

CONECTA 2

Programa para
el fortalecimiento
de organizaciones
asociativas.





Confecámaras

Dirección: Av. Calle 26 No 57 – 83 Torre 7 piso 15

PBX: (601) 3814100

confecamaras@confecamaras.org.co

www.confecamaras.org.co

Hecho en Bogotá, D. C., Colombia

Octubre de 2025

Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida ni en su totalidad ni en sus partes, ni registrada en o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electro-óptico, por fotocopia o cualquier otro, sin el permiso previo por escrito de Confecámaras.

Contenido

P.4

Contexto

P.5

Objetivo
del programa

P.5

Población
objetivo

P.6

Metodología

P.13

Indicadores

P.15

Mecanismos
de socialización
de resultados



Contexto

En los últimos meses de 2022, Confecámaras hizo el estudio “Asociatividad: Mecanismo para la transformación productiva del sector agrícola en Colombia”. El estudio analizó cómo son y qué necesitan las organizaciones rurales que trabajan de manera asociativa.

Los resultados muestran que, sin importar su tamaño, la mayoría de estas organizaciones venden sobre todo a los familiares de sus asociados y su comprador principal son las plazas de mercado. Es decir, la mayor parte de sus ventas ocurre en su propio territorio.

En este estudio, las organizaciones informaron que lo más importante para fortalecerse es mejorar la comercialización (cómo vender

mejor, a quién vender y a qué precio). Por eso, el apoyo de las instituciones debe enfocarse en este tema, para ayudarles a crecer y mantenerse en el tiempo.

Con esta idea nació Conecta2, un programa creado por las Cámaras de Comercio y Confecámaras para fortalecer las habilidades de comercialización de las organizaciones asociativas. Al mejorar cómo venden, pueden conseguir más clientes, aumentar sus ingresos, mantenerse en el tiempo y generar más beneficios para sus asociados.

En resumen, al ayudar a vender más y mejor, Conecta2 busca que la calidad de vida de las familias rurales sea mayor, teniendo a la asociatividad como el motor para lograrlo.

Objetivo del programa

Fortalecer las capacidades comerciales de organizaciones asociativas, a través de acciones de formación, acompañamiento y conexión con nuevos mercados, a la medida de sus necesidades y capacidades.

Población objetivo



Organizaciones asociativas que producen y venden para beneficio de sus asociados:

- Que tengan mínimo 1 año de funcionamiento y 10 asociados.
- Que acepten participar en las actividades de todos los componentes del programa.
- Que acepten el uso de su información para evaluación y seguimiento, y para conectarlas con la oferta de otras entidades.



Metodología

Caracterización y diagnóstico



Diseño plan de fortalecimiento



Conexión con mercados e instituciones



Socialización de resultados



Identificación de clientes potenciales



Implementación plan de fortalecimiento



Diagnóstico de salida



A continuación, se presenta la descripción de cada uno de los pasos para la implementación del programa.



Paso 1. Convocatoria

Se recomienda definir uno o máximo dos sectores económicos para enfocar la convocatoria. Así el fortalecimiento y la conexión comercial serán más eficientes y no se dispersarán esfuerzos.

Igualmente, se sugiere el uso de la base de datos del Registro ESAL (filtrada por actividad priorizada) y apoyarse en instituciones aliadas tales como UMATA, SENA, Juntas de Acción Comunal, alcaldías, Gobernación, gremios, entre otras.

Paso 2. Caracterización y diagnóstico

Una vez definidas las organizaciones que participarán en el programa, se debe proceder con su caracterización y diagnóstico, a través de la plataforma dispuesta para ello. De esa manera, se podrá identificar el estado actual de la organización en temas de asociatividad, formalidad, gestión comercial, habilidades digitales, finanzas y costos, conocimiento del negocio, equidad de género y habilidades blandas.

Los resultados de este diagnóstico serán usados para el diseño del plan de fortalecimiento de las organizaciones con temas útiles, de acuerdo con sus necesidades.

Paso 3. Identificación de clientes potenciales

Con base en la información obtenida en la caracterización y diagnóstico de cada organización, la Cámara identificará posibles clientes locales, indagando sobre sus requerimientos de compra (características del producto, logística de entrega, volúmenes solicitados, registros o certificados, entre otros). Esta información será útil para complementar el plan de fortalecimiento.



Paso 4. Plan de Fortalecimiento

Diseño:

Dado que el programa busca que las organizaciones reciban fortalecimiento de acuerdo con sus necesidades, el plan de trabajo con cada una debe diseñarse con base en los resultados del diagnóstico, a partir de los contenidos de los módulos temáticos:

Contenidos:



Contexto y principios de las organizaciones asociativas: qué son, cómo funcionan y qué deberes y derechos tienen sus asociados.
Intensidad mínima: 3 horas

Temáticas:

- Tipos de organizaciones asociativas.
- Principios y valores de la asociatividad.
- Derechos y deberes de los asociados.



Formalización de las organizaciones asociativas: requerimientos legales y formales para las organizaciones.
Intensidad mínima: 4 horas

Temáticas:

- Facturación electrónica.
- Aspectos jurídicos y tributarios de las organizaciones asociativas.



Finanzas y costos: conceptos y buenas prácticas para identificar costos y gastos y fijar precios.
Intensidad mínima: 4 horas

Temáticas:

- Costos y gastos
- Establecimiento de precios



Gestión comercial: Buenas prácticas para vender mejor, negociar y ganar más clientes.

Intensidad mínima: 6 horas

Temáticas:

- Canales y técnicas de venta.
- Logística (inventarios y entregas).
- Técnicas de negociación.
- Acuerdos de comercialización.



Conocimiento del negocio: elementos básicos de una estrategia - clientes, ingresos y costos, formas de vender, competencia, entre otros.

Intensidad mínima: 4 horas

Temáticas:

- Análisis de clientes.
- Propuesta de valor (lo que nos hace diferentes).
- Ingresos y costos.



Habilidades blandas: formas de relacionarse mejor para que el trabajo de la organización sea más efectivo.

Intensidad mínima: 4 horas

Temáticas:

- Comunicación efectiva.
- Trabajo en equipo.
- Liderazgo.
- Resolución de conflictos.



Construyendo equidad: oportunidades y trato igualitario para mujeres y hombres en la organización.

Intensidad mínima: 4 horas

Temáticas:

- Qué es la equidad de género y cuál es su importancia.
- Participación y liderazgo equilibrados.



Habilidades digitales: uso de herramientas digitales sencillas, útiles para la gestión de las organizaciones.

Intensidad mínima: 4 horas

Temáticas:

- Comercialización en tiendas virtuales.
- Promoción y ventas en redes sociales.
- Billeteras digitales (Daviplata, Nequi, otras).

Paso 6. Conexión con mercados e instituciones

Relacionamiento comercial:

Realización de al menos un evento comercial (feria empresarial, rueda de negocios, espacio de relacionamiento comercial), que les permita a las organizaciones poner en práctica lo aprendido y ganar nuevos clientes.

Estos espacios comerciales son muy importantes y requieren preparación previa de las organizaciones para aprovecharlos al máximo.

Conexiones institucionales:

Desarrollo de un espacio de conexión con entidades con oferta específica para organizaciones asociativas.

Para ello, Confecámaras estará atenta para apoyar a la Cámara en las gestiones para la participación de instituciones del orden nacional, cuya oferta se considere de interés de las organizaciones participantes en el programa.

Paso 7. Diagnóstico de salida

Al finalizar el programa se debe aplicar nuevamente el diagnóstico diligenciado al inicio. De esta manera será posible comparar resultados e identificar los cambios y mejoras logrados por las organizaciones.



Intensidad horaria

A continuación, se presenta la intensidad horaria mínima para cada uno de los componentes del programa.

Etapa	Actividad	Intensidad horaria estimada
Caracterización y diagnóstico	Caracterización y diagnóstico	45 minutos
Plan de Fortalecimiento	Contexto y principios asociativos	3 horas
	Formalización	4 horas
	Finanzas y costos	4 horas
	Gestión comercial	6 horas
	Conocimiento del negocio	4 horas
	Habilidades blandas	4 horas
	Construyendo equidad	4 horas
	Habilidades digitales	4 horas
Conexión con mercados e instituciones	Acompañamiento y conexiones comerciales e institucionales	15 horas
Diagnóstico de salida	Diagnóstico	45 minutos

La intensidad mínima sugerida para el plan de fortalecimiento es de 20 horas de formación en las temáticas identificadas en el diagnóstico como prioritarias para cada organización, y 15 horas de acompañamiento para la gestión comercial.

Cada cámara puede destinar un mayor número de horas y definir la realización de sesiones colectivas o individuales, de acuerdo con las características y disponibilidad de las organizaciones participantes.



Indicadores para la medición de los resultados

→ Indicadores de primer nivel:

- Número de organizaciones fortalecidas (que culminaron el programa).
- Variación en el número de clientes de las organizaciones.

→ Indicadores de segundo nivel:

- Número de organizaciones que participaron en el programa.
- Número de organizaciones que empezaron a facturar.
- Número de organizaciones formalizadas (formalidad de entrada).
- Variación de los ingresos de las organizaciones.
- Diversidad de participantes en órganos de dirección, administración y control.



Mecanismos de socialización de resultados

Se recomienda un despliegue de comunicaciones 360°:

- Documentando casos de éxito a través de videos testimoniales para redes sociales y otros medios de la Cámara.
- Desarrollando piezas gráficas, para que cualquier público pueda conocer y entender los resultados del programa.
- Tomando fotografías y documentando el trabajo desarrollado, como insumo para informes y análisis posteriores.
- Publicando informes de prensa para destacar los resultados obtenidos.
- Generando presentaciones e informes ejecutivos para espacios formales como la Junta Directiva, reuniones con autoridades locales, organismos de cooperación y otros grupos de interés.

