOTELES, LABORATORIOS, AULAS GASTRONOMIA, SALONES EMPRESARIALES - PARA FORMACIONES ENTRE 31 Y 150 BENEFICIARIOS PARA FORMACIONES ENTRE 31 Y 150 BENEFICIARIOS. SALONES HOTELES, LABORATORIOS, AULAS GASTRONOMÍA, SALONES EMPRESARIALES)	SALÓN EMPRESARIAL CAPACIDAD DESDE 31 HASTA 150 BENEFIARIOS	4	$ 555.000	$ 2.220.000	100.00%	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	**$ 2.220.000**
R012.1 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS EVENTOS DE FORMACIÓN - BACKING DIGITAL BACKING DIGITAL (APLICA PARA LOS	BACKING DIGITAL (DÍA ALQUILER VIDEO BEAM)	2	$ 360.000	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	$ 720.000	100.00%	**$ 720.000**

RUBRO	JUSTIFICACIÓN	UNID.	VALOR UNIDAD	COFIN. SENA	%	ESPECIE	%	DINERO	%	TOTAL
EVENTOS DE FORMACIÓN SEMINARIO, CONFERENCIA Y/O FORO PRESENCIAL O HIBRIDO) SERÁ DIGITAL, SE RECONOCE VALOR DÍA DEL VIDEO BEAM.										
R012.7 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS EVENTOS DE FORMACIÓN - DISEÑO E IMPRESIÓN DE INFOGRAFIA DISEÑO E IMPRESIÓN DE INFOGRAFÍA	DISEÑO E IMPRESIÓN DE INFOGRAFÍA	1	$ 260.000	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	$ 260.000	100.00%	**$ 260.000**
R013 PÓLIZAS DE SEGURO. GARANTÍAS REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO CON CARGO A LA CONTRAPARTIDA EN DINERO DEL CONVINIENTE.	GARANTÍAS REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	1	$ 23.000	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	$ 23.000	100.00%	**$ 23.000**
Subtotal rubros AF				**$ 6.110.890**	**78.54%**	**$ 0**	**0.00%**	**$ 1.670.110**	**21.46%**	**$ 7.781.000**

PRESUPUESTO TOTAL DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN

CONCEPTO	COFIN. SENA	%	CONTRA. ESPECIE	%	CONTRA. DINERO	%	TOTAL
Subtotal rubros AF	$ 6.110.890	78.54%	$ 0	0.00%	$ 1.670.110	21.46%	**$ 7.781.000**
Gastos de operación	$ 778.100	100.00%	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	**$ 778.100**
Transferencia — 25 benef. (6.94% de beneficiarios)	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	$ 130.376	100.00%	**$ 130.376**
Total de la acción de formación	**$ 6.888.990**	**79.28%**	**$ 0**	**0.00%**	**$ 1.800.486**	**20.72%**	**$ 8.689.476**

SUBTOTAL RUBROS AF
$ 7.781.000

GASTOS DE OPERACIÓN
$ 778.100

TRANSFERENCIA
$ 130.376

VALOR TOTAL AF
$ 8.689.476

VALOR HORA × BENEFICIARIO **$ 11.888**

(Valor AF + Gastos de operación) / (N.º beneficiarios × horas por grupo) = $ 8.559.100 / (360 × 2)

Presupuesto del proyecto

Consolidado financiero de la formulación

VALOR TOTAL DEL PROYECTO	TOTAL DE ACCIONES DE FORMACIÓN	BENEFICIARIOS DE LAS AF

$1.438.540.000	5	1.890
TOTAL COFINANCIACIÓN SENA	TOTAL CONTRAPARTIDA ESPECIE	TOTAL CONTRAPARTIDA DINERO
$1.150.733.800	**$0**	**$287.806.200**
79.99%	0.00%	20.01%

ACCIONES DE FORMACIÓN (SIN G.O. NI TRANSFERENCIA)

ACCIÓN DE FORMACIÓN	COFIN. SENA	%	CONTRA. ESPECIE	%	CONTRA. DINERO	%	TOTAL
AF 1 · SISTEMAS DE INNOVACIÓN: DE LA IDEA AL MERCADO PARA UNIDADES PRODUCTIVAS	$488.809.990	79.34%	$0	0.00%	$127.320.010	20.66%	**$616.130.000**
AF 2 · EXPERIENCIA DEL CLIENTE CON IA: DISEÑO Y GESTIÓN CENTRADA EN EL CLIENTE PARA MIPYMES	$493.686.620	79.34%	$0	0.00%	$128.583.380	20.66%	**$622.270.000**
AF 3 · DE LA TRADICIÓN AL MERCADO: PROPÓSITO, PROPUESTA DE VALOR Y COMUNICACIÓN PARA MUJERES EMPRENDEDORAS	$7.598.000	79.33%	$0	0.00%	$1.980.000	20.67%	**$9.578.000**
AF 4 · GERENCIA AUMENTADA: DISEÑA TU AGENTE DE IA PARA CUALQUIER RETO DE TU EMPRESA	$25.710.000	79.29%	$0	0.00%	$6.714.000	20.71%	**$32.424.000**
AF 5 · NO BASTA CON COMPRAR IA: CÓMO SE CONSTRUYE UNA ORGANIZACIÓN QUE COMPITE CON IA	$6.110.890	78.54%	$0	0.00%	$1.670.110	21.46%	**$7.781.000**
Total acciones de formación	**$1.021.915.500**	**79.33%**	**$0**	**0.00%**	**$266.267.500**	**20.67%**	**$1.288.183.000**

GASTOS DE OPERACIÓN

CONCEPTO	COFIN. SENA	%	CONTRA. ESPECIE	%	CONTRA. DINERO	%	TOTAL
Gastos de operación (R09)	**$128.818.300**	**100.00%**	**$0**	**0.00%**	**$0**	**0.00%**	**$128.818.300**

% sobre las AF: 10.00% · tope permitido: 10%

TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO

Beneficiarios de transferencia: **132** | % de beneficiarios: **6.98%** | % del total (AF + G.O.): **1.52%**

CONCEPTO	COFIN. SENA	%	CONTRA. ESPECIE	%	CONTRA. DINERO	%	TOTAL
Transferencia de conocimiento (R015)	**$0**	**0.00%**	**$0**	**0.00%**	**$21.538.700**	**100.00%**	**$21.538.700**

SUMAS GENERALES DEL PROYECTO

CONCEPTO	COFIN. SENA	%	CONTRA. ESPECIE	%	CONTRA. DINERO	%	TOTAL
Presupuesto total del proyecto (AF + G.O. + transferencia)	**$1.150.733.800**	**79.99%**	**$0**	**0.00%**	**$287.806.200**	**20.01%**	**$1.438.540.000**

RESUMEN DE RUBROS DEL PROYECTO

RUBRO	COFIN. SENA	%	CONTRA. ESPECIE	%	CONTRA. DINERO	%	TOTAL
R01.1.3 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE ESPECIALIZACIÓN Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	$2.640.000	100.00%	$0	0.00%	$0	0.00%	**$2.640.000**
R01.1.4 HONORARIOS - CAPACITADOR NACIONAL - PROFESIONAL CON TÍTULO DE MAESTRÍA Y EXPERIENCIA RELACIONADA COMPROBADA, MÍNIMO DE TRES (3) AÑOS	$19.440.000	100.00%	$0	0.00%	$0	0.00%	**$19.440.000**
R02.1 ALOJAMIENTO, MANUTENCIÓN Y TRANSPORTE LOCAL - CAPACITADOR NACIONAL	$2.250.000	71.43%	$0	0.00%	$900.000	28.57%	**$3.150.000**
R04 TIQUETES AÉREOS, TERRESTRES INTERMUNICIPALES Y/O FLUVIAL	$1.732.890	45.60%	$0	0.00%	$2.067.110	54.40%	**$3.800.000**

RUBRO	COFIN. SENA	%	CONTRA. ESPECIE	%	CONTRA. DINERO	%	TOTAL
R05.3.1 MATERIAL DE FORMACIÓN - DIAGRAMACIÓN - DIAGRAMACIÓN CARTILLA	$ 3.938.000	70.32%	$ 0	0.00%	$ 1.662.000	29.68%	**$ 5.600.000**
R05.3.2 MATERIAL DE FORMACIÓN - DIAGRAMACIÓN - DIAGRAMACIÓN FOLLETO	$ 98.000	100.00%	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	**$ 98.000**
R05.4.3 MATERIAL DE FORMACIÓN - RECURSOS DIDACTICOS - ACCESO A ENTORNOS EN REALIDAD VIRTUAL O AUMENTADA	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	$ 2.800.000	100.00%	**$ 2.800.000**
R07.1.1.3 ALQUILER DE SALONES Y/O ESPACIOS - SALONES, HOTELES, LABORATORIOS, AULAS GASTRONOMÍA, SALONES EMPRESARIALES) - HASTA 30 BENEFICIARIOS	$ 7.100.000	84.02%	$ 0	0.00%	$ 1.350.000	15.98%	**$ 8.450.000**
R07.1.2.3 ALQUILER DE SALONES Y/O ESPACIOS - SALONES HOTELES, LABORATORIOS, AULAS GASTRONOMIA, SALONES EMPRESARIALES - PARA FORMACIONES ENTRE 31 Y 150 BENEFICIARIOS	$ 2.220.000	100.00%	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	**$ 2.220.000**
R09: GASTOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO	$ 128.818.300	100.00%	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	**$ 128.818.300**
R010.1 FORMACIÓN VIRTUAL - CURSO 20 HORAS	$ 488.809.990	79.44%	$ 0	0.00%	$ 126.490.010	20.56%	**$ 615.300.000**
R010.2 FORMACIÓN VIRTUAL - CURSO 40 HORAS	$ 493.686.620	79.50%	$ 0	0.00%	$ 127.313.380	20.50%	**$ 621.000.000**
R012.1 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS EVENTOS DE FORMACIÓN - BACKING DIGITAL	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	$ 720.000	100.00%	**$ 720.000**
R012.4 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS EVENTOS DE FORMACIÓN - EDICIÓN PODCAST (5 MINUTOS)	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	$ 1.100.000	100.00%	**$ 1.100.000**
R012.7 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS EVENTOS DE FORMACIÓN - DISEÑO E IMPRESIÓN DE INFOGRAFIA	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	$ 780.000	100.00%	**$ 780.000**
R013 PÓLIZAS DE SEGURO.	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	$ 1.085.000	100.00%	**$ 1.085.000**
R015: TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO Y TECNOLOGÍA	$ 0	0.00%	$ 0	0.00%	$ 21.538.700	100.00%	**$ 21.538.700**
Total del proyecto	**$ 1.150.733.800**	**79.99%**	**$ 0**	**0.00%**	**$ 287.806.200**	**20.01%**	**$ 1.438.540.000**

↑ Ir al inicio del proyecto