

MIA

Mujeres que Inspiran
y Avanzan

Programa de
fortalecimiento del
liderazgo y capacidades
gerenciales para
empresarias



Confecámaras
Red de Cámaras de Comercio





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

Marzo de 2026

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. 6

Objetivo
del programa

P. 6

Población
objetivo

P. 7

Metodología

P. 18

Indicadores

P. 19

Resumen de etapas e
intensidad horaria

P. 21

Mecanismos de
socialización de resultados



Contexto

La igualdad de género es una condición estratégica para el crecimiento sostenible de las economías y la competitividad empresarial. Las sociedades prosperan cuando aprovechan plenamente el talento, la capacidad emprendedora y el liderazgo de todas las personas.

En Colombia, sin embargo, persisten brechas estructurales que limitan el desarrollo y el escalamiento de las empresas lideradas por mujeres. De acuerdo con información del Registro Único Empresarial y Social (RUES), si bien el 55% de las personas naturales registradas en 2025 son mujeres, solo el 18% de las personas jurídicas cuentan con una participación femenina en su capital social superior al 50%. Esta diferencia evidencia una baja presencia de mujeres en la propiedad empresarial y, por ende, en los espacios de decisión estratégica y acumulación de capital.

Adicionalmente, si bien muchas mujeres ejercen la representación legal de empresas, la propiedad y el control del capital continúan concentrados mayoritariamente en hombres. En consecuencia, las mujeres participan con mayor frecuencia como empleadas o representantes formales, pero no como propietarias o empleadoras, lo que restringe su capacidad de consolidar patrimonio, ampliar escala y ejercer liderazgo empresarial.

A estas brechas estructurales se suman limitaciones asociadas al uso del tiempo, que impactan directamente la capacidad de cre-

cimiento empresarial. En promedio, las mujeres destinan 1,5 horas adicionales al día a actividades de cuidado y tareas del hogar y disponen de 1 hora menos para sus negocios. Esta diferencia no solo reduce el tiempo operativo, sino que limita el espacio para la planeación estratégica, la gestión comercial, la búsqueda de nuevos mercados y la toma de decisiones de alto impacto, afectando el potencial de escalamiento de sus empresas.

El resultado es un desaprovechamiento del talento femenino que representa una pérdida de competitividad para el país. Diversos estudios internacionales han demostrado que cerrar las brechas de género genera impactos económicos significativos. Se estima que reducir las brechas en autonomía económica podría aumentar el PIB per cápita de Colombia en un 14%, mientras que a nivel global la plena participación de las mujeres podría incrementar el PIB mundial en cerca de 12 billones de dólares.



A nivel empresarial, la evidencia también es contundente: las organizaciones con mayor diversidad en sus equipos directivos tienen un 15% más de probabilidad de obtener rentabilidades superiores al promedio, y la inclusión de una mujer adicional en la alta gerencia puede elevar el rendimiento sobre los activos entre 8 y 30 puntos básicos.

La diversidad impulsa la innovación, mejora la calidad de las decisiones estratégicas y fortalece la resiliencia organizacional frente a crisis y transformaciones tecnológicas.

En este contexto, fortalecer las capacidades estratégicas de las mujeres empresarias no es únicamente una acción de equidad, sino una decisión de desarrollo productivo y com-

petitividad territorial. Para avanzar de manera efectiva, se requieren programas integrales que acompañen a las empresarias en la definición de metas de crecimiento claras, medibles y alcanzables; el fortalecimiento de su liderazgo directivo; la consolidación de su estrategia empresarial; y la ampliación de su capital relacional mediante redes y mentoría de alto nivel.

Con este propósito, se desarrolla esta guía para la implementación de un programa estandarizado para mujeres empresarias, orientado a fortalecer su dirección estratégica, acelerar el crecimiento rentable de sus negocios y contribuir al cierre de brechas de género desde una perspectiva empresarial y territorial.

Objetivo del programa

Fortalecer el liderazgo estratégico de mujeres empresarias y acompañarlas en la consolidación y crecimiento rentable de sus empresas, mediante una metodología práctica basada en metas claras y medibles, mentoría y redes empresariales.

Población objetivo

Mujeres empresarias que ejerzan la dirección o toma de decisiones estratégicas en micro, pequeñas o medianas empresas formalmente constituidas o en proceso avanzado de formalización, con operación activa y ventas demostrables.

→ **El programa está dirigido prioritariamente a empresarias que:**

- Tengan al menos 12 meses de operación continua.
- Cuenten con ventas activas y flujo comercial en marcha.
- Ejercen control o liderazgo efectivo sobre las decisiones estratégicas del negocio.
- Manifiesten intención clara de crecimiento, consolidación o escalamiento empresarial.
- Se comprometan a participar directamente en el proceso (no delegable).

Podrán participar organizaciones asociativas conformadas mayoritariamente por mujeres, siempre que exista una figura directiva con capacidad de decisión y compromiso de participación en las actividades del programa e implementación de lo aprendido..



Metodología

Modalidad formativa
y horarios



Características
y diagnóstico



Ejes
temáticos



Evaluación
de salida



Convocatoria



Formación
y acompañamiento



Sprint

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

Modalidad formativa y horarios

El programa se desarrollará mediante una metodología práctica, estructurada y orientada a resultados, diseñada para fortalecer capacidades estratégicas y brindar herramientas empresariales concretas a los participantes.

Su ejecución podrá realizarse en modalidad presencial o híbrida, según la capacidad de cada Cámara de Comercio, procurando siempre espacios de interacción directa que favorezcan el aprendizaje colaborativo y el intercambio de experiencias entre participantes.

Las sesiones se organizarán en un calendario previamente definido y socializado desde el inicio del programa, con una duración y horarios que faciliten la participación de las empresarias, teniendo en cuenta sus responsabilidades empresariales y personales. Se sugiere la realización de una sesión intensiva semanal con una duración de 4 horas, preferiblemente en la franja de la mañana.

La metodología integra formación aplicada, acompañamiento estratégico y seguimiento a metas empresariales, asegurando que el proceso combine reflexión, toma de decisiones y aplicación en los negocios de los participantes.



Convocatoria

La convocatoria deberá estructurarse de manera focalizada, asegurando que las empresarias seleccionadas cumplan con el perfil definido y que exista coherencia entre su nivel de desarrollo y la metodología del programa.

Para apoyar este proceso, Confecámaras pondrá a disposición de cada Cámara de Comercio la base de empresarias de su jurisdicción que cumplen los criterios establecidos, como insumo para una selección estratégica y eficiente.

Se recomienda:

- Priorizar una convocatoria segmentada, dirigida a las empresarias identificadas en la base suministrada.
- Complementar la información con un formulario de postulación que permita identificar principales retos y nivel de compromiso.
- Verificar la participación directa y no delegable de la empresaria durante todo el programa.
- Conformar grupos según nivel de desarrollo empresarial, cuando el número de postulaciones lo permita, para favorecer discusiones estratégicas más homogéneas y pertinentes.



En caso de optar por una convocatoria abierta, deberán aplicarse criterios de segmentación antes de conformar los grupos, evitando mezclar empresas en etapas de desarrollo significativamente distintas.

Caracterización y diagnóstico

Una vez confirmada la participación de las empresarias seleccionadas, se deberá aplicar el proceso de caracterización y diagnóstico inicial, el cual constituye un componente fundamental del programa.

Este proceso permitirá establecer una línea base del nivel de desarrollo empresarial de cada participante, identificar brechas estratégicas y orientar la definición de metas de crecimiento acordes con su realidad y potencial.

Para su implementación, Confecámaras pondrá a disposición de las Cámaras de Comercio una plataforma de diagnóstico y evaluación de resultados, que permitirá:

- Identificar brechas derivadas de estereotipos sociales sobre los roles de género y su afectación a la toma de decisiones y la gestión empresarial de las empresarias.
- Recopilar información sobre ventas, estructura de costos, canales comerciales, equipo de trabajo y nivel de formalización.
- Evaluar capacidades estratégicas en áreas como liderazgo directivo, planeación, gestión financiera y comercial.
- Generar reportes individuales y agregados para seguimiento.
- Medir su avance frente a la línea base inicial.



El diagnóstico no solo orientará la ruta formativa de cada empresaria, sino que servirá como insumo para la definición de su meta estratégica de crecimiento y para el seguimiento periódico de resultados.

Formación y acompañamiento

El proceso de formación y acompañamiento se desarrollará bajo un enfoque práctico y orientado a la implementación, priorizando la aplicación directa de los contenidos en los negocios de las participantes.

El programa combinará:

- **Sesiones grupales estructuradas**, en formato taller, que promuevan la participación y el aprendizaje entre pares.
- **Círculos de empresarias**, en grupos reducidos, que fomenten la confianza, la confidencialidad y el intercambio estratégico entre participantes.
- **Acompañamiento individual**, mediante asesorías personalizadas orientadas a resolver retos específicos y apoyar la toma de decisiones empresariales.
- **Mentoría empresarial**, cuando la Cámara cuente con la capacidad, vinculando empresarias mentoras o expertas sectoriales.
- **Recursos de apoyo**, como guías prácticas, plantillas y materiales complementarios que faciliten la aplicación de los aprendizajes.
- **Canales permanentes de comunicación**, que permitan seguimiento, aclaración de dudas y articulación con otros servicios de la Cámara.



Este componente metodológico busca asegurar que el proceso no se limite a la transferencia de conocimientos, sino que promueva la implementación efectiva y el avance progresivo en las metas empresariales definidas por cada participante.

Ejes temáticos de formación y acompañamiento

Dirección estratégica y autonomía empresarial

**Objetivo:**

Fortalecer la capacidad de dirección estratégica de las empresarias para definir metas claras de crecimiento, tomar decisiones estratégicas y conducir su empresa con foco en resultados.

**Intensidad mínima sugerida:**

12–14 horas de formación y 4 horas de acompañamiento

Total:

14–16 horas

Contenidos clave:

- **Identidad directiva y rol estratégico de la empresaria.** Reflexión sobre el paso de “operadora del negocio” a “directora estratégica”, comprendiendo su papel en la visión, el crecimiento y la sostenibilidad de la empresa, afianzando su concepción de autoeficacia, autorreconocimiento del logro y posicionamiento personal como líder y referente de gestión.
- **Definición de meta empresarial medible (tipo MEGA).** Construcción de una meta clara, cuantificable y alcanzable a 12 meses, que oriente las decisiones y esfuerzos del negocio, a partir de estrategias para avanzar con foco, superando el miedo al error.
- **Arquitectura de decisiones:** reglas, umbrales y priorización. Diseño de criterios para tomar decisiones (qué sí, qué no, cuándo invertir, cuándo detenerse). Manejo de conversaciones difíciles y decisiones críticas sin parálisis por análisis.
- **Gestión del tiempo.** Desarrollo de herramientas para organizar el tiempo de manera estratégica, priorizando decisiones y actividades de alto impacto que impulsen el crecimiento del negocio, en equilibrio con la vida personal, y reduzcan la sobrecarga operativa.
- **Negociación de alto impacto.** Estrategias prácticas para negociar y manejar el conflicto, buscando mejores condiciones y resultados sostenibles.
- **Dirección por resultados:** metas, indicadores y seguimiento. Implementación de un sistema de seguimiento para medir avances y ajustar decisiones oportunamente.

Estrategia comercial para el crecimiento



Objetivo:

Potenciar habilidades para gestionar relaciones comerciales de mutuo beneficio, impulsando el crecimiento rentable y sostenible del negocio.

Intensidad mínima sugerida:

14–16 horas de formación grupal y 5 horas de acompañamiento individual

Total:

19–21 horas

Contenidos clave:

- **Propuesta de valor diferenciada (ajuste de propuesta de valor).** Definición clara de qué ofrece la empresa, a quién se



dirige y por qué es relevante frente a la competencia.

- **Estrategia de precios y rentabilidad.** Análisis de costos y márgenes para fijar precios que aseguren rentabilidad y sostenibilidad.
- **Canales comerciales y expansión de mercado.** Identificación y fortalecimiento de canales de venta (digitales, físicos, institucionales), oportunidades de nuevos mercados y desarrollo de un pitch firme para una venta segura.
- **Disciplina comercial y ritmo operativo.** Organización de la gestión comercial diaria mediante metas, y acciones sistemáticas de prospección y seguimiento.
- **Gestión de clientes estratégicos.** Priorización de clientes clave y desarrollo de relaciones comerciales equitativas, sostenibles y de largo plazo.
- **Conversaciones comerciales críticas.** Manejo de objeciones, cierre de ventas, renegociaciones y situaciones complejas con seguridad y enfoque en resultados.

Finanzas estratégicas para el crecimiento y autonomía empresarial



Objetivo:

Desarrollar capacidades para tomar decisiones financieras estratégicas y gestionar fuentes de financiación que soporten el crecimiento sostenible del negocio.



Intensidad mínima sugerida:

8-10 horas de formación y 3 horas de acompañamiento

Total:

11-13 horas

Contenidos clave:

- **Finanzas para la toma de decisiones.** Comprensión de flujo de caja, mar-



gen, punto de equilibrio y su impacto en la sostenibilidad del negocio.

- **Lectura estratégica de estados financieros.** Interpretación de estados financieros para evaluar la salud y desempeño empresarial.
- **Planeación financiera para el crecimiento.** Proyección de ingresos, costos e inversiones necesarias para alcanzar la meta de crecimiento definida.
- **Opciones de financiamiento: deuda, inversión y aliados.** Análisis comparativo de alternativas de financiación y sus implicaciones en costos y control empresarial para la toma de riesgos calculados.
- **Preparación para entidades financieras o inversionistas.** Construcción y preparación de la narrativa del negocio con información clave para acceder a recursos.
- **Capital relacional y alianzas estratégicas.** Identificación y gestión de relaciones estratégicas y de confianza que faciliten acceso a oportunidades comerciales y financieras.



Componente transversal: Plataforma de movilidad empresarial para mujeres



Objetivo:

Impulsar la movilidad empresarial de mujeres empresarias mediante la construcción sistemática de capital relacional, mentoría estratégica y preparación para conexiones de alto valor, que faciliten el acceso a mercados, oportunidades de negocio, financiamiento y espacios de decisión.



Este componente reconoce que el crecimiento empresarial no depende únicamente de capacidades técnicas, sino también del acceso a redes estratégicas, información privilegiada, referentes y relaciones de confianza que habilitan oportunidades de escalamiento.

Intensidad mínima sugerida:

4 horas – Círculos de empresarias.

2-3 horas – Mentoría colectiva o espacios con mentoras invitadas.

2-3 horas – Preparación estratégica para conexiones.



Contenidos clave:

- **Círculos de empresarias:** grupos estructurados de entre 8 y 12 empresarias que se reunirán periódicamente bajo reglas de confidencialidad y no competencia directa. Estos círculos tienen como objetivo generar confianza, intercambio estratégico y acompañamiento entre pares.
Periodicidad: una sesión mensual durante la ejecución del programa, de tal manera que cada empresaria reciba al menos 4 sesiones de 1 hora.
- **Mentoría empresarial:** asignación de mentoras o mentores con experiencia empresarial o sectorial, que acompañen el proceso estratégico y aporten perspectiva externa, orientando la toma de decisiones clave y la implementación de acciones estratégicas.
Periodicidad: al menos dos sesiones durante el programa.
- **Preparación para conexiones estratégicas:** espacio colectivo para estructurar o fortalecer el pitch ejecutivo y definir una estrategia de relacionamiento que incluya la identificación y priorización de aliados clave y la definición de objetivos concretos para cada empresaria.
Periodicidad: al menos dos sesiones durante el programa.

Sprint



Objetivo:

Consolidar los aprendizajes del programa mediante una experiencia intensiva de cierre que permita a las empresarias poner en práctica herramientas clave, fortalecer su confianza y ampliar su visibilidad y redes colaborativas entre mujeres empresarias.

Se sugiere desarrollar el Sprint en modalidad presencial, combinando actividades prácticas, espacios de conexión estratégica y ejercicios de visibilización comercial y profesional, en un entorno dinámico e inspirador orientado a resultados.



Intensidad mínima sugerida:

6-8 horas

Componentes:

- Rueda de conexiones estratégicas (networking) con instituciones, compradores, mentores y empresarias.
- Presentaciones públicas tipo “elevator pitch” de negocios o propuestas de valor ante jurados o grupos pares.
- Muestra comercial de productos y servicios de las participantes.
- Ceremonia de reconocimiento e inspiración, con entrega de certificados y casos destacados del proceso.

Evaluación de salida

Con el objetivo de medir posibles cambios en los aspectos diagnosticados, al finalizar las acciones consideradas en el programa, se aplicará el mismo instrumento implementado en diagnóstico inicial.



Indicadores para la medición de los resultados



A partir de la información recopilada en los diagnósticos de entrada y salida, diligenciados en la plataforma dispuesta por Confecámaras, así como de la información complementaria reportada por la Cámara, se obtendrán las siguientes mediciones:

- % de empresas que incrementan ventas en los 6 meses posteriores al inicio del programa.
- % promedio de crecimiento en ventas de las participantes.
- % de empresas con al menos un nuevo cliente o canal comercial.
- % de participantes que definen y documentan una meta empresarial medible.
- % de empresas que implementan un tablero de seguimiento (ventas, margen, flujo de caja).
- % de empresas que ajustan su estrategia comercial durante el programa.
- % de participantes que reportan mejoría en su capacidad de toma de decisiones empresariales.
- % de satisfacción general con el programa ($\geq 85\%$).

Resumen de etapas e intensidad horaria

Etapa	Actividad	Tiempo estimado mínimo por empresaria	Modalidad sugerida
Convocatoria	Socialización del programa	2 horas	Híbrido
Caracterización y diagnóstico	Caracterización y diagnóstico de entrada	20 minutos	Híbrido
Formación y acompañamiento	Dirección estratégica y autonomía empresarial	14 a 16 horas	Híbrido
	Estrategia comercial para el crecimiento	19 a 21 horas	Híbrido
	Finanzas estratégicas para el crecimiento	11 a 13 horas	Híbrido
	Componente transversal: plataforma de movilidad empresarial para mujeres	8 a 10 horas	Presencial
Sprint	Espacio de visibilización, conexión, relacionamiento y cierre	6 a 8 horas	Presencial
Medición final	Diagnóstico de salida	20 minutos	Presencial



Mecanismos de socialización de resultados

Se recomienda un despliegue de comunicaciones 360°, a través de las siguientes acciones y productos:

- Documentación de casos de éxito con videos testimoniales para redes sociales y otros medios de la Cámara.
- Piezas gráficas, para que cualquier público pueda conocer y entender los resultados del programa.
- Fotografías que documenten el trabajo desarrollado, como insumo para informes y análisis posteriores.
- Informes de prensa para destacar los resultados obtenidos.
- Presentaciones e informes ejecutivos para espacios formales como la Junta Directiva, reuniones con autoridades locales, organismos de cooperación y otros grupos de interés.

