

## ANEXO No. 2 - PROGRAMA VENDE+

### Programa para la mejora en el acceso y la profundización a mercados

#### 1. OBJETIVO DEL PROGRAMA

Fomentar la preparación de las empresas y unidades productivas vinculadas como afiliadas a la cámara, iniciativas clúster o apuestas productivas estratégicas, para aumentar sus ventas mediante el acceso a nuevos mercados y el fortalecimiento de su presencia en los mercados existentes.

#### 2. POBLACIÓN OBJETIVO

Micro y pequeñas empresas afiliadas a la cámara de comercio o vinculadas a las iniciativas clúster o a las apuestas productivas priorizada.

#### 3. ALCANCE

Al menos el número de empresas que defina la cámaras de comercio y que se vincularán al programa a través de las siguientes etapas:

##### 3.1. ETAPA No. 1 – DEFINICIÓN DE LOS SECTORES A INTERVENIR Y SELECCIÓN DE EMPRESAS

En esta etapa se realizarán las actividades para promocionar y difundir el programa con la población objetivo, así como se realizará la convocatoria que permitirá la postulación de empresas interesadas en hacer parte del programa.

**Actividad 1:** Con la estrategia promocional desarrollada por **CONFECÁMARAS, LA CÁMARA** a través de notas de prensa, páginas web, redes sociales o a través de reuniones con empresas, realizará la divulgación y socialización del programa.

**Actividad 2:** **LA CÁMARA** realizará una convocatoria para la postulación de empresarios interesados en participar en el programa y seleccionará aquellas que al menos cumplan con los siguientes criterios:

- Micro o pequeña empresa.
- Que cuente con al menos un producto o servicio en el mercado, demostrable con valor en ventas.
- Que sean afiliadas o participen en una iniciativa clúster o apuesta productiva priorizada.

##### 3.2. ETAPA No. 2 – CARACTERIZACIÓN Y DIAGNÓSTICO

En esta etapa se aplicará a las empresas seleccionadas una caracterización y diagnóstico para determinar el estado en relación con la comercialización y por ende clasificarlas en nivel básico, intermedio y avanzado.

**Actividad 1:** **LA CÁMARA** aplicará a las empresas seleccionadas en la etapa 1, el instrumento de caracterización y diagnóstico a través de la plataforma dispuesta por **CONFECÁMARAS**.

##### 3.3. ETAPA No. 3 – FORTALECIMIENTO COMERCIAL

En esta etapa se transfiere conocimiento y herramientas a las empresas seleccionadas para participar en el programa, través de 6 módulos que se desarrollan en dos fases así:

Fase 1: consta de los siguientes 3 módulos: costos y fijación de precios, uso de herramientas y medios digitales para la comercialización, y servicio al cliente. Estos módulos están orientados a las empresas que quedaron clasificadas en los niveles básico e intermedio, de acuerdo con las necesidades identificadas en la etapa 2.

Fase 2: consta de los siguientes 3 módulos: imagen de las empresas y sus productos o servicios, estrategias de mercado y ventas, y técnicas de negociación. Estos módulos están orientados a todas las empresas vinculadas, incluyendo a las clasificadas en nivel avanzado.

**Actividad 1: LA CÁMARA** organizará sesiones preferiblemente presenciales para la realización de **talleres teórico-prácticos** en los módulos indicados, tanto los de la fase 1, como los de la fase 2.

Nota 1: Todas las empresas que participen en esta etapa deben diligenciar el diagnóstico de entrada a través de la plataforma dispuesta por **CONFECÁMARAS**.

Nota 2: Sólo los empresarios que hayan participado en el 80% de las sesiones serán certificados.

Nota 3: Los módulos de esta etapa de fortalecimiento contemplan espacios de generación de conocimiento teórico-prácticos dirigidos por expertos, en una ruta de alrededor de doce (12) horas de formación correspondientes a la Fase 1 y alrededor de doce (12) horas de formación en la Fase 2. Es importante resaltar que dichas actividades pueden llevarse a cabo a través de funcionarios de LA CÁMARA, asesores contratados en la modalidad de prestación de servicios o por hora de consultoría, entre otros.

### **3.4. ETAPA No. 4 – LABORATORIO DE RELACIONAMIENTO COMERCIAL**

En esta etapa se promueve la aplicación del conocimiento y herramientas adquiridas en la etapa anterior, particularmente, en lo relacionado con las técnicas de negociación y pitch comercial, a través de un ejercicio de relacionamiento entre las empresas participantes del programa.

**Actividad 1: LA CÁMARA** organizará un espacio de relacionamiento comercial entre los empresarios participantes del programa para que, presenten sus portafolios de productos o servicios, siguiendo el esquema del pitch comercial, de manera que pongan a prueba los conocimientos y habilidades adquiridas en el fortalecimiento comercial, además de fomentar la identificación y establecimiento de posibles contactos comerciales.

### **3.5. ETAPA No. 5 – CONEXIONES COMERCIALES**

En esta etapa se realizan espacios comerciales con potenciales clientes, tales como ferias o ruedas de negocio, en donde se exhiben los productos o servicios de las empresas participantes del programa y se propician citas entre estas y los potenciales clientes para la generación de nuevos negocios.

**Actividad 1: LA CÁMARA** definirá las fechas y modalidades (virtual o presencial) de los espacios de relacionamiento comercial. Esta información deberá compartirse a **CONFECÁMARAS** previo a la realización de dichos espacios, de manera que se pueda establecer un cronograma de eventos que se socialice con las cámaras participantes del programa para generar posibilidades de participación de los empresarios de diferentes regiones en tales espacios.

**Actividad 2: LA CÁMARA** organizará uno o varios espacios de relacionamiento entre las empresas participantes del programa y potenciales clientes locales, nacionales e internacionales, para la generación de negocios entre estas.

**Actividad 3: LA CÁMARA** recopilará la información que dé cuenta de los resultados de la jornada de conexión comercial y documentará las lecciones aprendidas del evento. Esta información deberá compartirse a **CONFECÁMARAS** para la realización de un informe final que contenga los principales resultados del programa y las lecciones aprendidas.

### **3.6. ETAPA No. 6 – SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN**

En esta etapa se recopila la información de los resultados del programa, así como se realiza nuevamente el diagnóstico a las empresas con el fin de determinar mejoras en sus procesos de comercialización.

**Actividad 1: LA CÁMARA** aplicará nuevamente el instrumento de diagnóstico a través de la plataforma dispuesta por **CONFECÁMARAS**, de tal manera que todas las empresas que participen en el programa deben tener un diagnóstico de salida del programa, realizado a través de la plataforma dispuesta por **CONFECÁMARAS**.

**Actividad 2: LA CÁMARA** diligenciará la información de seguimiento de los indicadores del programa a través de la plataforma dispuesta por **CONFECÁMARAS**.

**Actividad 3: LA CÁMARA** documentará los casos de éxito, a través de videos y fotografías para visibilizarlos en medios de comunicación tradicionales, alternativos y redes sociales.

**Actividad 4: LA CÁMARA** realizará un evento de cierre con los empresarios participantes en el programa, en donde los certificará, socializará los resultados y logros del programa, así como los casos de éxito y lecciones aprendidas.

## **4. INDICADORES**

Se requiere realizar un diagnóstico de entrada y la evaluación de salida para todos los empresarios que participen en el programa, a través de la plataforma dispuesta para este propósito por **CONFECÁMARAS**, para obtener los siguientes indicadores:

### **Indicadores de primer nivel:**

- Variación de las ventas de las empresas y unidades productivas.

### **Indicadores de segundo nivel:**

- Número de empresas y unidades productivas participantes en el programa Vende+.
- Número de empresas fortalecidas comercialmente.
- Variación en la competitividad de los precios.

- Variación en el uso de herramientas digitales para la comercialización.
- Variación de número de clientes activos.
- Variación en el posicionamiento o reconocimiento de la imagen de la empresa y de sus productos o servicios entre los clientes.
- Variación en el número de canales de venta implementados.

**Indicadores para las jornadas de conexión comercial:**

- Número de empresas que participan en las jornadas.
- Número de potenciales clientes que participan en las jornadas.
- Número de citas realizadas en las jornadas.
- Número de negocios o acuerdos comerciales gestionados o cerrados.
- Valor de los negocios o acuerdos comerciales gestionados o cerrados.

## 5. SEGUIMIENTO Y MONITOREO

**LA CÁMARA** deberá presentar un informe de seguimiento y monitoreo a las metas establecidas en los formatos, condiciones y tiempos establecidos por **CONFECÁMARAS**.

**Etapas No. 1 – Definición y selección de empresas:** (i) informe que evidencie las actividades de promoción, visibilización y posicionamiento del programa, así como el proceso de selección de las empresas participantes en el programa. (ii) archivo documental de las sesiones (fotografías, videos).

**Etapas No. 2 – Caracterización y diagnóstico:** (i) informe que evidencie el número de empresas caracterizadas y diagnosticadas y los principales hallazgos de dicha caracterización y diagnóstico.

**Etapas No. 3 – Fortalecimiento comercial:** (i) informe de las actividades realizadas para las fases 1 y 2. (ii) archivo documental de las sesiones (fotografías, videos).

**Etapas No. 4 – Laboratorio de relacionamiento comercial:** (i) informe de las actividades desarrolladas en esta etapa para promover el relacionamiento comercial de prueba entre las empresas participantes del programa.

**Etapas No. 5 – Conexiones comerciales:** (i) informe de la jornada de conexión comercial, con los resultados más relevantes. (ii) documento de lecciones aprendidas del evento. (iii) archivo documental de la jornada (fotografías, videos).

**Etapas No. 6 – Seguimiento y medición:** (i) informe que evidencie el número de empresas que realizaron el diagnóstico de salida para conocer los avances en términos de los indicadores propuestos. (ii) informe con las actividades del cierre del programa. (iii) informe que evidencie los resultados de los indicadores del programa. (iv) documento de recopilación de casos de éxito del programa.