



**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
PASCUAL BRAVO** Código: GDC-FR-14
Versión 15



TÉRMINOS DE REFERENCIA CONVOCATORIA PROGRAMA MODA AL BARRIO

**ALCALDÍA DE MEDELLÍN -
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
2021**



SC 7134-1



Institución Universitaria - Vigilada Mineducación
PBX (+57 4) 448 0520 / FAX: (+57 4) 493 6363
Calle 73 No. 73A - 226, Vía El Volador
Línea gratuita: 01 8000 510944
www.pascualbravo.edu.co



Alcaldía de Medellín

Tabla de contenido

| | | |
|-------|---|----|
| 1. | Objeto del programa | 3 |
| 2. | Objetivo y alcance del programa | 3 |
| 3. | Público objetivo | 4 |
| 4. | Definiciones | 4 |
| 5. | Objetivo de la convocatoria | 5 |
| 6. | Requisitos mínimos para las empresas postulantes | 5 |
| 7. | Proceso de convocatoria y postulación | 6 |
| 7.1 | Convocatoria | 7 |
| 7.2 | Postulación | 7 |
| 7.3 | Verificación de requisitos mínimos y evaluación de postulados | 9 |
| 7.4 | Criterios de evaluación a postulados: | 9 |
| 7.5 | Criterios de desempate | 12 |
| 7.6 | Causales de exclusión del proceso de selección | 12 |
| 8. | Metodología del acompañamiento | 13 |
| 9. | Fases del programa | 14 |
| 9.1. | Diagnóstico y análisis estratégico. | 14 |
| 9.2. | Ciclos de desarrollo de habilidades y capacidades. | 15 |
| 9.3. | Visibilización y promoción, desarrollo de nuevos mercados y comercialización. | 17 |
| 9.4. | Cierre del programa. | 17 |
| 9.5. | Comunicaciones. | 18 |
| 10. | Incentivos económicos | 18 |
| 10.1. | Causales de pérdida del incentivo | 20 |
| 11. | Propiedad intelectual | 20 |
| 12. | Tratamiento de datos | 20 |
| 13. | Anexos | 21 |

1.

Términos de referencia Programa Moda Al Barrio

1. Objeto del programa

El objeto del programa es exaltar y fortalecer la vocación textilera de la ciudad de Medellín y sus territorios; (comunas y corregimientos), a través de la transferencia de conocimiento a emprendimientos y empresarios del sector. Se busca aprovechar la moda como vehículo para llevar un mensaje de empoderamiento femenino a las mujeres de los barrios de la ciudad, teniendo como base las historias de vida, la resiliencia, el emprendimiento y el liderazgo social.

2. Objetivo y alcance del programa

El objetivo del programa es apoyar la formación de habilidades y capacidades de emprendimientos del sector de la moda (talleres satélites formales e informales), de manera que se promueva el desarrollo y fortalecimiento de los mismos, brindando herramientas y metodologías para el crecimiento y sostenibilidad de las iniciativas. Se busca empoderar a los participantes con conocimientos enfocados en la práctica para que puedan abordar los diferentes retos a los que se enfrentan en sus negocios, de forma que les permita mejorar sus procesos de producción y comercialización y que, a su vez se puedan articular con empresas grandes y medianas, a través de las siguientes acciones:

- Diagnóstico de 57 talleres satélites, de manera que se pueda identificar las oportunidades de mejora y fortalecimiento de capacidades de las mismas.
- Implementación de una estrategia transversal de comunicaciones que permita amplificar el alcance e impacto del programa, a través de un relacionamiento estratégico con instituciones y organizaciones afines al sistema de moda.
- Desarrollo de habilidades personales y fortalecimiento de capacidades empresariales en 57 talleres satélites informales del sistema moda de la ciudad, así mismo desarrollar soluciones de retos del sector, de manera que se promueva el desarrollo y fortalecimiento de los mismos, brindando herramientas y metodologías para el crecimiento y sostenibilidad de las iniciativas.

- Transferencia de conocimiento para fortalecer el sistema moda desde sus unidades productivas, utilizando metodologías ágiles y de fácil implementación (Bootcamps) que permitan desarrollar ventajas competitivas en tiempo real.
- Aplicar metodologías y estrategias de innovación al sector de la moda para capitalizar activos ocultos e incentivar a la creación de redes de valor y desarrollo de negocios sostenibles.
- Dinamizar y fortalecer los procesos de transformación en la industria de la moda, fomentando el pensamiento sistémico, el trabajo colaborativo y la innovación, para generar diferenciación y valor agregado e incentivar la reactivación económica del sector de la moda a través del desarrollo de nuevas propuestas de valor y fuentes de ingreso.

3. Público objetivo

La convocatoria busca beneficiar a todo tipo de talleres de confección, especialmente talleres satélite que trabajen o sean proveedores de empresas ancla en la industria.

4. Definiciones

BOOTCAMP: programa de capacitación especializado con el objetivo de desarrollar un conjunto de habilidades que puedan ser llevadas a la práctica de manera rápida. Las habilidades que se pueden desarrollar abarcan aspectos técnicos, de estrategia, emprendimiento, sociales, entre otras.

METODOLOGÍA BOOTCAMP: consiste en la realización de cursos inmersivos e intensivos enfocados en temas específicos, con herramientas prácticas para poder validar en el mundo real lo aprendido. Cada Bootcamp tiene una intensidad de, entre 4 y 8 horas, con contenidos teóricos que incluyen un reto a resolver, relacionado con la información entregada y la habilidad que requiera desarrollar el participante.

IKIGAI: concepto japonés que significa «la razón de vivir» o «la razón de ser». El *Ikigai* es una metodología que permite dar claridad en la razón para vivir, algo que dé significado a nuestra vida y que motive a cada persona a levantarse cada mañana y que los impulse para tratar de sentirse plenamente satisfechos y felices. Dirigido a personas y empresas, se aplica por medio de un juego de la vida y el propósito que tiene en las organizaciones, se muestra con un diagrama que tiene 4

círculos uno contendría aquello que te gusta hacer, otro en lo que eres bueno, un tercer círculo aquello que el mundo necesita y uno último que contiene por lo que te pueden pagar.

Taller satélite: talleres de producción que se encargan de la elaboración de las prendas de vestir desde diseño, corte y confección, y están dirigidos a empresas o personas quienes quieran hacer su propia marca, pero no quieren involucrarse con el proceso de producción, el taller satélite también puede tener su propia marca.

Unidad productiva: empresa, negocio, asociación, productor o grupo de personas que realizan actividades con ánimo de lucro.

5. Objetivo de la convocatoria

Seleccionar cincuenta 57 unidades productivas y/o emprendimientos del sector de la moda (talleres satélites formales e informales), ubicadas dentro de la ciudad de Medellín y sus corregimientos, para participar en el programa Moda Al Barrio.

6. Requisitos mínimos para las empresas postulantes

El postulante que aplique a esta convocatoria, debe cumplir con los siguientes requisitos habilitantes:

- Ser una unidad productiva y/o taller satélite* formal o informal.
- La unidad productiva debe tener como mínimo 2 años de operación al momento de presentar su postulación.
- Contar con mínimo 3 empleados y máximo hasta 20 empleados.
- Estar ubicados en la ciudad de Medellín o alguno de sus corregimientos.
- Tener una línea propia de diseños o productos.
- Demostrar ventas en los últimos dos años.

Para las empresas formales, contar con estados financieros debidamente auditados por Contador Público de los dos últimos dos años (2019 y 2020). **En el caso de las empresas informales** adjuntar documento (**Anexo 1**), donde certifique que ha realizado ventas en los últimos 2 años y 2 referencias comerciales (clientes o proveedores).

- Diligenciar el formulario de postulación/inscripción.
- Enviar documentación requerida según el tipo de unidad productiva (formal o informal).

Para las empresas formales: Cámara de Comercio de Medellín menor a 90 días de expedición, estados financieros debidamente auditados por contador público y RUT, si aplica.

Para las empresas informales: formato **Anexo 1:** documento donde certifique que ha realizado ventas en los últimos 2 años y 2 referencias comerciales (clientes o proveedores), cédula de ciudadanía del propietario o postulante y copia de servicios públicos que demuestre su domicilio en la ciudad de Medellín o alguno de sus corregimientos, copia de los servicios públicos que demuestren que el postulante está domiciliado en la ciudad Medellín o uno de sus corregimientos.

- Presentar uno de los retos creativos propuestos.
- Disposición de tiempo para asistencia a reuniones, asesorías y actividades virtuales o presenciales, de acuerdo a las condiciones del entorno.

7. Proceso de convocatoria y postulación

La convocatoria se realiza a través de un proceso abierto para la ciudad de Medellín, difundida por los medios de comunicación de la Alcaldía de Medellín e Institución Universitaria Pascual Bravo, aliados de las partes, ecosistema del emprendimiento de la ciudad y medios masivos de comunicación.

Cronograma de la convocatoria:

La convocatoria se realizará conforme a los siguientes numerales. El cronograma podrá ser modificado por las partes, mediante adenda a los presentes términos y condiciones.

| Evento | Fecha Limite |
|--|--------------|
| Fecha: Apertura y publicación convocatoria programa Moda Al Barrio. Publicación del formulario de postulación - Apertura etapa documental. | 18/08/2021 |

| | |
|--|------------|
| <p>Descargar TDR en: Moda Al Barrio</p> <p>Diligenciar formulario y adjuntar los documentos requeridos.</p> <p>Formulario publicado en: Moda Al Barrio</p> | |
| Fecha y hora límite de cierre de la etapa de postulación. | 18/09/2021 |
| Fecha de publicación de resultados consolidados de etapa de postulación. | 19/09/2021 |
| Fecha final de evaluación de postulados. | 20/09/2021 |
| Fecha de publicación y notificación a unidades productivas seleccionadas para el programa. | 21/09/2021 |

El proceso de convocatoria se compone de las siguientes etapas:

7.1 Convocatoria

El proceso de convocatoria del programa será difundido en toda la ciudad y sus corregimientos, en las entidades aliadas de las partes y en el ecosistema de la ciudad, para identificar las unidades productivas que tengan el potencial de participar en el programa.

7.2 Postulación

Las inscripciones se realizan a través del [Moda Al Barrio](#) y redes sociales de la Institución Universitaria Pascual Bravo y la Alcaldía de Medellín, se debe ingresar a la página web del [Programa de Innovación Transferencia y Servicios PITS](#), de la I.U. Pascual Bravo y seguir los siguientes pasos.

1. Descargar los términos de referencia, que contienen también los formatos anexos para la convocatoria.

2. Diligenciar el formulario general alojado en: [Moda Al Barrio](#) junto a los documentos requeridos.
3. Realizar uno de los retos creativos planteados en el formulario de inscripción y adjuntarlo en la sección del formulario “sube la evidencia de tu reto realizado”.

Retos propuestos:

- Subir un video de máximo un minuto de duración, donde una persona o cliente nos cuente de forma original por qué su taller o empresa deberían hacer parte del programa.
- Subir un video de máximo un minuto de un “modelo real” o persona de tu barrio usando uno de tus diseños o prendas.

Los postulantes que adicionalmente refieran **tres** talleres o unidades productivas para participar en el programa recibirán **cinco** puntos adicionales en la calificación del reto. Se validarán los referidos aportados, para otorgar dicha puntuación.

El formulario debe diligenciarse en su totalidad y además, deberá ser enviado junto con el reto creativo, en el periodo establecido de convocatoria. Además deberá anexar los siguientes documentos:

Para las empresas formales:

- Cámara de Comercio de Medellín con máximo 90 días de expedición
- Estados financieros debidamente auditados por Contador Público
- RUT

Para las empresas informales:

- Formato Anexo 1. Documento donde certifique que ha realizado ventas en los últimos **dos** años y **dos** referencias comerciales (clientes o proveedores).
- Cédula de ciudadanía del propietario o postulante.
- Copia de servicios públicos del lugar donde opera la unidad productiva que certifique que está domiciliado en Medellín o alguno de sus corregimientos.
- Copia de los servicios públicos que demuestren que el postulante está domiciliado en la ciudad Medellín o uno de sus corregimientos.

Notas:

1. Al final del presente documento se encuentra el **Anexo 1**.

2. En el caso de que a la empresa le llegase a faltar algún documento de los requeridos en la inscripción, recibirá notificación oficial informando el proceso para subsanar documentos. Es importante resaltar, que el plazo para subsanar será desde el 18 de agosto hasta el 18 de septiembre, para cumplir con la documentación completa, de lo contrario su solicitud de postulación no podrá ser tenida en cuenta en el proceso de selección.

7.3 Verificación de requisitos mínimos y evaluación de postulados

Las unidades productivas o empresas postuladas dentro de los plazos establecidos en la presente convocatoria y que cumplan con los requisitos mínimos, serán evaluadas por la institución Universitaria Pascual Bravo empleando una herramienta de evaluación y teniendo en cuenta los criterios descritos en el **numeral 7.4**. Una vez concluido el proceso de evaluación, serán publicados los resultados de éste y se notificará a las unidades productivas beneficiadas al correo electrónico y número de contacto suministrado en el formulario de inscripción a la convocatoria.

7.4 Criterios de evaluación a postulados

- **Operación comercial:** la unidad productiva debe tener como mínimo **dos** años de operación al momento de presentar su postulación, lo cual se va a comprobar.
- **Validación comercial:** la unidad productiva debe demostrar ventas durante los **dos** últimos años previo a la postulación, según el número de años de operación recibirá una calificación.
- **Equipo de trabajo:** se asignará un puntaje acorde al número de empleados que conformen el equipo de trabajo de la unidad productiva. El número de empleados debe ser de mínimo 3 y máximo 20.
- **Potencial de crecimiento y/o sostenibilidad:** el equipo evaluador realizará un análisis entre las ventas totales de la empresa en los últimos dos años y su tiempo de operación para determinar un puntaje en dicho criterio.
- **Domiciliados en corregimientos:** las unidades productivas domiciliadas en corregimientos recibirán 10 puntos adicionales.
- **Reto creativo:** Se proponen **dos** retos creativos de los cuales los postulantes deberán escoger y realizar **uno**, y anexar junto con el formulario. Se evaluarán: expresión oral y corporal, conocimiento sobre el sector, tipo de prendas presentadas, originalidad y creatividad en los retos.

Los postulantes que adicionalmente refieran **tres** talleres o unidades productivas para participar en el programa recibirán **cinco** puntos adicionales en la calificación del reto.

- **Línea propia de productos o diseños:** se tendrá en cuenta para dicho criterio, si la empresa cuenta con productos o diseños propios. En el caso de las empresas que cuentan con ambos recibirán la máxima puntuación definida para este criterio.
- **Puntaje adicional:**
 - Unidades productivas/talleres que emplean mujeres madres cabeza de hogar, víctimas de violencia, embarazadas adolescentes, desplazadas, población vulnerable: personas en situación de discapacidad y los grupos étnicos, población LGBTIQ, Ninis. **Cinco** puntos.
 - Talleres satélites y/o unidades productivas que estén compuestas en su mayoría por personal femenino. **Cinco** puntos.

| CRITERIO DE EVALUACIÓN | PUNTAJE MÁXIMO | FORMA DE EVALUACIÓN | |
|------------------------------|----------------|------------------------------------|----------------|
| Operación comercial | 15 | Años de constitución | Puntaje |
| | | 2 a 2 años y 11 meses | 10 |
| | | 3 en adelante | 15 |
| Validación comercial | 20 | Ventas anuales | Puntaje |
| | | Hasta \$10.000.000 | 15 |
| | | \$10.000.001 en adelante | 20 |
| Equipo de trabajo | 15 | Número personas | Puntaje |
| | | 3 a 6 | 10 |
| | | 7 a 20 | 15 |
| Potencial de crecimiento y/o | 20 | Crecimiento en ventas anual | Puntaje |

| | | | |
|--|----|---|----------------|
| sostenibilidad | | 1-5,9 % | 10 |
| | | | |
| Ubicación de la unidad productiva | 10 | Ubicación | Puntaje |
| | | Comunas de Medellín | 5 |
| | | | |
| Reto creativo | 20 | Criterio | Puntaje |
| | | Envío de reto | 10 |
| | | Más originales y creativos, mejor expresión oral y corporal y mayor conocimiento sobre el sector. | 15 |
| | | Envío de referidos validados | 5 |
| | | | |
| Contar con su línea propia de productos y/o diseños. | 20 | Criterio | Puntaje |
| | | Productos y diseños propios | 20 |
| | | Productos o diseños propios | 15 |
| | | | |
| Puntaje adicional | 10 | Criterio | Puntaje |
| | | Entre el 30% y 49% son mujeres | 3 |
| | | Del 50% en adelante | 5 |
| | | Entre 1 y 3 personas en situación vulnerable | 3 |
| | | Más de 4 personas en situación vulnerable | 5 |

| | | |
|-----------------------------|----------------------------|--|
| Puntaje mínimo para avanzar | 72 (55% del total posible) | Para avanzar en la convocatoria y ser seleccionadas como beneficiarias, las unidades productivas deberán alcanzar un mínimo de 72 puntos de un total de 130 en la evaluación realizada según los criterios descritos en este cuadro. |
|-----------------------------|----------------------------|--|

7.5 Criterios de desempate

En caso de empate entre unidades productivas, una vez realizado el proceso de evaluación se dará prelación a las unidades con mayor puntaje en alguno de los siguientes criterios:

- Unidades productivas/talleres que emplean mujeres madres cabeza de hogar, víctimas de violencia, embarazadas adolescentes, desplazadas, población vulnerable (personas en situación de discapacidad y los grupos étnicos, población LGBTIQ, Ninis).
- Talleres satélites y/o unidad productiva que estén compuestos en su mayoría por personal femenino.
- Población vulnerable que lideren o hagan parte de estos talleres, impactando los ODS destinados a cerrar brechas de inequidad de género y desarrollando oportunidades de crecimiento y desarrollo dignas.

7.6 Causales de exclusión del proceso de selección

Una unidad productiva o taller se excluye del proceso de la convocatoria, cuando:

- Presente documentación falsa.
- La postulación será realizada por otro medio diferente al definido en los presentes términos o en una fecha u hora diferente a la establecida.
- Se evidencie que la unidad productiva esté violando la propiedad intelectual de un tercero. En este caso, el programa podrá dar aviso a las autoridades respectivas.
- Las empresas que no estén ubicadas dentro del municipio de Medellín o uno de sus corregimientos.

8. Metodología del acompañamiento

Metodología Bootcamp:

La metodología consiste en la realización de cursos inmersivos e intensivos enfocados en temas específicos, con herramientas prácticas para poder validar en el mundo real lo aprendido. **Cada Bootcamp tiene una intensidad de 5 horas** con contenidos teóricos que incluyen un reto a resolver, relacionado con la información entregada y la habilidad que requiera desarrollar el participante. Los pasos para la realización de un Bootcamp son los siguientes:

Paso 1: marco conceptual. Se hace presentación de los objetivos y del reto del Bootcamp. Los facilitadores hacen entrega de las herramientas o marcos de trabajo, para esto podrán utilizar presentaciones, videos, herramientas físicas (brief, documentos temáticos de apoyo, insumos de producción relacionados con la temática) o herramientas digitales, entre otras. (Qué y Por qué).

Paso 2: se entrega el cómo. Utilizando un ejemplo o caso real se muestra la forma en que se aplican los conceptos y herramientas entregados en el paso 1.

Paso 3: empatía. En este momento del Bootcamp los participantes empatizan con la situación real, desde la óptica de las herramientas y objetivos del Bootcamp. Es en este punto donde a través de reflexión contextualizada en sus unidades productivas los participantes formulan preguntas que les permiten construir el reto a desarrollar e identifican cómo aplicar los conceptos entregados.

Paso 4: aplicación de conceptos y trabajo sobre el reto.

¿Por qué Bootcamps?

Beneficios del aprendizaje a través de Bootcamps

Los Bootcamps permiten a los participantes aplicar de manera inmediata el conocimiento adquirido y aplicarlo a retos puntuales o al desarrollo de sus proyectos, mientras se van formando en diferentes habilidades.

- Se aprende haciendo: la teoría se lleva a la práctica.
- Minimiza el tiempo requerido de estudio y dedicación: se obtienen resultados en tiempos menores a 6 meses.
- Se generan procesos de ideación en donde se maximizan la cantidad de posibles soluciones a las problemáticas individuales o conjuntas.
- Se construye pasando de nociones individuales a conceptos grupales integrales que permitan empezar a construir soluciones sostenibles.

- Se estimulan en paralelo múltiples tipos de procesos cognitivos que potencializan la curva de aprendizaje.
- Es la solución de entrenamiento con la relación beneficio-costo más alta, comparada con cualquier otro formato o estilo de capacitación.
- Genera espacios de co-creación a través de la inteligencia colectiva para el desarrollo de proyectos creativos e innovadores.

9. Fases del programa

El proceso de acompañamiento se encuentra estructurado en las siguientes fases y/o componentes donde se abordarán los temas según el alcance de las actividades propuestas:

- 1) Diagnóstico y análisis estratégico.
- 2) Ciclos de desarrollo de habilidades y capacidades.
 - a) Bootcamps: entrenamientos intensivos que se desarrollarán en cinco temáticas preferiblemente de manera presencial para facilitar la participación y co-creación de las unidades participantes, esto estará sujeto a las a las condiciones de emergencia sanitaria que se presenten en la ciudad.
 - b) Acompañamiento personalizado.
 - c) Planes de inversión y entrega de incentivos.
- 3) Visibilización y promoción, desarrollo de nuevos mercados y comercialización.
- 4) Cierre del programa.
- 5) Comunicaciones: transversal a todo el programa.

Descripción de las fases del programa:

9.1. *Diagnóstico y análisis estratégico*

En esta fase se identificará el modelo de negocio actual bajo el que operan cada una de las unidades productivas seleccionadas para participar en el programa, con el propósito de encontrar áreas de oportunidad, rutas de crecimiento y necesidades insatisfechas; de cara a la generación de ventajas competitivas tanto en las unidades productivas como en el sector en general.

Esta etapa tiene como objetivo realizar un diagnóstico personalizado y presencial a cada una de las unidades productivas. Esta actividad permitirá definir una línea base desde la cual se comenzará a articular el proceso de formación por Bootcamps y el acompañamiento personalizado.

9.2. Ciclos de desarrollo de habilidades y capacidades.

En esta etapa se realizarán ciclos de entrenamiento donde se desarrollarán capacidades y habilidades en los participantes, las cuales serán implementadas en una serie de retos orientados al desarrollo productivo, fortalecimiento financiero y liderazgo/empoderamiento con enfoque de unidad de género.

El objetivo de esta etapa es entregar conceptos, marcos de trabajo y herramientas que puedan aplicarse a lo largo de la etapa, desde los retos planteados, permitiendo a los participantes generar buenas prácticas y apropiación del conocimiento entregado. Para la transferencia de conocimiento se realizarán Bootcamps que permitan a los empresarios de las unidades productivas adquirir nuevas habilidades y capacidades.

- Formación colectiva: sesiones de aprendizaje en formato Bootcamp, de **cinco horas** cada una. Este es el componente colectivo de los Bootcamps, en el cual los consultores y *sponsors* hacen la transferencia de conocimiento, la entrega de herramientas, buenas prácticas y metodologías.
- Acompañamiento por unidad productiva: cada una de las unidades productivas tendrá **cinco horas** de acompañamiento para un total de **25**. Adicional a lo anterior, las unidades productivas contarán con una **bolsa de cuatro horas/unidad** durante el resto del Programa para contar con un servicio de atención continua en la resolución de dudas e implementación de estrategias.
- Gestión de conocimiento e Informe de resultados comprobable sobre los retos lanzados: en cada Bootcamp se realizará una actividad o reto práctico enfocado en llevar a la acción lo aprendido, para lo cual cada unidad productiva deberá compartir los resultados de la misma, a través de un informe donde resuma lo aprendido y lo aplicado en su unidad productiva y el impacto que ha tenido al desarrollar el reto. Esta actividad está enfocada en el diseño de la presentación y el informe de resultados sobre cada reto. Durante la misma, se analiza el trabajo realizado en cada unidad productiva y se recopilan los aprendizajes y hallazgos más importantes para asegurar la adopción de buenas prácticas y las herramientas entregadas. Dedicación por unidad productiva en cada Bootcamp, **dos horas**.

Los retos son ejercicios prácticos que giran en torno a los temas tratados en los Bootcamps. Con los retos se busca que cada unidad productiva identifique las áreas donde puede implementar lo visto durante los Bootcamps y defina un plan de acción a ejecutar. Los retos permiten sentar las bases para la adopción de buenas prácticas y herramientas a través de la aplicación de conceptos y el trabajo sobre las unidades productivas. A nivel neurolingüístico, los retos permiten comunicar órdenes o acciones a realizar de forma incluyente y empática, motivando la generación de ideas y el trabajo colaborativo.

- Evaluación al final de cada Bootcamp: al finalizar cada bootcamp se elegirán entre todos los participantes las tres unidades productivas más sobresalientes, tomando como referencia el top 3 de mejores resultados de acuerdo a los entregables acordados. **Accederán a los incentivos las tres unidades productivas con el mayor puntaje al cierre de cada Bootcamp.** Las actividades y entregables a evaluar son los siguientes:
 - Presentación y evaluación: socialización de los resultados de cada una de las unidades productivas referente a los retos abordados en cada Bootcamp. De acuerdo a la evaluación del jurado, compuesto por un panel de expertos y *sponsors*, se hará la evaluación del desempeño de las unidades en cada Bootcamp. Cada participante dispondrá de un espacio virtual de hasta **cinco minutos** para presentar los resultados al final de cada Bootcamp. Se realizarán dos sesiones de socialización al final de cada Bootcamp para cubrir la totalidad de participantes. Se citará a los participantes, quienes estarán en la sala de espera de la herramienta por donde realizarán su presentación con una **antelación, de por lo menos, diez minutos** para probar la presentación, sonido y aspectos logísticos.
 - Publicaciones en redes sociales: una vez finalizado cada Bootcamp las unidades productivas tendrán la opción de realizar publicaciones en redes sociales (imagen, fotos, textos y videos), relacionados con el contenido, para generar interacción con el público general. Estas publicaciones pueden contener problemáticas acordes a la temática, narrativa de sus retos y/o resultados. La idea de este espacio es conectar retos con posibles soluciones del público en general y también llevar a la comunidad cada una de las iniciativas participantes. El puntaje de esta actividad dependerá del número de “me gusta” con que cuente a la fecha de corte elegida para la entrega, esto para incentivar la participación del público general.
- **Plan de inversión de las unidades con incentivos**: de cada Bootcamp habrá **tres ganadores**, quienes hayan obtenido el mayor puntaje de la calificación de los mismos. Los ganadores tendrán un acompañamiento de cuatro horas para la construcción del plan de inversión, de acuerdo a las necesidades de cada unidad.

- Entrega de incentivos: en esta etapa se premiarán las unidades productivas ganadoras que cumplan los requisitos para la recepción de incentivos de acuerdo a lo descrito en el numeral 10 de este documento.

9.3. Visibilización y promoción, desarrollo de nuevos mercados y comercialización.

Una vez concluidos todos los ciclos de formación e implementación, se realizará una etapa de visibilización de los resultados obtenidos por los participantes en cada uno de los retos a través de eventos de promoción como desfiles, *free press*, ruedas de negocios y *networking* que permitan desarrollar nuevos aliados, mercados, relaciones comerciales y estratégicas. Para esto se realizarán actividades como:

- *Pop up Store* para visibilizar el trabajo de los participantes, este tipo de tiendas temáticas temporales permiten incentivar las compras impulsivas y el fortalecimiento de marcas a través de la curación de colecciones y contenido exclusivo y limitado para ciertos nichos de mercado.
- Promoción y divulgación del programa y actividades: realización de diferentes actividades de promoción, divulgación y visibilización del programa, como videos y pautas de todas las actividades que se realizarán en la ejecución del proyecto que acompañarán las empresas intervenidas.
- Eventos: espacios físicos o virtuales donde los participantes (unidades productivas) pueden visibilizar y ofrecer sus productos/servicios en el marco de eventos o ferias privadas de carácter local. Los *stands* están pensados para permitir a las unidades productivas realizar la promoción de sus bienes en un evento de un tercero, donde el operador va a patrocinar su participación proporcionando o subsidiando el acceso a dicho espacio.

9.4. Cierre del programa

En esta etapa se realizará un evento de cierre que convoque a los participantes para compartir los resultados e impactos alcanzados durante el programa y certificar su participación.

En el cierre del programa se tendrá un acto protocolario para la entrega de certificaciones a los participantes que culminen el mismo. Adicionalmente, y en el marco de la ejecución del Simposio

Internacional de Diseño Sostenible, evento realizado anualmente por la Institución Universitaria Pascual Bravo, se mostrará la experiencia, resaltando la participación de algunas de las unidades productivas ganadoras de los retos.

9.5. Comunicaciones

Se desarrollará un plan de comunicaciones y contenidos para amplificar las acciones y resultados dentro del programa.

10. Incentivos económicos

Cada Bootcamp, de acuerdo a la calificación final tendrá un top 3 de unidades productivas que accederán a incentivos económicos. Para ello se realizará un plan de inversión de acuerdo al análisis de necesidades relevantes identificadas en cada unidad, en la que posteriormente se realizará la entrega de incentivos en especie, divididos en las unidades ganadores.

Una vez se notifique y/o valide la información y los resultados de las unidades merecedoras de los incentivos, el operador junto con el supervisor del contrato validará el plan de inversión presentado por parte de las unidades productivas del top 3 seleccionado.

El valor del incentivo por Bootcamp será de \$8.000.000 IVA incluido, distribuido entre las 3 unidades productivas con mayor puntaje, el cual estará sustentado en un plan de inversión propuesto por el empresario. Es decir, habrá una bolsa de \$40.000.000; repartidos entre los 5 Bootcamp (Cada uno \$8.000.000), destinada al fortalecimiento de las mejores 3 unidades productivas seleccionadas en cada uno de los 5 Bootcamp de acuerdo a la calificación obtenida en el desarrollo del reto.

Es importante tener en cuenta lo siguiente:

- Las unidades productivas ganadoras que resulten beneficiadas con el incentivo tendrán un acompañamiento de cuatro horas para la construcción del plan de inversión de acuerdo a las necesidades de cada unidad con los rubros permitidos por el programa.
- Una vez construidos los planes de inversión, se realizará un proceso de evaluación y verificación donde se validará la pertinencia de estos por parte de un comité evaluador conformado por el operador junto con el supervisor del contrato, quienes aprobarán el

plan de inversión de las empresas que recibirán los recursos, así como los montos asignados.

Como resultado del análisis y evaluación en el comité evaluador del Fondo de Incentivos se pueden dar los siguientes escenarios:

- Aprobar la totalidad o la parcialidad de los recursos solicitados de acuerdo con el análisis y la calificación del plan de inversión.
- No aprobar el incentivo.
- Solicitar modificaciones al plan de inversión.

La bolsa de recursos que será ejecutada en 2021 pretende que los bienes a adquirir tengan una aplicación directa en la implementación de los modelos de negocio o planes de mejoramiento de las empresas acompañadas.

El incentivo se entregará con el fin de apoyar y satisfacer necesidades relevantes identificadas en cada unidad (maquinaria, insumos y/o asesorías). Los incentivos no se entregarán bajo ninguna circunstancia en efectivo. Siempre se entregarán en especie, teniendo en cuenta que estén contemplados en alguno de los siguientes rubros financiables:

- **Maquinaria y equipo:** será entregada a través de un acta de entrega y compromiso y el participante debe justificar la pertinencia del recurso solicitado.
- **Insumos:** entrega de insumos destinados para la actividad comercial y productiva de la unidad. El valor de los insumos no puede superar el 30% del total del incentivo.
- **Asesorías:** acompañamiento especializado en alguna área relevante del negocio que quieran fortalecer, entre las cuales se destacan: acceso a mercados, validación comercial, estructura financiera, asuntos legales, registros (marcas, Cámara de Comercio), entre otros.

Para el proceso de compra las unidades productivas realizan la presentación de tres cotizaciones sobre cada uno de los rubros solicitados o justificará con los respectivos soportes contables y evidencias el gasto de los recursos, de acuerdo con el plan aprobado en donde cada empresario tendrá la posibilidad de decir de acuerdo a las necesidades, cuál considera que sea el proveedor más adecuado para atender el requerimiento.

10.1. Causales de pérdida del incentivo

Serán causales de pérdida del incentivo del fondo las siguientes:

- Violación a la propiedad intelectual perteneciente a terceros.
- Falsedad en la documentación e información presentada.
- Si durante la ejecución del incentivo se identifica que la empresa desvía la aplicación del incentivo, de forma que pueda generar un conflicto de intereses para el Municipio de Medellín.

11. Propiedad intelectual

La propiedad intelectual que resulte del programa y del proceso de acompañamiento ejecutado en favor de los beneficiarios pertenecen a éstos, quienes conservarán todos los derechos morales y patrimoniales sobre los derechos enmarcados en el proceso de acompañamiento.

Sin perjuicio de lo anterior, las partes reconocen que los derechos de propiedad intelectual de cada una de ellas, existentes con anterioridad a la fecha de vigencia de la convocatoria, y aquellos utilizados en el proceso de acompañamiento, le pertenecen a su titular, quien podrá continuar dándoles el uso que desee en cumplimiento de su objeto misional.

Ni **la I.U. Pascual Bravo**, ni el **Municipio de Medellín** en calidad de titular de los recursos en dinero asociados al desarrollo del proyecto, obtendrán en virtud del proceso de convocatoria y del acompañamiento derivado, derecho alguno sobre la propiedad intelectual de los beneficiarios.

12. Tratamiento de datos

La Institución Universitaria Pascual Bravo y la Alcaldía de Medellín, con la finalidad de dar estricto cumplimiento a la normatividad vigente sobre la protección de Datos Personales, en especial por lo establecido en la Ley 1581 de 2012, Decreto 1377 de 2013, Decreto 886 de 2014, Circular No 002 del 3 de Noviembre de 2015 de la SIC, artículo 15 de la Constitución Política de Colombia y a las demás disposiciones que las modifiquen, adicionen o complementen, será la responsable del manejo de datos suministrados, la finalidad, contenido y uso. Para todos los efectos legales, la presentación, inscripción o registro de la propuesta, a la presente convocatoria implica obligatoriamente la autorización expresa del titular de información, para el tratamiento de sus datos personales por parte de la Institución Universitaria Pascual Bravo y la Alcaldía de Medellín.

13. Anexos

Durante el diligenciamiento del formulario de inscripción y la preparación de la documentación, tenga en cuenta los siguientes anexos establecidos:

Anexo 1.

Carta de certificación de ventas en los últimos dos años

(Medellín, _/_/_)

Yo, _____ identificado con cédula de ciudadanía _____ de la ciudad de _____, actuando en nombre y representación de la _____; (nombre de la unidad productiva o taller), certifico y doy fe por medio de la presente carta que la unidad productiva ha tenido ventas en los últimos dos años (2019 - 2020), por valor de _____ en 2019 y _____ en el 2020.

Para dar constancia de lo anterior relaciono las siguientes referencias comerciales; (clientes o proveedores):

| Nombre | Correo electrónico | Numero de contacto | Clase de relación comercial |
|--------|--------------------|--------------------|-----------------------------|
| | | | |
| | | | |

Firma:

(Nombre del representante de la unidad productiva)

C.c: