

Informe

Estudio de mercado para el diseño del HUB de prestación de servicios para el desarrollo de capacidades Suma Social



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

fhi360
THE SCIENCE OF IMPROVING LIVES



inspiralab

Dic. 2022



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

fhi360
THE SCIENCE OF IMPROVING LIVES



OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de mercado para ser utilizado como base para la definición de los términos de referencia para la donación de desafío de diseño e implementación del Hub de prestación de servicios para el desarrollo de capacidades de las Organizaciones de las Sociedad Civil, OSC.

OBJETIVOS **ESPECÍFICOS**

- Mapear y caracterizar las organizaciones de la sociedad civil en Colombia, con énfasis en Bogotá y Medellín.
- Caracterizar la situación cooperativa y competitiva de las organizaciones sociales.
- Mapear y analizar la oferta y demanda de servicios por parte de las organizaciones de la sociedad civil.
- Definir los impactos esperados en el ecosistema a través del funcionamiento del Hub.
- Identificar las necesidades y oportunidades de acción del Hub.

Ficha técnica de herramientas

Rastreo digital de 106 organizaciones oferentes

Rastreo desde el escritorio de organizaciones sociales en Bogotá y Medellín que fueran oferentes de servicios de fortalecimiento.

10 entrevistas a organizaciones

Interlocuciones directas a 10 organizaciones sociales de diferentes sectores

Bogotá

- Corporación Somos Más
- Innpectia
- Bolivar Davivienda
- AFE
- Fundación Acción Cultural Popular (ACPO)

Medellín

- FAN
- Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín
- Ruta N
- ABAKO'S
- Fundación Berta Martinez

Ficha técnica de herramientas

6 entrevistas a expertos

Interlocuciones directas a expertos del sector social provenientes de organizaciones como:

Liliana Rodríguez-----CCONG

Nathalie Renaud-----USAID

Eliana Nieto-----FHI 360

Carlos Monsalve-----FAONG

Rodrigo Villar-----RUTAS PARA FORTALECER-MÉXICO

Patrick Papania, Barney Singer and Ketih Aulick-.....FHI 360

8 entrevistas complementarias a grupos focales

Entrevistas complementarias a grupos focales con actores claves del sector

Isabela Echeverry.....Banco Interamericano de Desarrollo

Adriana Peñalosa.....Pro Bogotá

Henry García.....Compartamos

Fernando Alonso.....Avina

Marta Echeverry.....Secretaría de Participación ciudadana de Medellín.

Hernan.....Cooperativa Interactuar

María Luisa Zapata.....COMFAMA

Jorge Melguizo.....EX Secretario de Cultura Ciudadana y Secretario de Desarrollo Social

Ficha técnica de herramientas

10 grupos focales

Interlocuciones directas con 57 organizaciones sociales de diferentes sectores entre ambas ciudades

- 5 en Bogotá
- 5 en Medellín

6 etnografías realizadas

Fundación Ecosueños
Fundación Vida y Arte
Colombia Diversa
Antioquia Presente
Corporación Convivamos
Confraternidad Carcelaria

Inmersión en el entorno físico de las organizaciones sociales de forma por medio de observación participante.

Ciberetnografía de 40 organizaciones sociales

Inmersión en los medios digitales de organizaciones sociales de forma aleatoria.

Ficha técnica de herramientas

Taller de co creación de impactos

Se identificaron los impactos esperados con el diseño e implementación de un Hub que articule y fortalezca las organizaciones de la sociedad civil en Colombia.

Taller de co creación de modelos de negocio

Se delimitaron los componentes y configuraciones de tres modelos de negocio para el diseño e implementación de un Hub que articule y fortalezca las organizaciones de la sociedad civil en Colombia

Encuesta a 112 organizaciones sociales

Encuestas digitales y telefónicas de forma aleatoria a diferentes organizaciones sociales con énfasis en Bogotá y Medellín

CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

ENCUESTAS DIGITALES

Total: 112
organizaciones encuestas



Ciudad

Bogotá:	60	(53, 57%)
Medellín:	44	(39, 29%)
Quibdó:	2	(1,75%)
Cali:	1	(0,89%)
Medio Atrato:	1	(0,89%)
Envigado:	1	(0,89%)
Cota:	1	(0,89%)
Bojacá:	1	(0,89%)
Soacha:	1	(0,89%)



Presupuesto anual

0 - 30 millones:	51	(45,54%)
31 millones - 50 millones:	11	(9,82%)
51 millones - 100 millones:	10	(8,93%)
Más de 100 millones:	40	(35,71%)



Ubicación

Urbana:	108	(96,43%)
Rural:	4	(3,57%)



Figuras jurídicas

Fundación:	55	(49,11%)
Corporación:	27	(24,11%)
Asociación:	18	(16,07%)
Cooperativa:	2	(1,79%)
Medios de comunicación:	1	(0,89%)
Federación:	1	(0,89%)
Otros:	8	(7,14%)

*Quienes respondieron otros, corresponden a organizaciones no formalizadas y se identifican como ONG



Número de empleados

0-20:	97	(86,61%)
21-50:	6	(5,36%)
51-100:	2	(1,79%)
Más de 100:	7	(6,25%)



Población objetivo

Niñez y adolescencia:	50	(44, 64%)
Mujeres:	49	(43,75%)
Jóvenes:	42	(37,50%)
Población general:	31	(27,68%)
Víctimas del conflicto armado:	28	(25, 00%)
Afrodescendientes:	27	(24, 11%)
Adulto mayor:	27	(24, 11%)
Indígenas:	22	(19,64%)
Migrantes:	17	(15,18%)
Organizaciones sociales:	14	(12,28%)
LGBTI:	13	(11,61%)
Discapacitados físicos:	13	(11,61%)
Discapacitados cognitivos:	13	(11,61%)
Reincorporados:	11	(9,82%)
Desempleados:	10	(8,93%)
Trabajadores sexuales:	8	(7,14%)
Habitantes de calle:	8	(7,14%)
Raizales y palenqueros:	6	(5,36%)
Pueblo Rom:	3	(2,68%)
No aplica:	1	(0,89%)
Gente de tamaño pequeño:	1	(0,89%)
Otros:	22	(19,64%)

MUESTRA

DE SUBSECTORES ENCUESTADOS

subsector

Infancia y adolescencia.....	15	(13,39%)
Paz y seguridad:.....	11	(9,82%)
) Participación de sociedad civil :.....	10	(8,93 %)
Sostenibilidad ambiental	9	(8,04%)
Emprendimiento e innovación.....	6	(5,36%)
Inclusión social :.....	5	(4,46%)
Desarrollo económico:.....	5	(4,46%)
Género: :.....	4	(3,57%)
Desarrollo sostenible :.....	4	(3,57%)
Desarrollo personal, laboral y familiar :.....	4	(3,57%)
Afrodescendientes :.....	4	(3,57%)
Promoción de derechos humanos :.....	3	(2,68%)

Discapacidad:.....	3	(2,68%)
Conflicto armado:.....	2	(1,79%)
Microfinanzas :.....	2	(1,79%)
Empleo :.....	2	(1,79%)
Investigación :.....	2	(1,79%)
Educación:.....	2	(1,79%)
Campesino:.....	2	(1,79%)
Alimentos :.....	2	(1,79%)
Víctimas del conflicto.....	1	(0,89%)
Tecnología.....	1	(0,89%)
ONU.....	1	(0,89%)
Negocios y empresas.....	1	(0,89%)

Mipymes.....	1	(0,89%)
Migración.....	1	(0,89%)
Medios de comunicación.....	1	(0,89%)
LGBTIQ+.....	1	(0,89%)
Grupos indígenas.....	1	(0,89%)
Filantropía.....	1	(0,89%)
Entretenimiento.....	1	(0,89%)
Educación superior.....	1	(0,89%)
Desarrollo regional.....	1	(0,89%)
Adulto mayor.....	1	(0,89%)



Hallazgos
capitales

CAP. 1

Oferta



Tabla de contenido

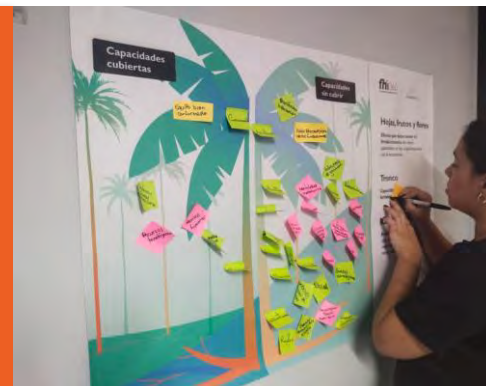


CAP. 2

Demanda

CAP. 3

Oportunidades
del hub



Hallazgos capitales





Construcción de confianza: necesidad clave en el sector social

Se requiere generar pedagogía en el sector social que permita el fortalecimiento de la confianza por medio de espacios de diálogo, de encuentro y de visibilidad que tejan redes, comunidad y articulación sectorial e intersectorial.



La actual oferta de servicios no satisface las necesidades actuales

Si bien la oferta actual se centra en capacitaciones en capacidades organizacionales y servicios que posibiliten la sostenibilidad y la articulación, ambas siguen siendo las principales necesidades no cubiertas de las organizaciones. Muchos no acceden a estos servicios por falta de recursos y por el enfoque en lo misional y en la sobrevivencia del día a día.



Oferta carente de enfoque social

La oferta proveniente de cámaras de comercio, cooperativas, consultoras y cajas de compensación, tiene un mayor enfoque para las micro empresas y limitado para el sector social, por lo cual las organizaciones más estructuradas pueden adaptarse pero las demás tienen más dificultades de integrar estos servicios a sus realidades.



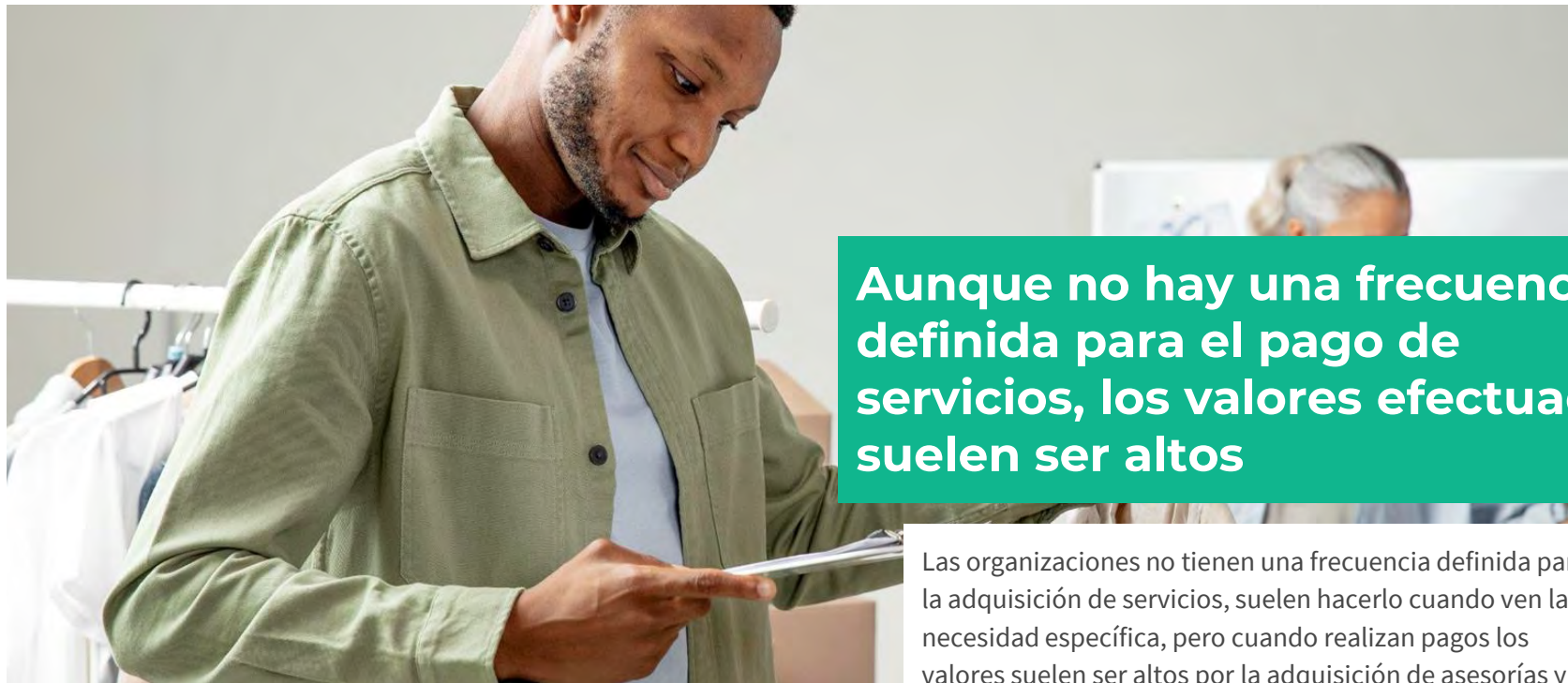
El sector socio privado posee la oferta más estructurada y estable

El sector socio privado posee la oferta de capacitaciones más constante y con plataformas virtuales más estructuradas, con menor nivel de cobertura, mientras que la oferta del sector social y público es más dispersa y efímera debido a que suele ofertarse por medio de proyectos y recursos limitados aunque más amplia territorialmente



Gran parte de la oferta gratuita obedece a alianzas y beneficios por membresías

Si bien la gran mayoría de organizaciones manifiesta haber recibido servicios de forma gratuita, esto se debe a que muchas los reciben por medio de alianzas o campañas de fortalecimiento por tiempos limitados con el sector público o privado y como beneficios por pertenecer a organizaciones gremiales como Cámaras de Comercio, la CCONG, la AFE, o la FAONG.



Aunque no hay una frecuencia definida para el pago de servicios, los valores efectuados suelen ser altos

Las organizaciones no tienen una frecuencia definida para la adquisición de servicios, suelen hacerlo cuando ven la necesidad específica, pero cuando realizan pagos los valores suelen ser altos por la adquisición de asesorías y consultorías especializadas.

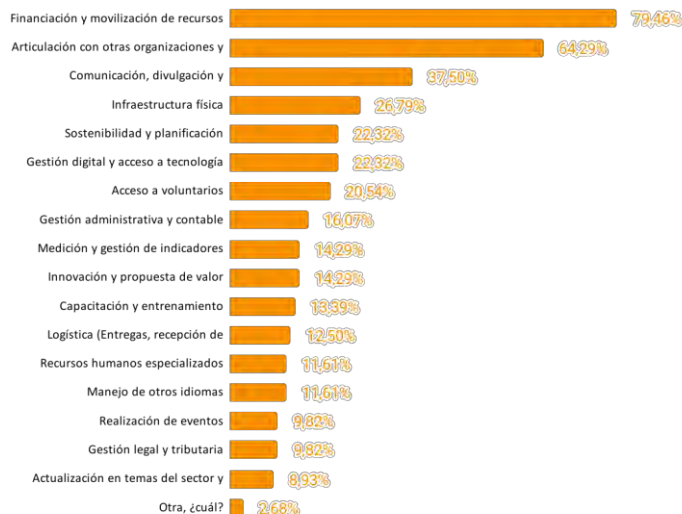
Capítulo 1

Oferta



Financiación, articulación y promoción: principales necesidades no cubiertas de las organizaciones.

¿Cuáles son las principales necesidades no cubiertas actualmente para la gestión de tu organización?



Datos de encuesta a 112 organizaciones sociales

La articulación fragmentada de las organizaciones con agendas políticas, regionales e inter sectoriales y la falta de estrategias de promoción y divulgación de su oferta de valor en los territorios, está generando su poca sostenibilidad a largo plazo, basándose su trabajo en dinámicas de sobrevivencia más del día a día y de competencia por los recursos.

Los servicios de promoción, visibilización, y sostenibilidad, son insuficientes en oferta, apareciendo como necesidades sin cubrir.

“Hay una necesidad de fondo que es en relación con el entorno habilitante, que exista una comprensión dentro de nuestro país de las organizaciones de la sociedad civil como sector, en este momento lo que existe en Colombia es una concepción de las organizaciones sociales muy regulatoria, y otra causa es la sostenibilidad, las organizaciones no tiene una oferta de valor clara, no tiene foco en su acción, en su población, llevan años trabajando y no consolidan unas metodologías de trabajo”
Experto



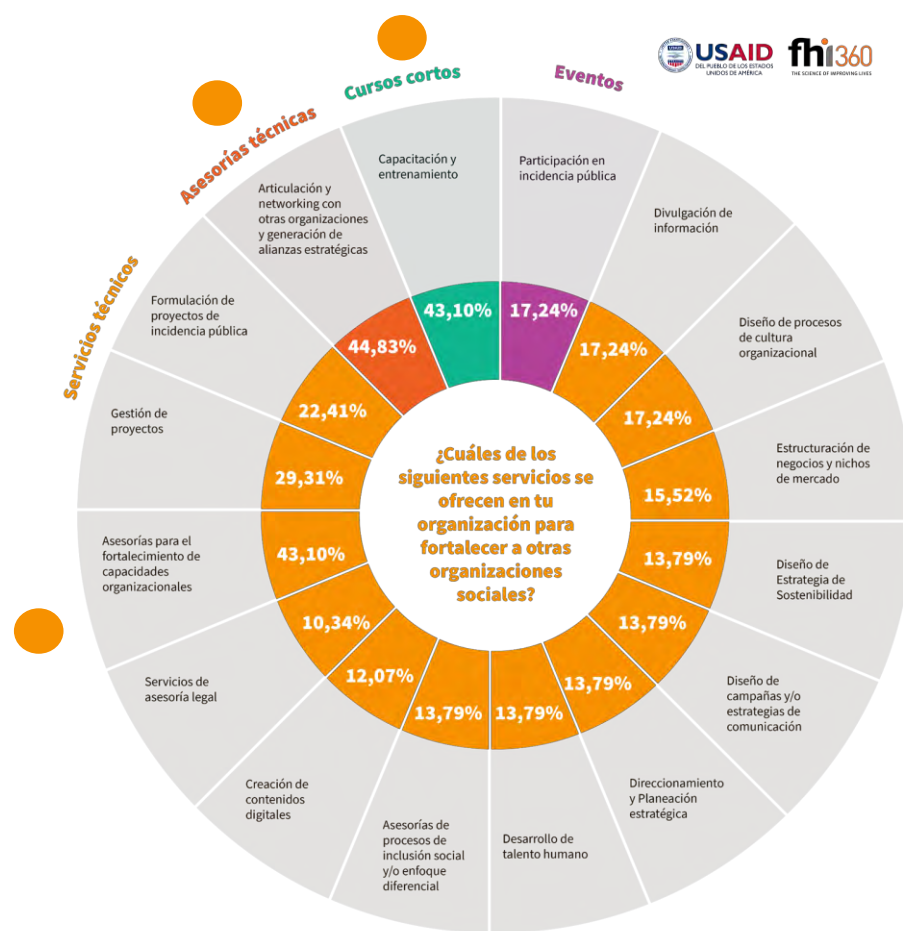
Capacitaciones cortas y asesorías técnicas: **principal oferta de servicios por parte de las organizaciones**

La actual oferta de servicios se encuentra de forma dispersa, muchas veces a través de proyectos por tiempos limitados en los cuales participan gracias a subvenciones o alianzas.

Gran parte de la oferta varía según la disposición de tiempos, recursos y voluntades de las organizaciones oferentes más pequeñas.

Hoy muchas de las organizaciones manifiestan no saber dónde encontrar servicios o asesorías a su medida y con un enfoque social en lo metodológico y presupuestal.

El 51,79 % de la muestra manifiesta prestar servicios de fortalecimiento



Datos de encuesta a 112 organizaciones sociales

Principales temáticas de formación y asesorías para el fortalecimiento de capacidades

Hallazgos correspondiente al rastreo en medios digitales de oferta de 106 organizaciones

Las principales temáticas de servicios de capacitación y formación identificadas son:



- Cursos en dirección de organizaciones sociales.
- Cursos en temas legales



- Talleres para la gestión y liderazgo comunitario.
- Talleres y formación en investigación social.



- Tecnología y transformación digital



- Formación en elaboración de presupuestos.
- Formación en promoción y defensa de derechos humanos.
- Formación para las alianzas con cooperación internacional.
- Formación en movilización de recursos.
- Formación en finanzas y contabilidad.
- Formación en construcción de planes comunicacionales.
- Formación en habilidades gerenciales.
- Formación en herramientas y estrategias para el trabajo colectivo y en red.

Principales temáticas de formación y asesorías para el fortalecimiento de capacidades

Hallazgos correspondiente al rastreo en medios digitales de oferta de 106 organizaciones

Las principales temáticas de servicios de capacitación y formación identificadas son:



- Capacitación en temas de sostenibilidad.
 - Capacitación en temas administrativos y financieros.
 - Capacitación en constitución y régimen legal de las organizaciones.
 - Capacitaciones en talento humano con foco en población en situación de discapacidad física y cognitiva y adultos mayores.
 - Capacitación en gestión de eventos sociales, artísticos y culturales.
 - Capacitación en mercadeo social.
- Capacitación en formulación y desarrollo de proyectos ambientales.
 - Capacitaciones en seguimientos a agendas ciudadanas y políticas.
 - Capacitaciones para la formación en responsabilidad social.
 - Capacitaciones y formación en cooperativismo y economía solidaria.
 - Capacitación en formulación y diseño de productos.

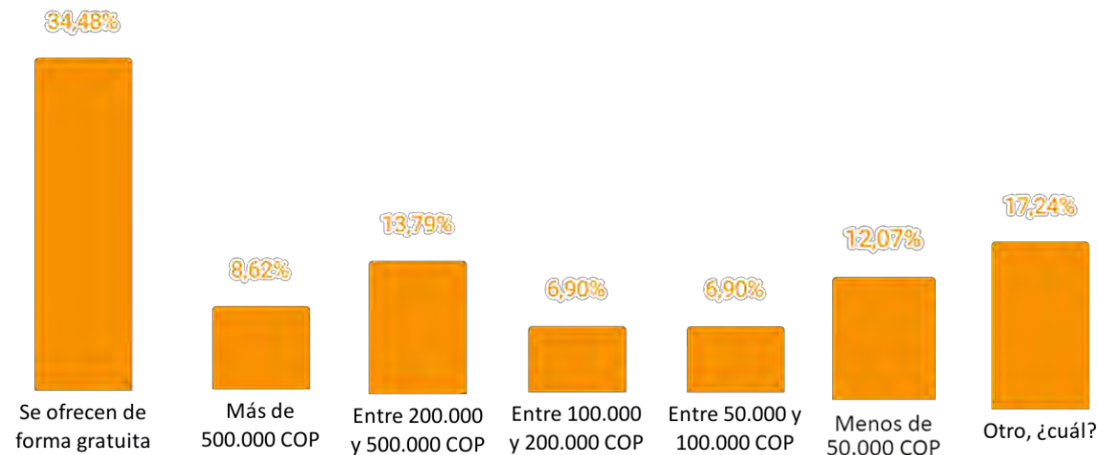
Principales temáticas de formación y asesorías para el fortalecimiento de capacidades

Hallazgos correspondiente al rastreo en medios digitales de oferta de 106 organizaciones

La oferta en gestión de conocimiento identificada se encuentra en capacitaciones, talleres, cursos y seminarios cortos en formación de capacidades administrativas, de acceso a recursos, comunicativas, relacionamiento, gestión y liderazgo, talento humano con enfoque poblacional y formación psicosocial.



En promedio, ¿cuánto deben pagar las organizaciones por adquirir estos servicios ofrecidos por tu organización?



Valores de opciones para otros

Valores de pago mixto o de aporte voluntario.

Depende del alcance y el número de participantes.

Intercambio de saberes y servicios

*Datos de encuesta a 112 organizaciones sociales

Alianzas, voluntarios y subvenciones: opción para la oferta de servicios

La mayor parte de las capacitaciones se ofrecen de forma gratuita y por tiempo limitado ya que son subsidiadas por medio de alianzas con organizaciones privadas, de segundo piso, cooperación internacional, sector público y beneficios por pago de membresías a organizaciones gremiales.

Promoción y articulación: principales dificultades para la prestación de servicios

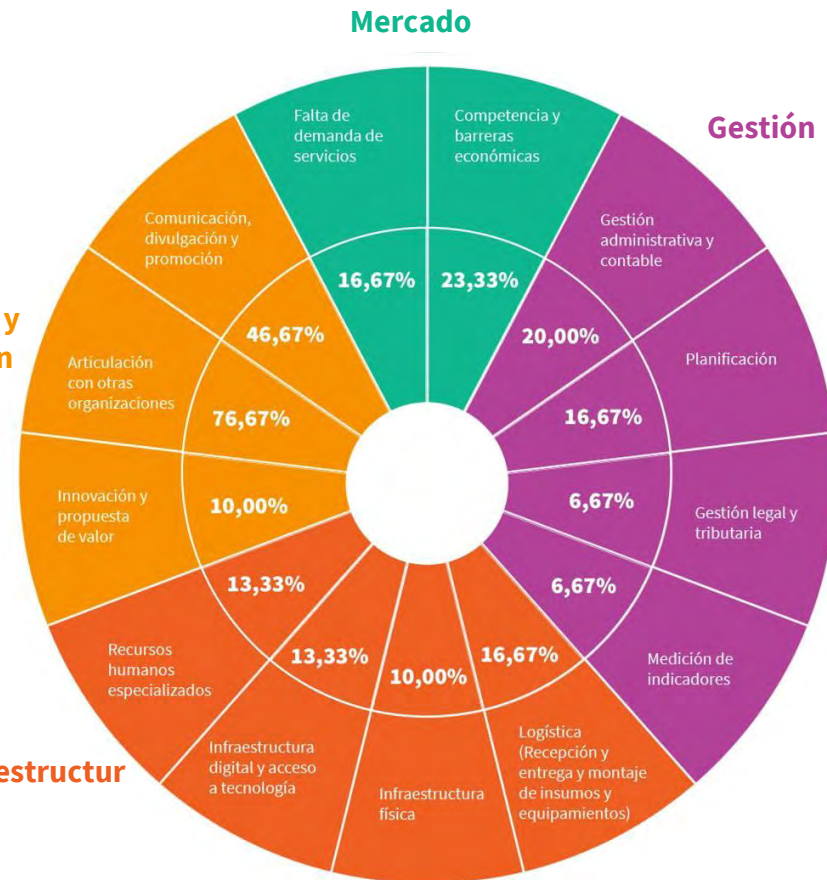
El obtener visibilidad al portafolio de servicios, aplicar estrategias de branding, mercadeo y la falta de alianzas estratégicas entre organizaciones y sectores, brechas de información, medios para obtener intercambio de información directa que permita conectar los servicios ofrecidos con quienes necesitan adquirirlos, son las principales necesidades para quienes prestan asesorías técnicas y capacitaciones en el sector.



“Con el tiempo se van cambiando las temáticas, las situaciones y los programas, la tecnología siempre va avanzando, la idea es que la organización se vaya capacitando en ese tipo de cosas, y la gestión con las alianzas, entonces sería de la gestión, actualización y articulación”
Organización ACPO

Promoción y articulación

Infraestructura



*Datos de encuesta a 112 organizaciones
sociales

¿Cuáles retos o dificultades has tenido para ofrecer tus servicios a otras organizaciones? - Presupuesto



Organizaciones con menos recursos económicos anuales poseen más dificultades para ofrecer servicios.

*La cantidad de la muestra es variable por tipo de organización estas gráficas

¿Cuáles retos o dificultades has tenido para ofrecer tus servicios a otras organizaciones? - Ciudad



Bogotá presenta mayores dificultades para tener articulación y alianzas mientras en Medellín dificultades para la promoción y divulgación y logística.

*Datos de encuesta a 112 organizaciones sociales

Encuentros uno a uno: principal modalidad para la prestación de servicios



63.79%

Encuentros uno a uno presenciales



44.83%

Encuentros uno a uno virtuales



37.93%

Redes sociales



29, 31%

Eventos y ferias



27,59%

Sitio web propio



18,97%

Plataformas digitales propias como moodle



Telefónicos
15,52%



8,62%

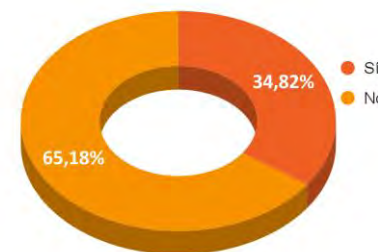
Plataformas digitales de externos



La mayoría de la muestra no invierte en pagos para obtener visibilidad

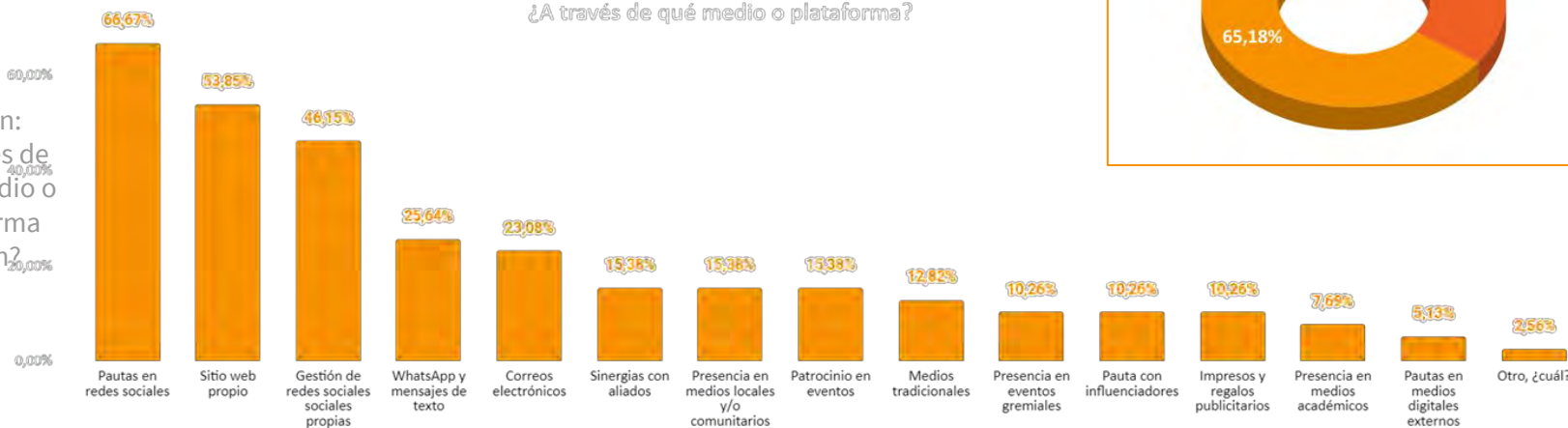
Quienes pagan por obtener visibilidad se limitan a las pautas a sus redes sociales y sitios web propios que suelen no estar actualizados y tener contenidos poco atractivos debido a la falta de personal con conocimientos en comunicaciones para la promoción y divulgación y la articulación con los públicos adecuados por lo que el voz a voz suele ser su mejor herramienta.

¿Alguna vez has pagado por tener mayor visibilidad para los servicios y productos que se ofrecen en tu organización?



¿A través de qué medio o plataforma?

Cuando invierten:
¿a través de qué medio o plataforma lo hacen?

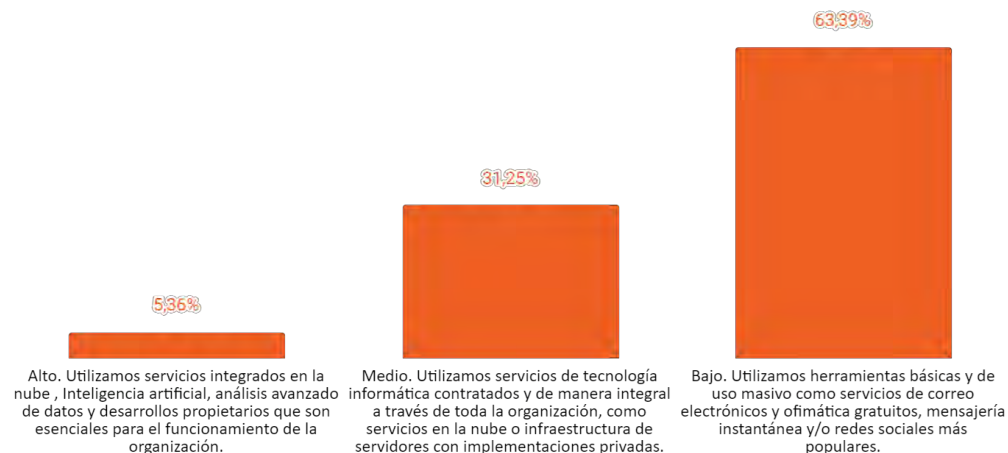


*Datos de encuesta a 112 organizaciones sociales

Herramientas digitales básicas: recursos más usados por las organizaciones

Las organizaciones poseen un nivel medio bajo en el uso de herramientas digitales debido a los costos operativos y de falta de conocimientos técnicos en el tema.

¿Cuál es el nivel de digitalización de la organización?



Oferta de servicios mapeada

Sector socio privado

1

Capacitación y formación

Fundación Bolívar Davivienda

Programa Aflora

A partir de un diagnóstico inicial pueden tener acceso a acompañamiento por parte de mentores, acceso a capital, voluntarios tutores, asesorías jurídicas, webinars o la Escuela de Directores.

Para aquellos usuarios que no tienen una iniciativa social, les es entregada una ruta de formación virtual, en la cual tienen acceso a contenido de asesorías jurídicas por parte de un aliado que hace trabajo pro bono.

Ciclos de formación

Ciclo Finanzas y Contabilidad
Ciclo Gobierno Corporativo
Ciclo Procesos organizacionales
Ciclo de Acceso a Capital
Ciclo de Ética y Transparencia
Ciclo para iniciativas no formalizadas

Ciclo Gestión del Cambio
Ciclo Mercadeo Social
Ciclo Tecnología y transformación digital
Ciclo Gestión de Proyectos
Ciclo de Estrategia

Poseen 12 ciclos de acceso virtual gratuito y Acceso a escuela de directores por \$ 1.800.000.

Fundación Ford- Comportamos por Colombia y De justicia

Hub de servicios Enlaza Sur

Fortalecimiento Organizacional

Cualificación en resiliencia institucional
Comunicaciones
Administrativo y legal
Sostenibilidad financiera
Modelos de negocio
Medición y resultados
Estrategias de consecución de recursos

Fortalecimiento estratégico y programático

Metodologías y procesos
Estructura organizacional
Escalabilidad y alianzas estratégicas

El acceso al fortalecimiento se hace por convocatorias en tiempos determinados y su proceso de selección a través de un consejo asesor externo:

-Las organizaciones deben generar un alto impacto en sus territorios y contar con experiencia de incidencia.

-Organizaciones que no hayan participado en otros procesos de fortalecimiento.

El financiamiento es logrado a través de la Fundación Ford y aliados externos que ofrecen servicios a través de proyectos

Quienes reciben su fortalecimiento deben fortalecer a otras organizaciones como pago en contraprestación.

Oferta de servicios mapeada

Sector socio privado

1

Capacitación y formación

Cámara de Comercio de Bogotá

Oferta de cursos online gratuitos para organizaciones pertenecientes a la Cámara y por fuera de esta

- Transformación digital
- Estrategia empresarial
- Financiero y financiamiento
- Mercadeo y ventas
- Producción y calidad
- Gestión Humana
- Internacionalización
- Legal
- Cursos de acompañamiento a la formalización
- **La Escuela de Transformación Digital** ofrece capacitaciones virtuales gratuitas en las herramientas tecnológicas más utilizadas en el mercado actualmente.
- Virtual talks webinars y conversaciones con expertos online

La oferta varía entre lo gratuito y diplomados de 2,500.000

Cámara de comercio de Medellín

- Oferta de Cursos online gratuitos para organizaciones pertenecientes a la cámara y por fuera de esta
- Ciclos de conferencias, y semanas temáticas enfocadas a las ESALES en asocio con el politécnico Gran Colombiano
- Calificación, readmisión y permanencia de las ESAL en el régimen tributario especial
- Plataformas digitales para ESALES
- Presupuestos para ESAL
- Control, vigilancia e inspección
- Aspectos tributarios sustanciales de las ESAL
- Buen gobierno corporativo
- Contabilidad y fuentes de financiación
- **Programa PROGRESE crece tu ESAL en alianza con CREAME**
- Programa de acompañamiento e intervención para la gestión y sostenibilidad de entidades con vocación productiva.
- Marketing digital
- Gestión Humana
- Producción
- Tecnológica
- Administrativa
- Sostenibilidad
- Asociatividad

Oferta de servicios

Sector socio privado

1

Capacitación y formación

Banco interamericano de desarrollo

- **Academia BID**

Cursos gratuitos y de hasta 120 USD certificados por el BID enfocados en el relacionamiento del entorno social

- Gestión de proyectos para el desarrollo
- Indicadores para el impacto
- Ciudades sostenibles
- Sistemas de gestión ambiental y social
- Desarrollo de políticas públicas
- Inversión extranjera como motor del desarrollo sostenible
- Prácticas gerenciales de monitoreo
- Financiamiento con recursos de la Unión Europea

2

Inversión de capital

Fundación Santo Domingo
Fundación Corona
Fundación Andi
Fundación Alpina
Fundación Bancolombia
Fundación Bavaria
Fundación Argos
Fundación Nutresa
Fundación Sura
Fundación Bancolombia
Fundación Natura
Fundación Cemex
Fundación Ecopetrol

Según el informe de índice de inversión social de IISP 2022 de Jaime Arteaga y asociados la inversión social del sector privado aumentó en 5% con respecto al año anterior siendo de 3,6 billones de pesos para el 2022

42% de los proyectos sociales se hacen en alianzas con otros actores privados principalmente desde el sector financiero, la agroindustria y sector de alimentos.

27% de los proyectos sociales que se hacen en alianzas con comunidades vienen de empresas del sector minero energético, cajas de compensación y el sector industrial.

20% de los proyectos sociales se hacen en alianzas con el gobierno especialmente el sector energético y construcción mientras el 5% de los proyectos sociales se hacen en alianzas con la cooperación internacional.

Oferta de servicios

Sector socio privado

3

Acreditaciones y diagnósticos de gestión

Fenalco

- Certificado de responsabilidad social
- **Alianza GRI:** la iniciativa de Reporte Global es el primer estándar mundial para la elaboración de memorias de sostenibilidad de las organizaciones que evalúan su desempeño económico, ambiental y social.

AFE

- **Índice de capacidad organizacional** mediciones y diagnósticos frente a estándares internacionales en temas de gobernanza, rendición de cuentas y manejo de recursos.

Fundación Bolívar Davivienda

- Diagnóstico y evaluación a organizaciones el programa Aflora
- Certificación de organización comprometida con la rendición de cuentas

Se tramita el cuestionario en su totalidad en la plataforma Aflora, y se recibe un ejemplar de informe anual y un sello como reconocimiento a la contribución al sector social que se convierte en un aval.

4

Medición y monitoreo

Andi

Boletín de impactos y proyectos gestionados en el sector social

Jaime Arteaga y Asociados

- **Índice de inversión social de IISP**
Monitor de las actividades de inversión del sector privado en Colombia, que busca ser el referente de buenas prácticas y la adecuada articulación de recursos públicos y privados con destino social.
- **Mapeo estratégico territorial**
Caracterización y gestión de entornos, actores y riesgos de crisis sociales en derechos humanos de los territorios.

Oferta de servicios

Sector socio privado

5

Plan de voluntarios

Fundación Andi

- **Red Territorial de Comités de Voluntariado:** Gestionada a través de empresas como Corona, Pavco, Wavin, Sura, Protección, Nutresa, Noel, Grupo Argos, Cream Helado y Compass .
- Los voluntarios comparten conocimientos en términos de comunicación, mercadeo, comercialización, planeación estratégica, presupuesto, desarrollo de planes de negocio, logística, asuntos legales y administrativos.

Comfama

Mentorías con propósito: Gestionadas en asocio con la FAONG se generan acompañamientos y asesorías por medio del plan de voluntarios de la fundación Sura, Sura asset management, Argos, Haceb, Protección e Interactuar.

Cámara de Comercio de Bogotá

- **Red de Mentoría y Voluntariado:** Mentorías por medio de comités de gerentes y directivos de empresas brindando asesorías a organizaciones por medio de reuniones una vez al mes durante seis meses.

Oferta de servicios

Sector socio privado

6

Eventos y articulación

Cámara de comercio de Bogotá

Plataforma virtual, Negocia: se intercambian servicios y se generan alianzas entre organizaciones socias a la Cámara. Gratuita para socios

Fundación ANDI

Evento Marketplace social:

Evento presencial con rueda de negocios que potencia la articulación de líderes, directivos y emprendedores del sector social. Valores desde \$350.000 por asistente

Fundación Bolívar Davivienda

Conquista social: Evento virtual que busca la sostenibilidad de las organizaciones a través de conferencias de expertos nacionales e internacionales. Gratuita

Comfama y la FAONG

- Mesas poblacionales temáticas
- Agenda social para la puesta de objetivos comunes como sector
- Ruedas de negocios sociales
- **Misiones Internacionales y nacionales gerencia social:** Experiencias de aprendizajes orientadas a conectar a los líderes con visitas empresariales u organizaciones sociales referentes a nivel internacional por medio de intercambio de experiencias, talleres, articulación y mentorías. 2.740 EUROS

RECON Y Fundación Éxito

SESC22 Summit de emprendimiento Social : dirigido a organizaciones y emprendedores sociales en torno al intercambio de experiencias de expertos. Gratuita

Oferta de servicios

Sector público

1

Capacitación y formación

Secretaría de participación ciudadana Medellín

- **Capacitaciones y formación:** Talleres y asesorías uno a uno en fortalecimiento según lo requiera la organización y/o el diagnóstico del territorio donde se encuentre. Gratuito
- **TERRITORIO WEB:** Capacitaciones y webinars enfocadas a organizaciones sociales por medio del aplicativo web Gratuito

Gratuito

Secretaría de participación ciudadana Bogotá el IDEPAC Y Universidad Nacional

- Diplomados enfocados en fortalecer a organizaciones sociales en comunicación y negociación desde la perspectiva del reconocimiento y la diferencia por medio de cursos gratuitos y virtuales.

Trabajo en equipo y nuevos liderazgos.
Diplomado interétnico
Participación activa en la resolución de conflictos.

Construcción de paz con enfoque
Alianzas y redes
Formulación de proyectos de interés público

Gratuito

Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín (ACI)

- Ciclo formativos en capacidades para la generación de alianzas con cooperación internacional por medio de sesiones virtuales y presenciales gratuitas
- Identificación y socialización de convocatorias de cooperación internacional
- Asesoría en el proceso de formulación y postulación
- Oportunidades y gestión de información
- Lenguaje de cooperación, formulación de proyectos y consideraciones presupuestarias

Gratuito

Oferta de servicios

Sector público

1 Capacitación y convocatorias

Agencia presidencial de cooperación internacional de Colombia APC

-Portal Ciclope

Cíclope es el sistema de información que unifica la información sobre la cooperación no reembolsable.

A través del portal web de la Agencia se puede acceder a un directorio de cursos gratuitos en modalidades, presenciales, virtuales y semipresenciales ofrecidos por diferentes fundaciones y cooperantes internacionales de forma gratuita.

A través del portal se puede filtrar y acceder a los sitios web externos por características como:

- Organización oferente
- Modalidad
- Temática del curso
- Pueden encontrarse en inglés y en español

Gratuito

Oferta de servicios

Sector público

2

Inversión de capital

Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal: IDPAC -Bogotá

Fondo Chikaná

A través de convocatorias en tiempos determinados se entregan incentivos de fortalecimiento acompañados de procesos de formación, asesorías técnicas y kits de tecnología.

Gobierno Nacional y SENA

Fondo emprender

Es una Cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, y pueden participar organizaciones con ideas productivas que tengan más de 90 horas en ciclos formativos con el SENA y pertenezcan a poblaciones vulnerables.

Secretaría de participación ciudadana Medellín

Presupuesto participativo

Recursos priorizados por cada comuna de la ciudad donde se designan una cantidad específica al fortalecimiento de proyectos de organizaciones sociales dentro de la comuna.

Departamento de Prosperidad Social

Emprendimiento Colectivo

Participan organizaciones de tipo comunitario, asociaciones de campesinos o de productores. Se les provee acompañamiento para evaluar aspectos administrativos, productivos y comerciales. Con un plan de mejoramiento, para cuya ejecución el programa provee recursos hasta por 30 millones de pesos.

Oferta de servicios

Sector público

3

Caracterización, seguimiento y monitoreo

Secretaria de participación ciudadana Medellín

Aplicación web ARCO: Aplicación interna con la cual la alcaldía ha caracterizado y diagnosticado frente a necesidades y brechas a cerca de 3.200 organizaciones de la ciudad.

DANE Y CCONG

- **Reporte estadístico:** Aporte del sector social a los ODS
- **Monitoreo y seguimiento al cumplimiento de los ODS en Colombia,** incluye además cifras internas del sistema de rendición de rendición Pública Social de Cuentas.

Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal: IDPAC Bogotá

Directorio de caracterización de organizaciones sociales: Ha sido alimentado a través de la inscripción a convocatorias y ciclos de capacitación buscando identificar sus líneas de trabajo y necesidades.



Oferta de servicios

Sector público

3

Caracterización, seguimiento y monitoreo

Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia APC

-**Portal Cíclope** : A través del portal de la agencia se puede generar:

- **Registro de ESAL y registro de proyectos y mapa de cooperación** donde por medio del registro como persona natural o persona jurídica se puede acceder de forma abierta y gratuita al listado de cooperantes internacionales, convocatorias por temáticas, montos y generar un registro del tipo de organización para acceder a recursos de cooperación no reembolsable.

***El mapa de cooperación ya no permite el acceso a través del sitio web** pero el portal permite el acceso a listado de convocatorias por temáticas.

Oferta de servicios

Sector social y academia

1

Capacitación y formación

CCONG

Cursos y asesorías en fortalecimiento de capacidades que requieran las organizaciones como gobierno corporativo, gestión administrativa, legal, alianzas estratégicas de políticas públicas y agendas regionales y nacionales. **(Presenciales gratuitas para socios)**

AFE

Cursos de fortalecimiento a las organizaciones socias basados en el índice de medición de capacidad organizacional y se fortalece las principales falencias según el índice. **(Gratuitas para socios)**

FAONG

- **La agenda de fortalecimiento social para socios:** Se desarrollan estrategias de fortalecimiento, el impacto social, cooperación internacional, salud mental, alianzas estratégicas. **(Presenciales gratuitas para socios)**
- **Mentorías con impacto social para socios:** Fundación Sura, Fundación Haceb, Interactuar, Sura Asset Management, Protección con las cuales se ofrecen ciclos de capacitación en temas organizacionales, administrativos y de gestión de las organizaciones. **(Gratuitas para socios)**

Innpactia:

Acceso a rutas de capacitaciones, cursos online con asesores especializados en:

- Administración y contabilidad
- Planeación estratégica
- Diseño y formulación de proyectos
- Recaudación de fondos
- Emprendimiento
- Monitoreo y evaluación de proyectos
- Jurídico/ legal
- Impacto
- Comunicación, marketing y diseño
- Gobernanza

Oferta de servicios

Sector social y academia

1

Capacitación y formación

Colnodo:

Escuela Colnodo

- Diseño de currículos específicos
- Charlas de sensibilización y prácticas
- Talleres iniciales de seguridad digital, con una intensidad de 4 horas.

Proceso Formativo: Dirigido al mejoramiento de prácticas organizacionales

Confecoop:

Plataforma educacoop:

Enfocado en ofrecer cursos dirigidos al sector solidario. Una plataforma e-learning donde certifican automáticamente a asociaciones en Cooperativismo Básico y Gestión Económica. **Gratuita para asociados**

Makaia:

- **Plataforma Nodoka:**
Plataforma en la nube, adaptada a las necesidades administrativas, de gestión, colaboración y conocimiento en
 - Formación para el impacto: talleres y cursos para la movilización de recursos.
 - Identificación y análisis de oportunidades.

Compartamos por Colombia:

Formación para el fortalecimiento de capacidades por medio de ciclos de capacitación:

- Gestión organizacional
- Asuntos administrativos
- Sostenibilidad financiera
- Medición de resultados

Valores entre 1 millón y 5 millones anuales

Fundación Saldarriaga Concha

Capacitación y formación en habilidades socio emocionales para secretarías de salud y organizaciones educativas.

Escuela nacional sindical

Capacitación y formación a promotores sindicales en herramientas de comunicación pública y sindical

Corporación Podion:

Capacitaciones en planificación, medición y monitoreo

- Mecanismos de toma de decisión
- Metodologías de trabajo y construcción de saberes (sistematización)
- Herramientas organizacionales

Interactuar

- **Línea de filantropía apalancada a la escuela empresarial**
- **ciclos de formación en:**
 - Ideación y creación
 - Fortalecimiento y aceleración empresarial

Oferta de servicios

Sector social y academia

1

Capacitación y formación

EAFIT Social y alcaldía de Medellín

- Proceso formativos presenciales
- Proyección organizacional para el desarrollo de capacidades de gestión de recursos para el trabajo comunitario.
- Estrategia comunicacional para la proyección organizacional.
- Construcción de Escenarios de Gestión: mecanismos de generación de medios económicos para su fortalecimiento; promocionado los espacios para la difusión, articulación e integración

Alianza Social (Programa Alianza Social Uniandina ASU)

- Capacitaciones metodológicas para la planeación, ejecución y evaluación de proyectos.
- La consecución y administración de recursos para la auto-sostenibilidad y el mejoramiento de su gestión institucional. (Presencial gratuita por medio de voluntarios)

Fundación universitaria Minuto de Dios

- **Centro de educación para el desarrollo:** Formación en prácticas sociales, en trabajo con academia, territorios y organizaciones sociales.

Oferta de servicios

Sector social y academia

2

Inversión de capital

Fundaciones de segundo piso familiares

Fundaciones de segundo piso empresariales

Campañas autogestionadas de fundraising

Donar online Global giving VAKI

Unidades productivas y autogestión

Los fondos son obtenidos y gestionados dependiendo de necesidades sociales a un nivel sistémico que deseen cubrir las fundaciones de acuerdo a sus core de negocio o líneas estratégicas, se realizan alianzas en los territorios para ejecutar proyectos de impacto generando resultados a mayor escala por tiempos definidos.

Herramientas digitales para recibir y procesar donaciones únicas o recurrentes de forma segura, agilizando sus procesos de recaudación de fondos colectivos donde se retiene entre el 5-12% por un fee de sostenimiento.

La autogestión de recursos por medio de alianzas momentáneas, conocidos, personas cercanas, voluntarios y unidades productivas como la venta de productos gráficos, alquiler de espacios, rifas.

Oferta de servicios

Sector social y academia

3

Acceso a convocatorias y sugerencias de convocatorias y financiación

Innpactia

- **Plataforma digital Innpactia:**
Facilita el acceso a convocatorias de donantes de todo tipo por modalidades de subvenciones, préstamos blandos y donaciones de impacto.
- **Rutas impactia :** Asesora a las organizaciones uno a uno para la presentación de un proyecto que facilite el presentarse a la convocatoria. (USD 999)

Makaia

- **Agenda de cooperación internacional:** Acompañamiento a las organizaciones sociales a acceder y tener rutas de financiamiento internacional
- **Acompañamiento en relacionamiento:** Acompañamiento a organizaciones sociales, proyectos de desarrollo con aliados multilaterales.
- **Identificación y análisis de oportunidades de movilización de recursos:**
Se identifican organizaciones y redes (fondos, trusts, endowments, gobiernos, organizaciones multilaterales, ONG) para la inversión. (Desde 70.000-120.000 pesos mensuales)

4

Acceso a plataformas digitales para la gestión organizacional y operativa

IMMAP:

Licencias de programas de ARCGIS:

Se acompaña de manejo de datos para la protección, Introducción al manejo de datos en contextos humanitarios, recolección de información primaria. Gratuita

Makaia:

- Plataforma Nodoká
- Donaciones de licencias de software
- Modelos de gestión documental
- Soluciones de trabajo en la nube

Colnodo:

Desarrollo de sitios web y plataformas digitales
Al servicio del sector social, además implementan acompañamientos en alfabetización y seguridad digital.

Programas de inversión de capital: bonos sociales (BIS)

Departamento de Prosperidad Social, BID-FOMIN y la Cooperación Económica del Gobierno de Suiza como financiadores de resultados

- Fundación Corona, Fundación Bolívar Davivienda y Fundación Mario Santo Domingo **como inversionistas**
- Fundaciones Carvajal, Kuepa, Volver a la Gente y Colombia Incluyente como **operadores para la empleabilidad** de población vulnerable

Estos bonos son alternativa de financiación a los programas sociales que buscan generar impactos sociales en los territorios buscando generar mayor flexibilidad y cooperación en las responsabilidades de financiación, rentabilidad, ejecución y operatividad.



*Información suministrada a través de entrevistas a expertos y organizaciones sociales

Articulaciones de emprendimientos sociales en torno al pensamiento sistémico

Co creando futuros emergentes Waving Lab

- Liderado por la Fundación TAAP y Colombia Cuida Colombia

Evento en el cual participaron más de 100 participantes del sector social, empresarial y medios de comunicación del país buscando la construcción de aprendizajes frente a conceptos sobre cómo tejer para el cambio sistémico y sobre la importancia de generar entornos colaborativos para el bienestar con foco el sector social

***Se realizó la primera versión este año en Bogotá**



*Información suministrada a través de entrevistas a expertos y organizaciones sociales

Programa Gerencia social, innovación y desarrollo para el XXI

Reuniones alrededor de la conversación cada semana con el objetivo de reflexionar sobre los cambios y retos alrededor del sector social en el mundo actual a través de mesas temáticas.

La invitación se realiza de forma abierta a todas las organizaciones que quieran participar.

Gestionado por:

Corporación Antioquia Presente
Oleoductos de Colombia

Participantes activos

- Gerencia social COMFAMA
- Fundación Viva Air
- Fundación Éxito
- Gerencia social UPB



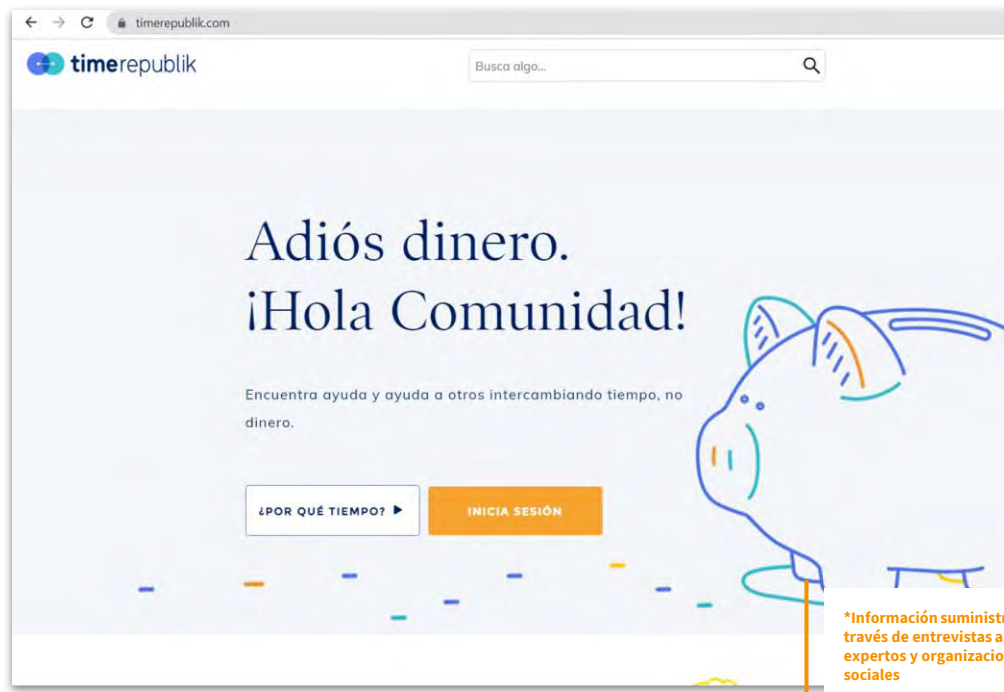
*Información suministrada a través de entrevistas a expertos y organizaciones sociales

Plataforma digital de banco de tiempo Timerepublik

Liderado por Corporación Contigo Colombia y financiado por Cooperación internacional Suiza

Plataforma digital donde se intercambian acciones voluntarias en temáticas desde servicios profesionales hasta acciones en comunidad a través de time coins.

A través de la plataforma muchas organizaciones sociales crean comunidades y buscan donaciones en tiempos para causas específicas, la red permite conectar todo tipo usuarios y organizaciones a nivel mundial.



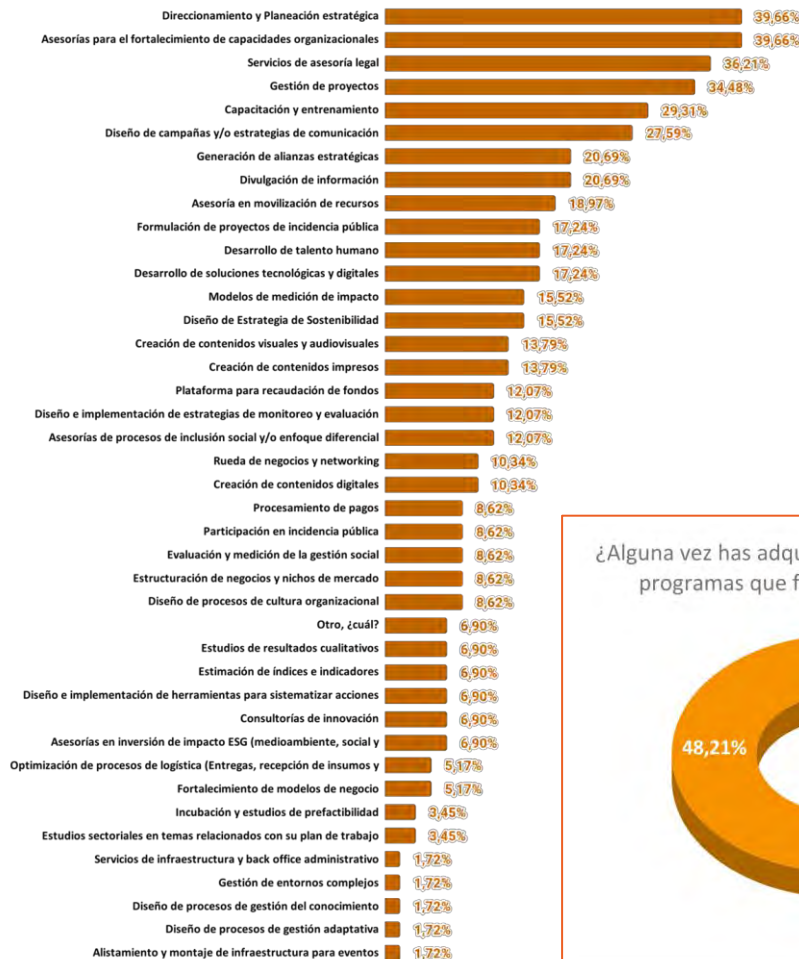
*Información suministrada a través de entrevistas a expertos y organizaciones sociales

Capítulo 2

Demanda



De los siguientes servicios, ¿cuáles has adquirido para fortalecer tu organización? (totales)

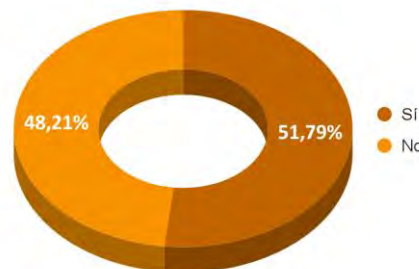


Servicios adquiridos

Las organizaciones suelen adquirir servicios cuando ven la necesidad puntual en su organización por lo que no tienen una frecuencia definida.

Servicios enfocados en temas administrativos y legales que permitan el direccionamiento a través de metas y objetivos estructurados que guíen a la organización a largo plazo son los más adquiridos.

¿Alguna vez has adquirido servicios o hecho parte de programas que fortalezcan tu organización?

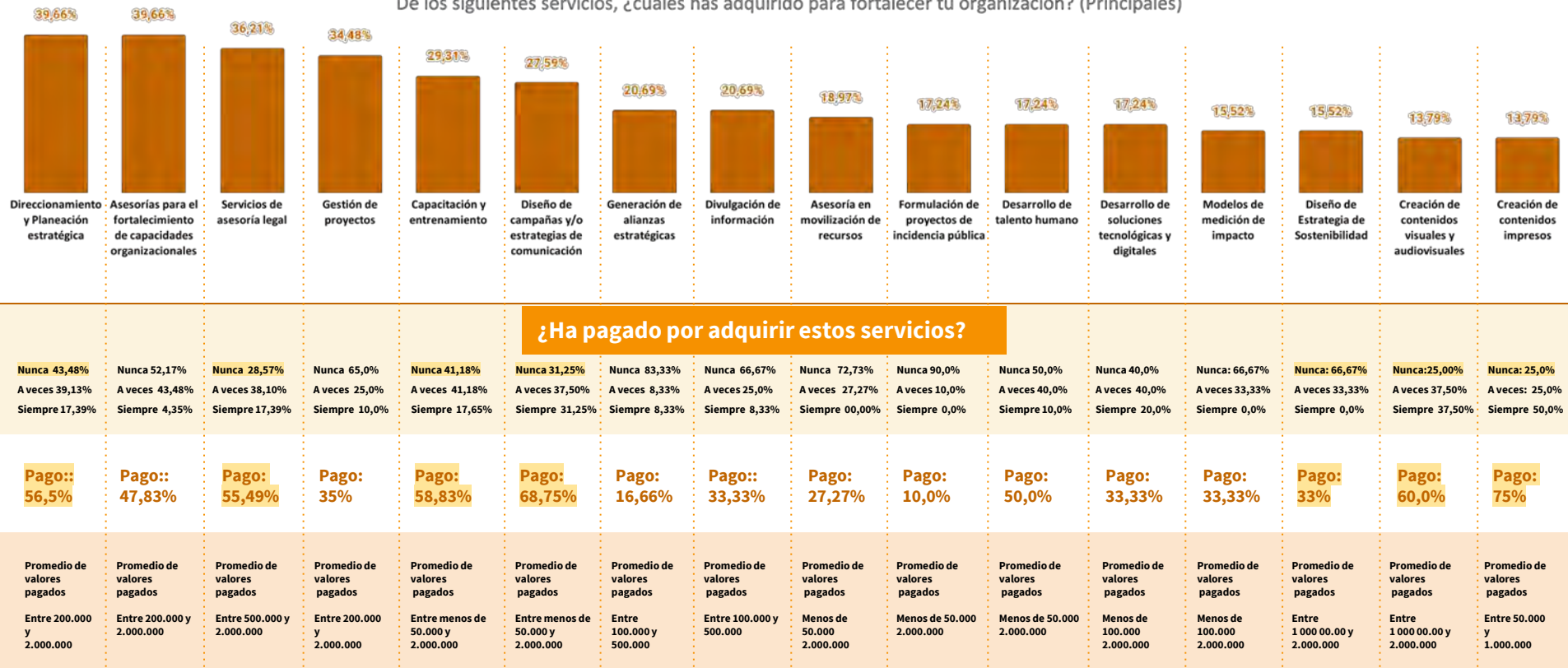


“Desde el punto de vista técnico y humano se quisiera toda la experiencia que tienen las organizaciones por ejemplo en temas contables, en temas del PI, todo el plan estratégico de tecnología, temas asociados a todo el tema de seguridad y salud en el trabajo...capacidades técnicas que sumarían muchísimo”
Fundación FAN



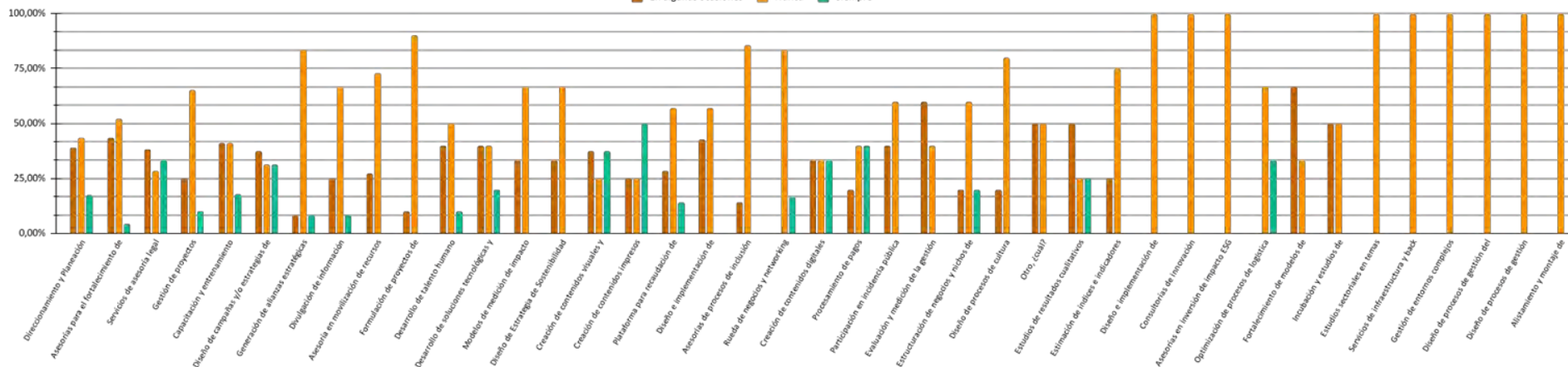
Principales servicios adquiridos y frecuencia de pago

De los siguientes servicios, ¿cuáles has adquirido para fortalecer tu organización? (Principales)



¿Has pagado por estos servicios?

■ En algunas ocasiones ■ Nunca ■ Siempre



Servicios donde casi siempre hay un pago por adquisición:

Estrategias de sostenibilidad

Fortalecimiento de modelos de negocios

Estudio de resultados cualitativos

Incubación y prefactibilidad

Direccionamiento y planeación

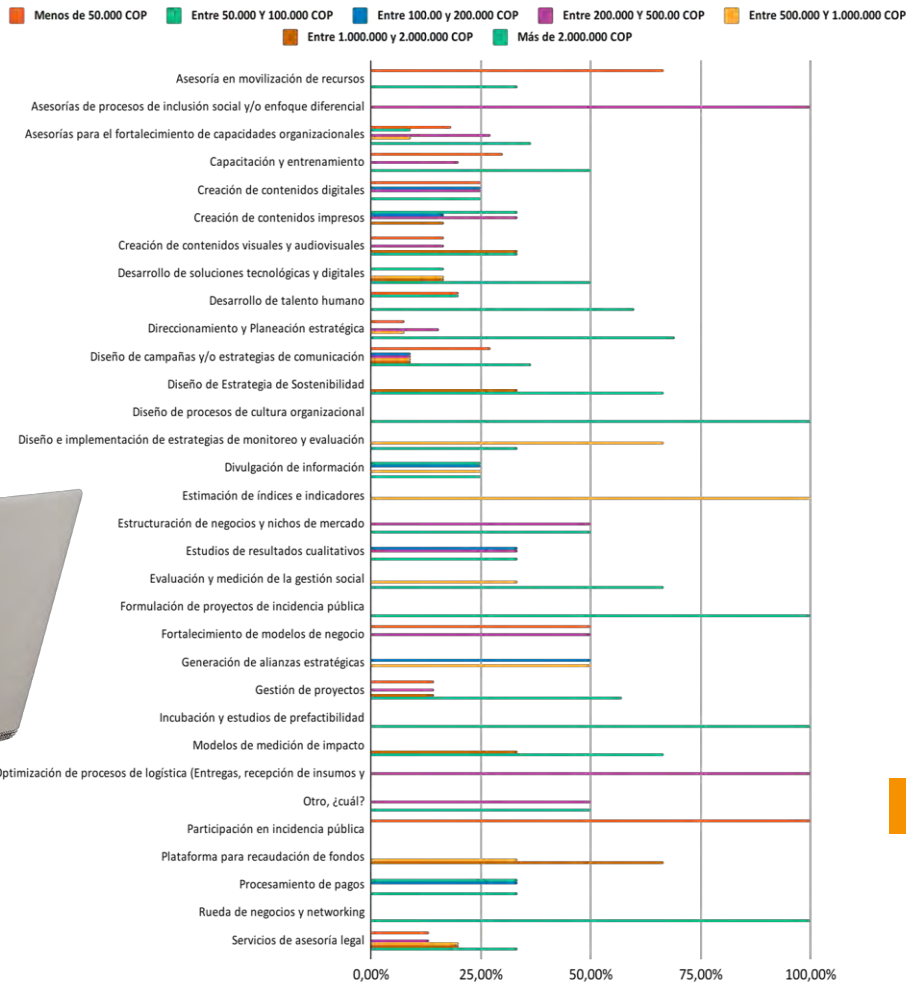
Servicios Legales

Estrategias de comunicaciones, impresos y audiovisuales

Capacitación

La primera opción de las organizaciones no siempre es el pago por un servicio requerido, primero se buscan alianzas, subvenciones o voluntarios con quienes pudieran cubrirlo.

¿En promedio cuánto has pagado por estos servicios?



*Datos de encuesta a 112 organizaciones sociales

Servicios de mayor y menor valor con pago por adquisición

*Datos de encuesta a 112 organizaciones sociales

1

- Asesoría de movilización de recursos
- Participación para la incidencia
- Menor valor

2

Mayor valor

- Asesoría legal
- Rueda de negocios y networking
- Plataforma de recaudación de negocios
- Medición de impactos
- Incubación y estudios de prefactibilidad
- Gestión de proyectos
- Formulación de proyectos para la incidencia pública
- Medición de gestión
- Estrategia de sostenibilidad
- Diseño de campañas comunicacionales
- Soluciones tecnológicas
- Direccionamiento y planificación

Servicios adquiridos con frecuencias definidas

Semestralmente

	Estudios sectoriales relacionados con el plan de trabajo	100%
	Gestión de entornos complejos	42,86%
	Plataforma de recaudación de fondos	100%
	Servicios de infraestructura y backoffice	100%

Mensualmente

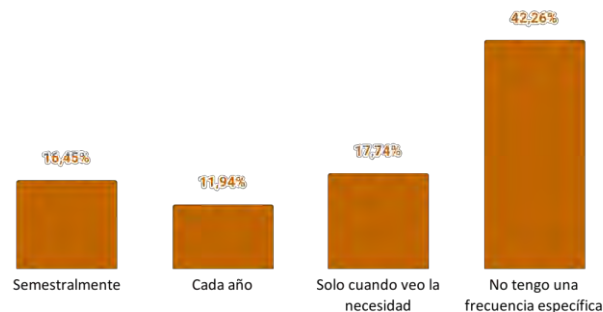
	Creación de contenidos digitales	33,33%
	Procesamiento de pagos	50%

Cada año

	Alistamiento y montaje de infraestructura de eventos	100%
	Consultorios de innovación	100%
	Rueda de negocios y networking	33,33%

Si bien son los servicios más constantes en su uso son los que menos organizaciones suelen adquirir.

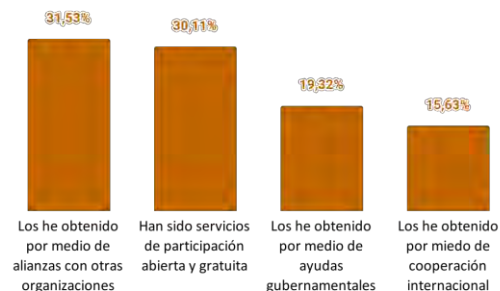
¿Con qué frecuencia sueles adquirir o participar de este tipo de servicios? (General)



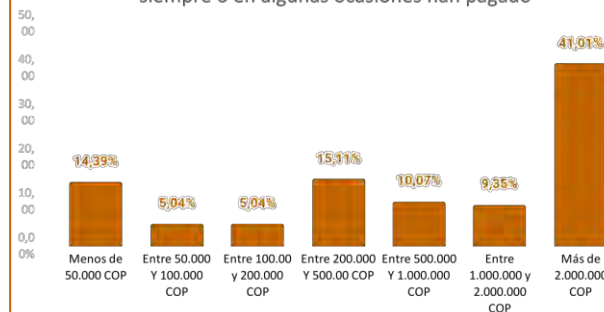
Frecuencia de consumo indefinida pero de costos altos

Si bien las organizaciones no suelen pagar por servicios de fortalecimiento con una frecuencia específica, cuando lo hacen, suelen pagar altos precios ellos.

¿Por qué nunca has pagado por estos servicios? (General)



Promedio general de pago por servicios de las organizaciones que siempre o en algunas ocasiones han pagado

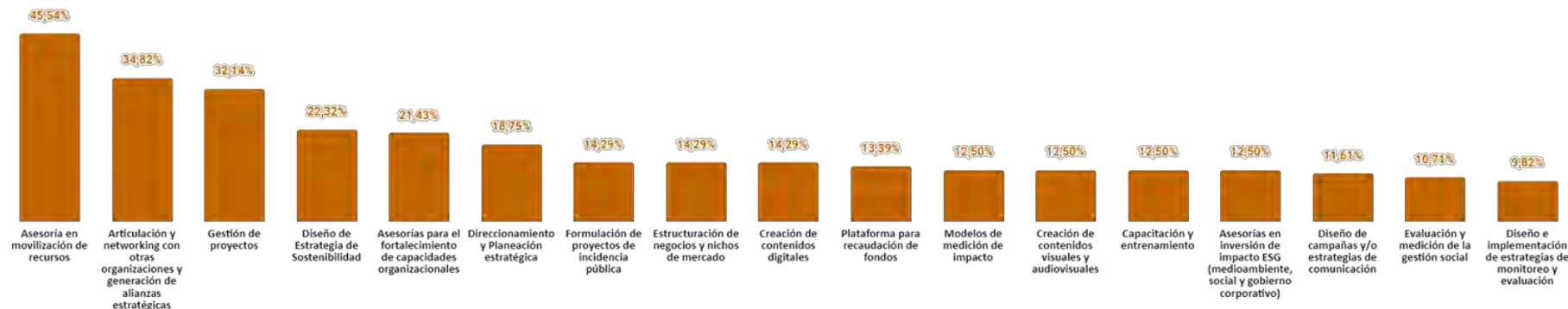


Disposición de pago y demanda potencial

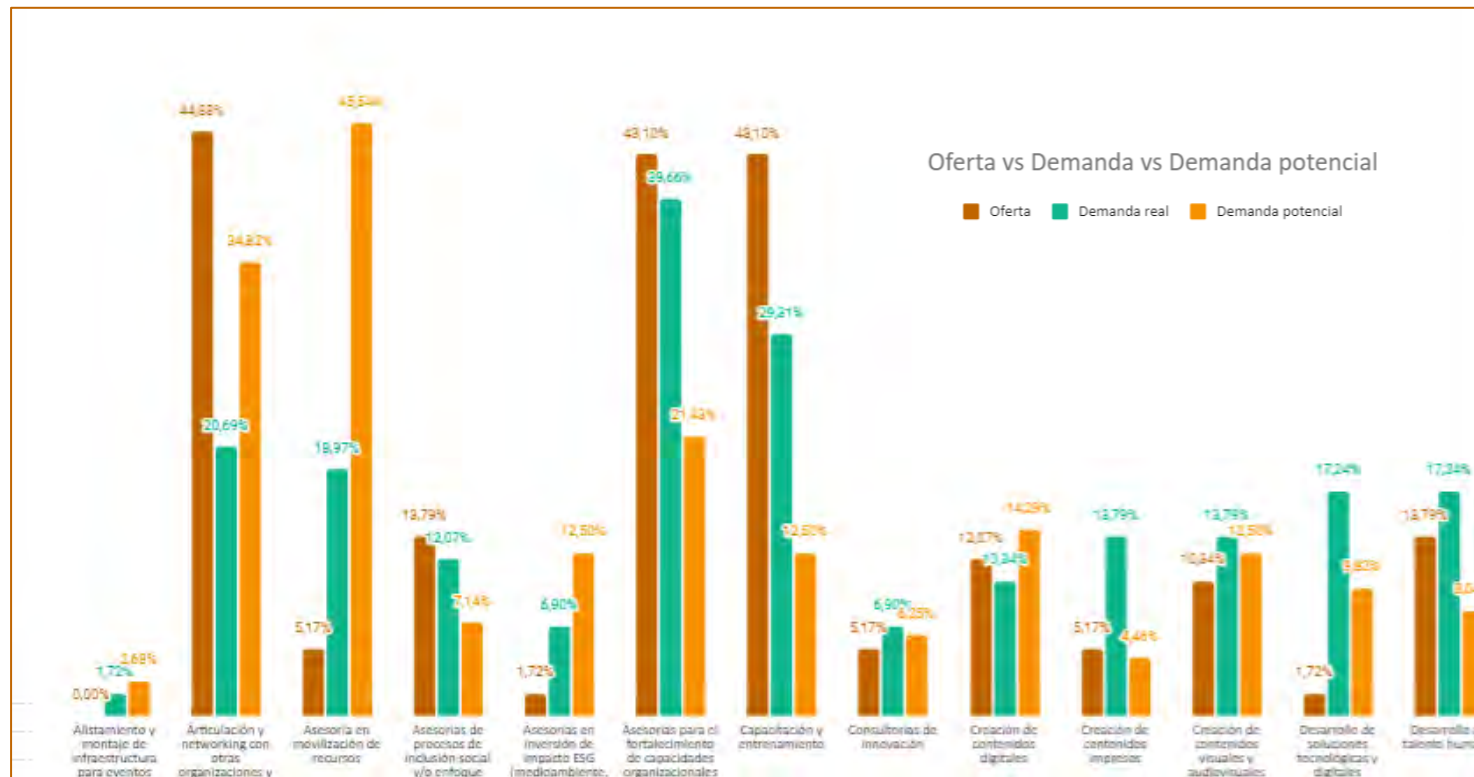
No necesariamente los servicios que actualmente adquieren hoy las organizaciones son los que consideran los más importantes y por los que pagarían.

Servicios y **asesorías en sostenibilidad, gestión de proyectos y planeación estratégica** son servicios por los que se suele pagar y en valores altos mientras que asesorías en movilización de recursos sigue apareciendo como el de mayor importancia pero por el que no suele pagarse y cuando se hace se realizan pagos no tan altos.

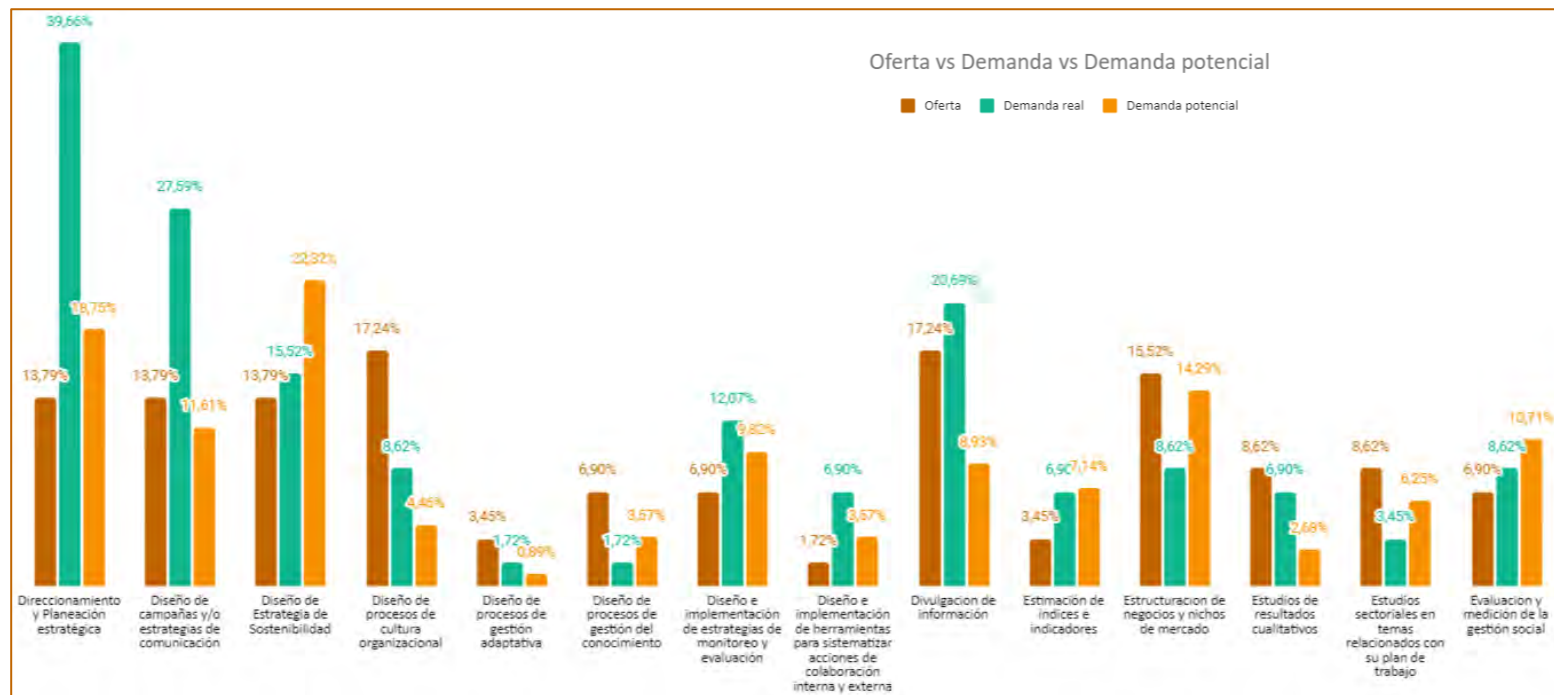
De los siguientes servicios, ¿cuáles consideras que son los más importantes para fortalecer tu organización y por los que estarías dispuesto a pagar? (Principales)



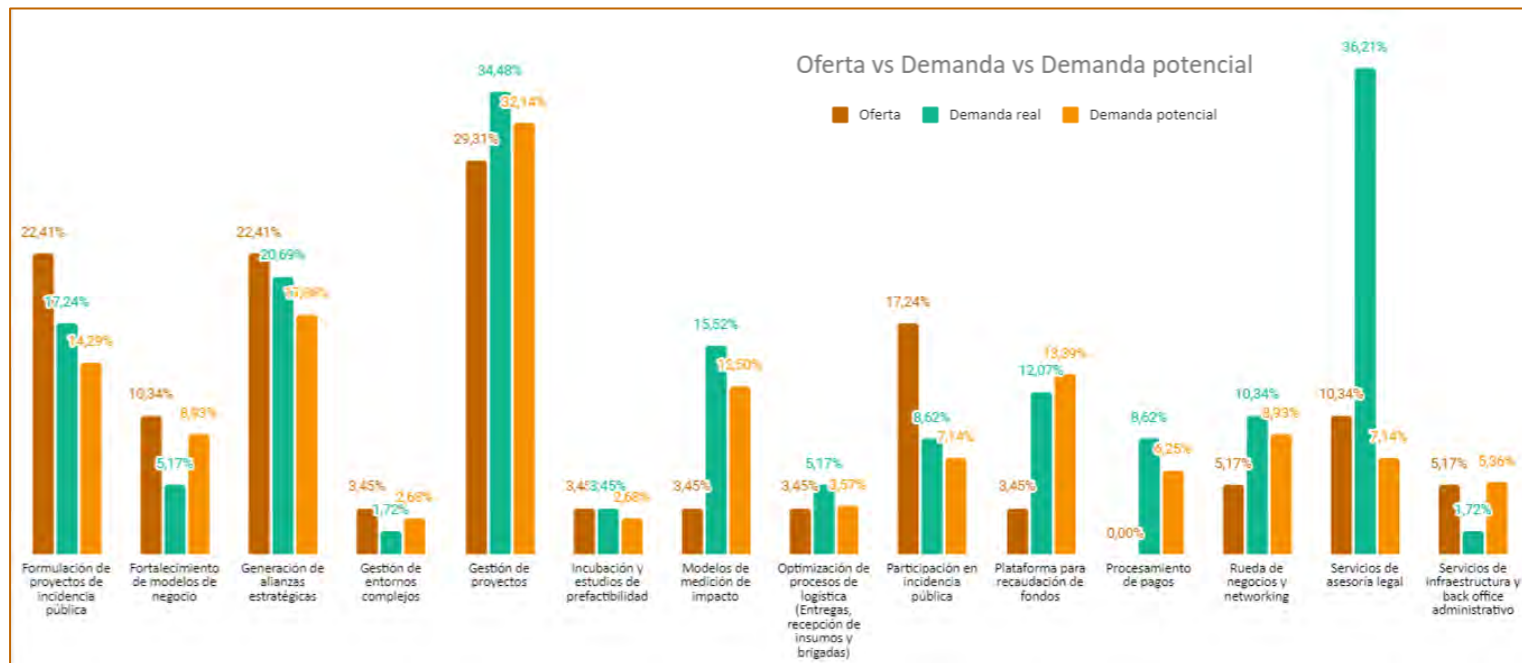
Oferta y demanda real y potencial



Oferta y demanda real y potencial



Oferta y demanda real y potencial



Servicios donde la oferta actual es mayor a la demanda real y potencial

Generación de alianzas estratégicas

Capacitación y formación

Procesos de cultura organizacional

Procesos de gestión adaptativa



Estructuración de negocios y nichos de mercado

Participación para la incidencia

Estudios de resultados cualitativos

Formulación de proyectos para la incidencia

Fortalecimiento de modelos de negocio

Servicios donde la oferta actual es insuficiente para la demanda potencial y real

Movilización de recursos

Estrategias de sostenibilidad

Movilización de inversión de impactos

Montaje logístico de eventos

Consultorías en innovación

Asesorías legales

Contenidos impresos, audiovisuales y digitales

Estrategias de monitoreo y evaluación



Campañas de estrategias comunicacionales

Desarrollo del talento humano

Divulgación de la información

Estimación de índices e indicadores

Gestión de proyectos

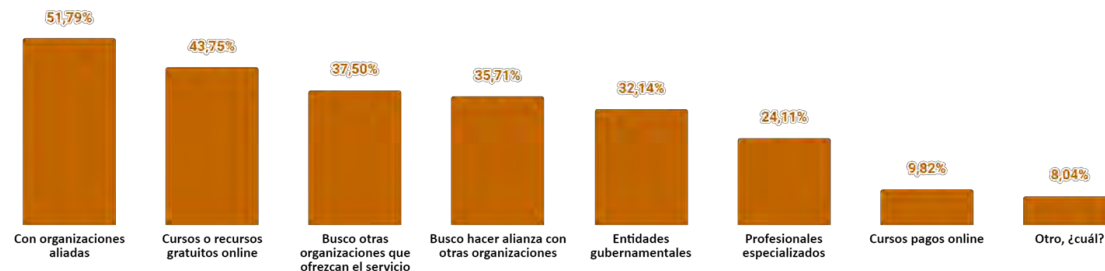
Plataformas de recaudación de fondos

Procesamientos de pago

Ruedas de negocios

Lugares de obtención de servicios

Cuando necesitas adquirir este tipo de servicios, ¿dónde suelen buscarlos?



Las modalidades de pago flexibles y los altos costos de los servicios son la razón por la cual para las organizaciones pagar por servicios especializados no es la primera opción y recurren a organizaciones cercanas, generar alianzas y recursos autogestionados.

Principales dificultades para la adquisición de estos servicios



78,57%

Alto costo y dificultad para la financiación



29,46%

No contar con recursos humanos para recibirlos



22,32%

No sabemos donde encontrar este tipo de servicios



20,54%

No contar con estructura tecnológica para recibirlos



17,86%

Falta de tiempo para su realización



16,96%

No contar con infraestructura física para recibirlos



5,36%

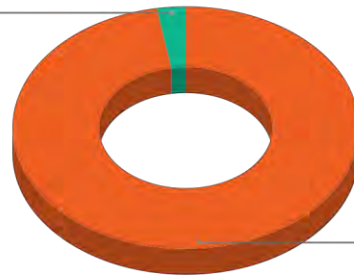
No hemos tenido ninguna dificultad para adquirir este tipo de servicios

Predomina el interés pero no la disposición de pago

Si bien la gran mayoría de las organizaciones manifiestan interés en el Hub, la proporción de quienes estarían dispuestas a pagar por pertenecer es mucho menor. Las organizaciones manifiestan poder identificar primero el valor a corto plazo que tendría para ellas y la flexibilidad de pagos a su realidad y necesidades puntuales.

¿Te interesaría participar o ser parte de este HUB que fortalezca a tu organización?

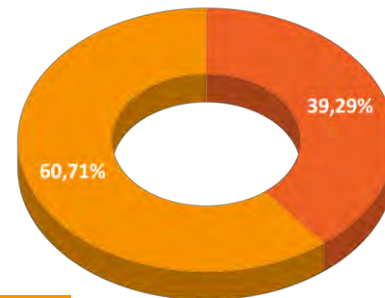
No
2,7%



Sí
97,3%

*Datos de encuesta a 112 organizaciones sociales

¿Pagarías por ser parte de algo así?



● Sí
● No

¿Pagarías por ser parte de algo de un Hub? - Sector

■ Sí ■ No

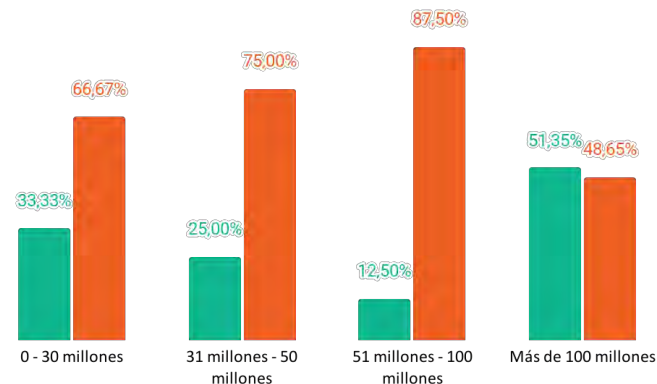


Quienes estarían más dispuestos a pagar por ser parte del Hub son organizaciones que operan con presupuestos de más de 100 millones anuales y de tamaño mediano con más de 50 trabajadores, principalmente de sectores de:

- Salud
- Educación
- Agropecuarios
- Manufacturas y comercio
- Explotación de minas

¿Pagarías por ser parte de algo de un Hub? - Presupuesto

■ Sí ■ No

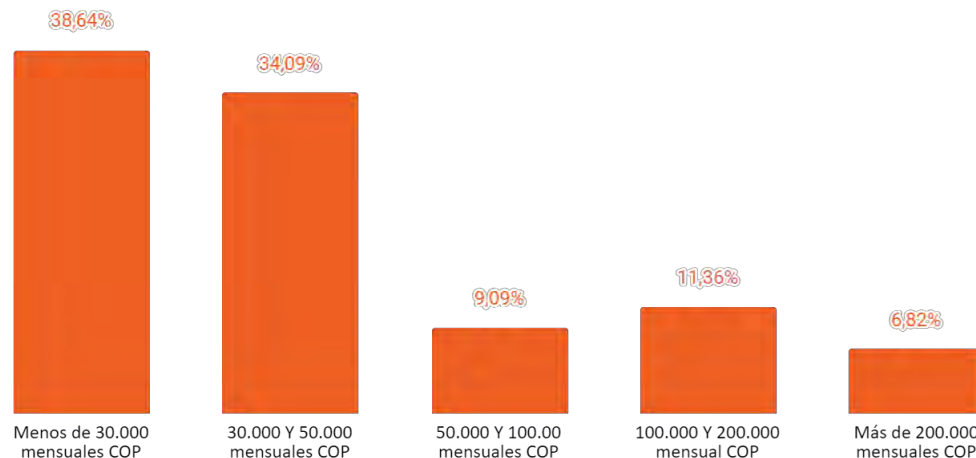


*Datos de encuesta a 112 organizaciones sociales

Flexibilidad y financiamiento: claves para la disposición de pagos

Las organizaciones dispuestas a pagar por un uso frecuente del Hub invertirían alrededor de 360.000 y 600.000 anuales, buscando siempre flexibilidad y adaptación de servicios de acuerdo a la frecuencia que requiera y a sus necesidades.

¿En promedio en qué rango estaría dispuesta tu organización a pagar por estos servicios?

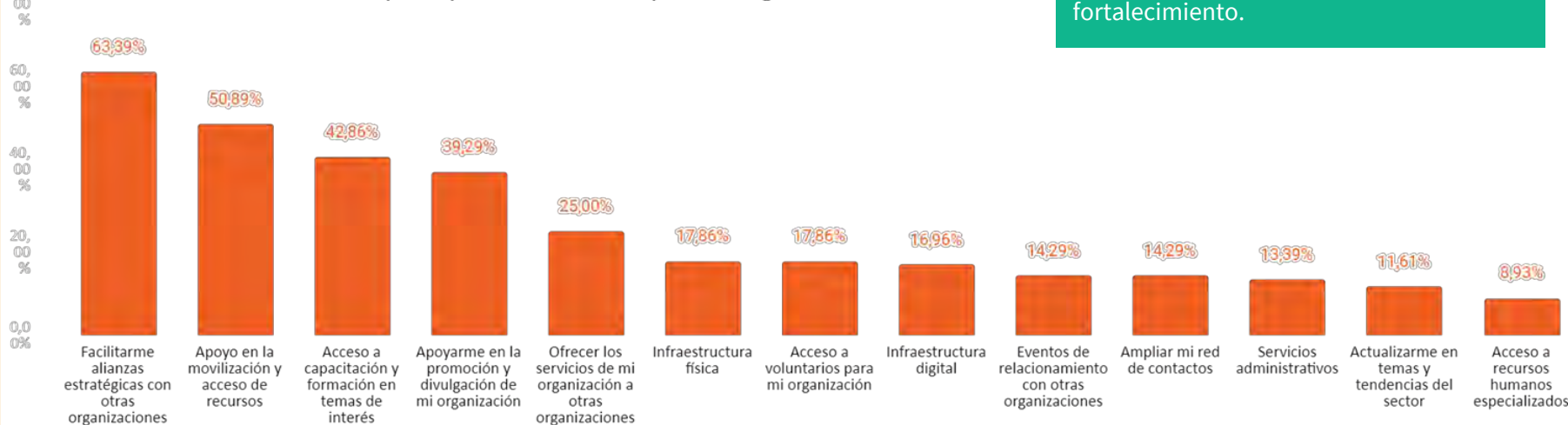


*Datos de encuesta a 112 organizaciones sociales

Alianzas estratégicas y sostenibilidad: motivadores para pertenecer al Hub

El Hub debe ser un articulador del ecosistema, que permita las alianzas estratégicas entre sectores y organizaciones facilitando la promoción, visibilización de los servicios, propuestas de valor y su capacitación y fortalecimiento.

¿Qué debería brindarte este Hub para que sea de interés para tu organización?

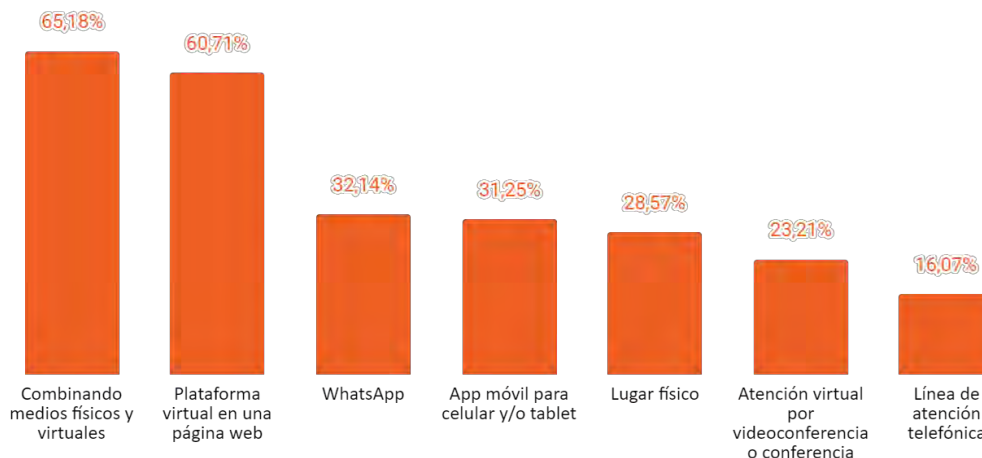


*Datos de encuesta a 112 organizaciones sociales

Mixtura de experiencias, servicios físicos y digitales: medios de mayor interés para el hub

Si bien el hub debe poder contar con una plataforma virtual como facilitador de visibilización y acceso, debe poder dinamizar experiencias y encuentros presenciales que articulen el ecosistema entre organizaciones y sectores que fortalezcan la confianza.

¿En qué tipo de medio te gustaría que estuvieran los servicios de este HUB o plataforma?



¡Gracias!