

**Anexo 0. Evidencia correo electrónico y
respuesta**

Anexo 0. Evidencia correo electrónico y
respuesta



DIRECCION SECCIONAL CALDAS <direccioncaldas@fenalco.com.co>

Fwd: Información cumplimiento actividades Sello Hecho en Manizales

3 mensajes

Juan Harvey Montoya Henao <jhmontoya22@gmail.com>

5 de diciembre de 2024, 19:22

Para: DIRECCION SECCIONAL CALDAS <direccioncaldas@fenalco.com.co>

----- Forwarded message -----

De: **SECCIONAL CALDAS PROYECTOS GREMIALES** <proyectosgremialescaldas@fenalco.com.co>

Date: jue, 5 dic 2024 a las 16:12

Subject: Información cumplimiento actividades Sello Hecho en Manizales

To: DIRECCION SECCIONAL CALDAS <direccioncaldas@fenalco.com.co>

Cc: Juan Harvey Montoya Henao <jhmontoya22@gmail.com>

Actualmente tenemos suscrito el convenio: No 2409101033 cuyo objeto es "AUNAR ESFUERZOS TÉCNICOS, ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS PARA EL FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL Y COMERCIAL A TRAVÉS DE LA REALIZACIÓN DEL PROGRAMA "HECHO EN MANIZALES" Y LA PARTICIPACIÓN EN LA FERIA INTERNACIONAL EMPRESARIAL DEL COMERCIO DETALLE O MINORISTA Y PROVEEDORES". Sobre el referente se vienen desarrollando todas las actividades específicas necesarias para el cumplimiento del mismo, que contempla un plazo de ejecución hasta el 15 de diciembre de 2024.

En la cláusula segunda, actividad No 3 de la Federación Nacional de Comerciantes –Fenalco Seccional Caldas del convenio, se referencia lo siguiente:

"3. Aunar esfuerzos para lograr presentar la solicitud a la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), para el registro del Sello "Hecho en Manizales"

Sobre la anterior actividad ya se cuenta con los documentos proyectados necesarios para la radicación ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), uno de los documentos requeridos es la "Delegatura para la propiedad industrial formulario para otorgar poder al abogado en los trámites de propiedad industrial"

El pasado 8 de noviembre se envió a su secretaría el poder que debe firmar el señor alcalde para radicar los documento ante la superintendencia de Industria y Comercio con el fin de registrar la marca bajo la modalidad de "Certificada", al día de hoy, estamos a la espera de la firma de dicho poder para el cumplimiento de la obligación.

Vemos con preocupación esta situación porque se ha llevado un proceso de análisis y documental riguroso para obtener la marca certificada, y no queremos entrar en incumplimientos por factores externos a nosotros como lo es la firma de un documento.

Por otro lado, el resultado de la entrega de reconocimientos de Sellos HECHO EN MANIZALES para e los empresarios No se ha podido realizar debido a que no se ha definido una fecha por parte de la alcaldía para realizar la actividad, aclarando que ya están los 86 reconocimientos listos para la entrega a los empresarios que cumplieron con las condiciones habilitantes.

**Marcela Medina García**

Coordinadora de Proyectos

Fenalco Seccional Caldas

Calle 56 #24-25 Barrio Belén

Teléfono: 606 8814033 Ext. 120

Celular: 3157776014

proyectosgremialescaldas@fenalco.com.co

www.fenalcocaldas.com

Política de Tratamiento de datos personales

CONFIDENCIALIDAD: Este mensaje es confidencial y está dirigido exclusivamente a su destinatario. No está permitida cualquier publicación o uso no autorizado del mismo. Si este mensaje es recibido por error, favor avisenos inmediatamente devolviéndolo y borrando el mensaje. Gracias

CONFIDENTIALITY: This message is confidential and is intended for the addressee only. Unauthorized disclosure or use thereof is not permitted. If this message is received in error, please advise us immediately by return-email and delete the original message. Thank

you.

DIRECCION SECCIONAL CALDAS <direccioncaldas@fenalco.com.co>

5 de diciembre de 2024, 19:33

Para: Santiago Giraldo Llano <santiago.giraldo@manizales.gov.co>, Paula Andrea Sanchez Giraldo <paula.sanchez@manizales.gov.co>

Cc: SECCIONAL CALDAS FOMENTO <fomentoempresarialcaldas@fenalco.com.co>

Buenas noches Dr. Santiago.

Actualmente tenemos suscrito el convenio: No 2409101033 cuyo objeto es "AUNAR ESFUERZOS TÉCNICOS, ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS PARA EL FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL Y COMERCIAL A TRAVÉS DE LA REALIZACIÓN DEL PROGRAMA "HECHO EN MANIZALES" Y LA PARTICIPACIÓN EN LA FERIA INTERNACIONAL EMPRESARIAL DEL COMERCIO DETALLE O MINORISTA Y PROVEEDORES". Sobre el referente se vienen desarrollando todas las actividades específicas necesarias para el cumplimiento del mismo, que contempla un plazo de ejecución hasta el 15 de diciembre de 2024.

En la cláusula segunda, actividad No 3 de la Federación Nacional de Comerciantes –Fenalco Seccional Caldas del convenio, se referencia lo siguiente:

"3. Aunar esfuerzos para lograr presentar la solicitud a la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), para el registro del Sello "Hecho en Manizales"

Sobre la anterior actividad ya se cuenta con los documentos proyectados necesarios para la radicación ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), uno de los documentos requeridos es la "Delegatura para la propiedad industrial formulario para otorgar poder al abogado en los trámites de propiedad industrial"

El pasado 8 de noviembre se envió a su secretaría el poder que debe firmar el señor alcalde para radicar los documento ante la superintendencia de Industria y Comercio con el fin de registrar la marca bajo la modalidad de "Certificada", al día de hoy, estamos a la espera de la firma de dicho poder para el cumplimiento de la obligación.

Vemos con preocupación esta situación porque se ha llevado un proceso de análisis y documental riguroso para obtener la marca certificada, y no queremos entrar en incumplimientos por factores externos a nosotros como lo es la firma de un documento.

Por otro lado, el resultado de la entrega de reconocimientos de Sellos HECHO EN MANIZALES para e los empresarios No se ha podido realizar debido a que no se ha definido una fecha por parte de la alcaldía para realizar la actividad, aclarando que ya están los 86 reconocimientos listos para la entrega a los empresarios que cumplieron con las condiciones habilitantes.

Quedo atentos a sus comentarios.



Juan Carlos Franco

Director Ejecutivo

Fenalco Seccional Caldas

Calle 56 #24-25 Barrio Belén

Celular: 3137678402

Teléfono: 606 8814033 Ext. 102

direccioncaldas@fenalco.com.co

[El texto citado está oculto]

Santiago Giraldo Llano <santiago.giraldo@manizales.gov.co>

10 de diciembre de 2024, 10:40

Para: "direccioncaldas@fenalco.com.co" <direccioncaldas@fenalco.com.co>

Cc: Paula Andrea Sánchez Giraldo <paula.sanchez@manizales.gov.co>

Buenos días Dr Juan Carlos.

Atendiendo su comunicación, me permito dar respuesta a los dos puntos planteados:

1. El Poder que debe firmar el señor alcalde para radicar los documento ante la superintendencia de Industria y Comercio con el fin de registrar la marca bajo la modalidad de "Certificada", ya fue revisada por la Secretaria Jurídica de la Alcaldía de Manizales y está pendiente de la firma del Sr Alcalde por lo que no es un incumplimiento por parte de Fenalco Caldas este punto.

2. La entrega de las piezas de Sellos HECHO EN MANIZALES para e los empresarios, pueden ser entregados físicamente a esta Secretaría y nosotros nos encargaremos posteriormente de la entrega.



**ALCALDÍA
DE MANIZALES**
Secretaría de TIC y
Competitividad

Santiago Giraldo Llano
Secretario de Despacho
Secretaría de TIC y Competitividad
Alcaldía de Manizales

De: Paula Andrea Sánchez Giraldo <paula.sanchez@manizales.gov.co>
Enviado: lunes, 9 de diciembre de 2024 15:35
Para: Santiago Giraldo Llano <santiago.giraldo@manizales.gov.co>
Cc: Paula Andrea Sánchez Giraldo <paula.sanchez@manizales.gov.co>
Asunto: RE: Información cumplimiento actividades Sello Hecho en Manizales

Buenas Tardes Dr. Santiago;

Agradezco por favor me indique de que manera proceder de acuerdo con lo mencionado por Fenalco Caldas en el correo del asunto, toda vez que debo realizar revisión de informe esta semana para la finalización y cierre del convenio de asociación No 2409101033

Referencio Textual lo mencionado por Fenalco Caldas:

1-... "El pasado 8 de noviembre se envió a su secretaría el poder que debe firmar el señor alcalde para radicar los documento ante la superintendencia de Industria y Comercio con el fin de registrar la marca bajo la modalidad de "Certificada", al día de hoy, estamos a la espera de la firma de dicho poder para el cumplimiento de la obligación."

Vemos con preocupación esta situación porque se ha llevado un proceso de análisis y documental riguroso para obtener la marca certificada, y no queremos entrar en incumplimientos por factores externos a nosotros como lo es la firma de un documento.

2- La entrega de las piezas de Sellos HECHO EN MANIZALES para e los empresarios No se ha podido realizar debido a que no se ha definido una fecha por parte de la alcaldía para realizar la actividad, aclarando que ya están los 86 reconocimientos listos para la entrega a los empresarios que cumplieron con las condiciones habilitantes".

Quedo atenta, muchas gracias.

Paula Andrea Sánchez Giraldo
Profesional Especializada
Secretaría de TIC y Competitividad
Alcaldía de Manizales.

De: DIRECCION SECCIONAL CALDAS <direccioncaldas@fenalco.com.co>
Enviado: jueves, 5 de diciembre de 2024 19:33
Para: Santiago Giraldo Llano <santiago.giraldo@manizales.gov.co>; Paula Andrea Sánchez Giraldo <paula.sanchez@manizales.gov.co>
Cc: SECCIONAL CALDAS FOMENTO <fomentoempresarialcaldas@fenalco.com.co>
Asunto: Información cumplimiento actividades Sello Hecho en Manizales

Anexo 1. Instrumento de Caracterización empresarial

Anexo I. Instrumento de Caracterización
empresarial

Instrumento Caracterización

Introducción

Este instrumento de encuesta está diseñado para caracterizar e identificar las necesidades de los empresarios locales en el contexto de su actividad económica y entorno empresarial. La encuesta se estructuró en varias secciones clave que permiten obtener información detallada sobre distintos aspectos de la empresa, como su situación financiera, la cadena de suministro, estrategias de marketing, necesidades de capacitación y asistencia técnica, entre otros.

Datos generales

Tipos de aplicación	Individual
Modalidad de aplicación:	autoaplicada
Población objetivo:	empresarios de Manizales
Objetivo del instrumento:	Caracterizar el perfil económico y empresarial de los emprendedores y empresarios locales del municipio, con el fin de identificar sus principales necesidades, retos y oportunidades de crecimiento, así como sus expectativas en términos de apoyo institucional, acceso a financiamiento, capacitación y mercados.
Número de ítems	62 ítems
Dimensiones	Información general Proveeduría Financiero Mercadeo Asistencia técnica o formación Necesidades y apoyo

Objetivo Principal

El objetivo de este instrumento es recopilar información relevante que permita construir un perfil detallado de las empresas locales, comprender sus desafíos y necesidades, y evaluar las áreas en las que requieren apoyo para mejorar su competitividad, sostenibilidad y desempeño en el mercado. Los datos recolectados contribuirán al diseño de políticas públicas, programas de apoyo empresarial y estrategias que fomenten el desarrollo económico a nivel local.

Estructura del Instrumento

El cuestionario está compuesto por las siguientes secciones:

1. Información General de la Empresa:

Aquí se recogen datos básicos de la empresa como su nombre, sector, tamaño, ubicación, y tipo de local. También se indaga sobre su personal, el tipo de actividad económica que desarrolla y su alcance geográfico.

2. **Proveeduría:**

Esta sección busca conocer la cadena de suministro de la empresa, sus proveedores principales, las relaciones comerciales que mantiene con ellos y las dificultades que enfrenta en la adquisición de insumos. Además, se indaga sobre la estrategia de relaciones con los proveedores y la diversificación de la cadena de suministros.

3. **Financiero:**

En esta parte se examinan aspectos clave relacionados con la salud financiera de la empresa, el acceso a financiamiento, y la planificación financiera. Se investigan las fuentes de financiamiento que utiliza la empresa, su capacidad para acceder a crédito formal, y su situación financiera actual, incluyendo la evolución de ingresos, egresos y excedentes en el último año.

4. **Mercadeo:**

Se busca comprender las estrategias de marketing de la empresa, su presencia en el mercado y en plataformas digitales, la segmentación de su público objetivo, y los canales que utiliza para la promoción y distribución de sus productos o servicios. Además, se evalúa la efectividad de sus esfuerzos de mercadeo y si realiza investigaciones de mercado.

5. **Asistencia Técnica o Formación:**

Esta sección se enfoca en las necesidades de capacitación y formación de los empresarios, tanto en términos técnicos como en gestión empresarial. Se analiza si la empresa ha recibido asistencia técnica en el último año, qué tipo de formación consideran relevante y si están abiertos a recibir asesoría externa.

6. **Necesidades y Apoyo:**

Se indaga sobre los desafíos más relevantes que enfrenta la empresa actualmente y el tipo de apoyo que considera más útil para superar dichos obstáculos. Esto incluye el acceso a financiamiento, formación, asesoría, y otros recursos necesarios para el desarrollo de la empresa.

Características del Instrumento

- **Diversidad de Formatos de Respuesta:**

El instrumento utiliza una combinación de respuestas abiertas (para obtener detalles cualitativos) y cerradas (opciones múltiples, dicotómicas, de escala) que facilitan tanto la recopilación como el análisis de datos.

- **Cobertura Integral:**

A través de las preguntas planteadas, se aborda una amplia gama de aspectos que afectan a las empresas locales: desde la estructura organizativa, la gestión financiera y de mercadeo, hasta las relaciones con proveedores, la capacitación y el acceso a recursos.

- **Fácil Aplicación y Comprensión:**

El diseño del cuestionario está orientado a ser claro y directo, facilitando su respuesta por parte de los empresarios sin requerir conocimientos técnicos complejos. Esto asegura una alta tasa de respuesta y la obtención de datos útiles.

Propuesta de análisis

El análisis se llevará a cabo mediante la recolección de datos cualitativos y cuantitativos a través de encuestas autoaplicadas en línea. Posteriormente, se procesarán y analizarán los datos utilizando

herramientas como Excel para crear informes visuales que identifiquen patrones comunes en las necesidades y desafíos de las empresas locales, lo cual ayudará a diseñar programas de apoyo más específicos y adaptados a la realidad de cada sector, además de fortalecer la competitividad empresarial y la sostenibilidad económica en la región.

Objetivos del Análisis

1. Establecer un perfil detallado de la empresa que permita comprender su contexto, estructura y áreas de operación.
2. Evaluar la solidez financiera y los mecanismos de financiamiento que la empresa utiliza.
3. Detectar oportunidades de mejora en las estrategias de marketing y en la relación con proveedores.
4. Identificar brechas en formación y asistencia técnica que podrían mejorar la competitividad de la empresa.

Tipo de análisis por dimensión

1. **Información General de la Empresa:** se recolectará información básica sobre la empresa, como su nombre, descripción, NIT, año de fundación, tamaño, ubicación y sector. Estos datos permitirán segmentar la empresa y establecer su perfil general. Además, se explorará el tipo de local, el personal contratado bajo políticas de inclusión social y la expansión geográfica (presencia en otras ciudades o sedes). Esta información servirá para clasificar a la empresa en grupos comparables y entender su contexto de operación.
2. **Proveeduría y Cadena de Suministro:** se analizará la cadena de suministro de la empresa, identificando los productos y servicios que adquiere para su funcionamiento, así como los principales proveedores y las relaciones que mantiene con ellos (contractuales o informales). Además, se evaluará si la empresa ha experimentado interrupciones en su cadena de suministro (por factores externos como desastres naturales o pandemias) y si está tomando medidas para diversificarla. Este análisis permite detectar posibles riesgos y cuellos de botella en el proceso de abastecimiento.
3. **Evaluación Financiera:** se evaluará la salud financiera de la empresa mediante la recolección de información sobre el acceso a financiamiento, las fuentes de crédito disponibles, la planificación financiera y los resultados de ingresos, egresos y excedentes en el último año. Además, se examinarán las dificultades financieras enfrentadas por la empresa, con especial énfasis en las razones de la dificultad para acceder a crédito. Este análisis proporcionará una visión clara de la solidez financiera de la empresa y sus necesidades de capital.
4. **Estrategias de Marketing y Posicionamiento en el Mercado:** se indagará sobre las estrategias de marketing de la empresa, sus canales de distribución y la presencia en redes sociales o comercio electrónico. También se evaluará la efectividad de las campañas de marketing y si la empresa realiza investigación de mercado para conocer las necesidades de los consumidores. Además, se analizará la competencia y cómo la empresa ha reaccionado ante su aumento, con el fin de identificar áreas de mejora en sus estrategias de posicionamiento y promoción.

5. **Capacitación, Asistencia Técnica y Necesidades de Formación:** se identificarán las necesidades de capacitación de la empresa, tanto en habilidades técnicas como blandas (por ejemplo, liderazgo, trabajo en equipo, negociación). Además, se evaluará si la empresa ha recibido asistencia técnica o formación en el último año y si está abierta a recibir apoyo externo. También se identificarán las tecnologías necesarias para mejorar la competitividad de la empresa y las dificultades para acceder a programas de formación. Esta sección será crucial para entender las áreas en las que la empresa necesita reforzarse para mantenerse competitiva.
6. **Apoyo Institucional y Desarrollo:** finalmente, se evaluará la percepción de la empresa sobre el apoyo institucional disponible (subvenciones, consultorías, programas de desarrollo), y se analizarán las dificultades de infraestructura y los recursos más escasos para su crecimiento. Esta dimensión ayudará a identificar áreas en las que el apoyo gubernamental o de otras instituciones puede ser clave para superar barreras al crecimiento.

Dimensiones	Objetivo	Items	Tipos respuesta	Opciones de respuesta
General	Obtener información básica de la empresa para establecer un perfil de la empresa	Nombre de la empresa	texto	Abierta
		Descripción	texto	Abierta
		NIT	Númerica	Abierta
		Nombre y cargo dentro de la empresa	texto	Abierta
		Tamaño de la empresa	Opción múltiple	Grande Mediana Pyme Microempresa Persona natural
		Número de empleados	Númerica	Abierta
		El personal que laboral en la empresa es:	Dicotómica	Estable Temporal
		Año de constitución	Númerica	Abierta
		Sector	opción múltiple	Agroindustria Manufactura Gastronomía TIC y Servicios
	Obtener información básica de la empresa para establecer un perfil de la empresa	Ubicación de la empresa (Barrio/Municipio)	texto	Abierta
General	¿Cómo se clasificaría el tipo de establecimiento en el que opera su negocio?	¿Cuántas personas contratadas en su empresa pertenecen a alguno de los siguientes grupos de inclusión social?	Opción múltiple	Local independiente (está ubicado en una propiedad propia o arrendada, sin compartir el espacio con otras actividades) Espacio en el hogar (el negocio opera dentro de su residencia, ya sea en una habitación específica o en áreas comunes) Puesto fijo en área comercial (el negocio opera en un espacio asignado dentro de un centro comercial, mercado, plaza o similar) Otro. Especificar
				Filas: Categorías de inclusión Columnas: cantidad de personas contratadas por categoría
				SI ¿qué certificados?
				No
				SI
				No ¿En qué otras ciudades desarrolla su actividad?
				SI ¿En qué ciudades?
				No
				1. Muy baja capacidad 5. Muy alta capacidad
	Identificar percepciones de Proyección/evolución de la empresa	¿cómo calificaría la capacidad de la empresa para adaptarse a cambios del mercado?	Escala	Expansión Mantenimiento del tamaño actual Reducción No sabe
		¿cuáles son las perspectivas de crecimiento de la empresa en los próximos 2-3 años?	Opción múltiple	Abierta
		¿Cuáles son los principales productos o servicios que compra la empresa para su operación?	texto	Proveedores locales Proveedores nacionales Proveedores internacionales
		¿De dónde provienen estos productos o servicios?	Opción múltiple	Abierta
		¿Cuáles son los nombres de los principales proveedores de su empresa y en qué ciudades, regiones o países se encuentran?	texto	

Dimensiones	Objetivo	Items	Tipo de respuesta	Opciones de respuesta
Proveduría	Identificar la cadena de suministro de la empresa, sus principales proveedores y su relación con ellos.	¿Qué tipo de relaciones tiene la empresa con sus proveedoras?	Opdm múltiple	Relación de largo plazo (si se selecciona, pasa al siguiente ítem) Relación ocasional o transaccional Sin acuerdo formal Otra. Especifique: 1-3 4-10 Más de 10
		¿Con cuántos proveedores mantiene contratos o acuerdos a largo plazo?	Opdm múltiple	
		¿Ha enfrentado su empresa interrupciones significativas en la cadena de suministro debido a factores externos (como desastres naturales, pandemias, cambios políticos, etc.)?	dicotómica	Si ¿Qué tipo de interrupciones? No
		¿Cuáles son las principales dificultades que enfrenta la empresa en la adquisición de suministros?	Opdm múltiple	Escasez de proveedores locales Aumento en los costos de los insumos Retrasos en los tiempos de entrega Falta de disponibilidad de materiales específicos Proveedores con capacidades limitadas o producción insuficiente Fluctuaciones en la calidad de los productos Condiciones políticas o económicas inestables en los países de origen de los suministros Dificultades en la gestión de inventarios Otra. Especifique
		¿La empresa está tomando medidas para diversificar su cadena de suministro?	Dicotómica	Si ¿Cómo? (Respuesta abierta) No
		¿La empresa tiene acceso a crédito o financiamiento formal?	Opdm múltiple	Si ¿En qué invitó el crédito financiero obtenido? No
Financiero	Evaluar la salud financiera de la empresa y su acceso a fuentes de financiamiento.	¿Cuáles son las fuentes principales de financiamiento para la empresa?	Opdm múltiple	En proceso de solicitud Bancos Inversores privados Ahorro propio Subvenciones o fondos públicos Otra. Especifique:
		¿La empresa realiza alguna forma de planificación financiera?	Opdm múltiple	Si, tiene un presupuesto anual detallado. Si, pero solo planificación a corto plazo. No realiza planificación financiera. Otra. Especifique:
		¿Cómo considera la empresa su situación financiera actual?	Opdm múltiple	Muy sólida Sólida Estable Débil Muy débil
		En relación con el último año fiscal de la empresa, por favor, indique lo siguiente: ¿Cómo calificaría la evolución de los ingresos de la empresa en el último año?		
		¿Cómo calificaría la evolución de los egresos (costos y gastos) de la empresa en el último año? ¿Cómo calificaría el comportamiento de los excedentes (utilidad o beneficio neto) de la empresa en el último año? ¿La empresa ha experimentado alguna dificultad financiera en los últimos 12 meses?	Opdm múltiple	Si ¿Cuáles fueron las principales causas? No

Dimensiones	Objetivo	Items	Tipo de respuesta	Opciones de respuesta
Mercadeo	Analizar las estrategias de mercadeo y la presencia de la empresa en el mercado.	En promedio ¿Cuántas veces solicitó un micro crédito para financiar su negocio?	Opción múltiple	1 - 2 3 - 4 5 o más No he solicitado un microcrédito para financiar mi negocio
		¿Qué tan fácil o difícil le resulta acceder a crédito o financiamiento formal en su sector?	Escala	1 Muy difícil 5 Muy fácil
		¿Porque le ha sido fácil/difícil acceder a créditos?	Texto	Abierta
		¿Cómo describe la estrategia de marketing de la empresa?	Opción múltiple	No tiene estrategia formal Estrategia digital (redes sociales, página web, etc.) Marketing tradicional (publicidad en medios, folletos, etc.) Marketing combinado (digital y tradicional) Otro. Especifique:
		¿Cuál es el perfil de su cliente objetivo?	Opción múltiple	Empresarial (B2B) Consumidor final (B2C) Ambos Otro. Especifique:
		¿Qué canales utiliza la empresa para promocionar sus productos o servicios?	Opción múltiple	Redes sociales Página web Publicidad en medios tradicionales. Cuáles Otros. Especifique
		¿La empresa tiene presencia en redes sociales o en internet?	dicotómica	Sí ¿en qué plataformas? No
		¿Cuáles son sus mercados actuales?	Opción múltiple	Local Regional Nacional Internacional
		¿Cuáles son sus mercados Objetivos?	Opción múltiple	Local Regional Nacional Internacional
		¿Cuáles son los principales canales de distribución de sus productos?	Opción múltiple	Venta directa Distribuidores Tiendas en línea Exportaciones Otras. Especifique:
		¿La empresa realiza alguna investigación de mercado para conocer las necesidades de los consumidores?	Opción múltiple	Sí, regularmente Sí, ocasionalmente No, nunca
		¿Qué tan efectiva considera la empresa su estrategia de mercadeo actual?	Opción múltiple	Muy efectiva Moderadamente efectiva Poco efectiva No tiene una evaluación sobre su efectividad
		¿Ha experimentado un aumento en la competencia en los últimos años?	dicotómica	Sí ¿cómo ha impactado esto en su empresa? No
		¿La empresa ha recibido algún tipo de asistencia técnica o capacitación en los últimos 12 meses?	dicotómica	Sí ¿Qué temas fueron tratados? No

Dimensiones	Objetivo	Items	Tipo de respuesta	Opciones de respuesta
Asistencia técnica o formación	Conocer las necesidades de capacitación y asistencia técnica que la empresa requiere para mejorar sus procesos.	¿Qué tipo de formación considera más relevante para mejorar la competitividad de la empresa?	Opción múltiple	Formación técnica (operación de maquinaria, procesos productivos, etc.) Capacitación en gestión empresarial (finanzas, recursos humanos, estrategia) Formación en ventas y marketing Otros. Especifique:
		¿Qué temas específicos le gustaría que se le brindara formación adicional?	Texto	Abierta
		¿Está abierta la empresa a recibir asistencia técnica o asesoramiento externo?	dicotómica	Si No
		¿qué tipo de tecnología o herramientas digitales cree que son necesarias para mejorar la competitividad de su empresa?	Texto	Abierta
		¿Qué tan importante considera la capacitación en habilidades blandas? (Listar opciones: liderazgo, trabajo en equipo, negociación, etc.)	Escala	1. Nada importante 2. Muy importante Acceso a financiamiento Capacitación y formación del personal Competencia en el mercado Costos de producción elevados Dificultades con la cadena de suministro Otros. Especifique:
Necesidades	Identificar las principales áreas en las que la empresa requiere apoyo para mejorar su desempeño.	¿Cuáles considera que son los mayores desafíos que enfrenta actualmente la empresa?	Opción múltiple	Acceso a financiamiento Capacitación y formación Asesoría en gestión empresarial Red de contactos o alianzas comerciales Mejora de infraestructura o tecnología Otros. Especifique:
		¿Qué tipo de apoyo considera que sería más útil para superar estos desafíos?	Opción múltiple	Abierta
		¿Qué recursos o servicios adicionales le gustaría tener disponibles para mejorar su empresa?	Texto	Falta de presupuesto Falta de tiempo o recursos humanos No hay programas disponibles en la localidad Falta de información sobre opciones de formación Otros. Especifique:
		¿Cuáles son las principales dificultades que enfrenta su empresa para acceder a programas de formación y capacitación?	Opción múltiple	Si, ¿qué mercados internacionales le interesan? No ¿Indique las razones? Espacio físico adecuado para la producción o prestación de servicios Maquinaria o equipos tecnológicos actualizados Acceso a insumos o materias primas de calidad Almacenamiento o logística de distribución Conectividad a internet de alta velocidad y estabilidad Capacitación especializada para el personal Condiciones de higiene y saneamiento Eficiencia en los servicios públicos (electricidad, agua, etc.)
		¿Ha considerado su empresa la internacionalización de sus productos o servicios?	dicotómica	Sistemas de seguridad para la protección de instalaciones y activos Otra. Especifique
		¿Cuál considera que es el principal desafío a nivel de infraestructura para mejorar la productividad de su empresa?	Opción múltiple	Acceso a mercados internacionales Asesoría en innovación y desarrollo Mejora de infraestructura Reducción de trámites burocráticos Otro. Especifique.
		¿Qué tipo de apoyo institucional cree que sería más útil para el desarrollo de su empresa?	Opción múltiple	

Dimensiones	Objetivo	Items	Tipo de respuesta	Opciones de respuesta
		¿Cuáles son los recursos más escasos para el crecimiento de su empresa?	Opción múltiple	Capital Personal capacitado Acceso a mercados Tecnología Infraestructura Otro. Especifique



Anexo 2. Apoyo en el diligenciamiento de la caracterización

Anexo 2. Apoyo en el diligenciamiento de
la caracterización

https://drive.google.com/file/d/10ekmAKM3-upk_0ZQMRIx86BafyKHdYv1/view?usp=sharing

Anexo: Relación de Encuestas y Evidencias Asociadas

No.	Fecha	Empresa	Método de Aplicación	Evidencia Disponible	Comentarios
1	21 de noviembre	Supermercado del Centro y del Ahorro	Telefónica	Sin evidencia	La encuesta fue aplicada mediante llamada telefónica debido a que las demás modalidades de asistencia no se ajustaban a la disponibilidad de tiempo de la empresa
2	21 de noviembre	Fruta Dorada	Presencial (sede Fenalco, Caldas)	<p>Fotografía</p> <p>https://drive.google.com/file/d/1E-RA7xt38VOWNj84thv8JkblsC1tDg1g/view?usp=sharing</p> <p>Fotografía</p> <p>https://drive.google.com/file/d/1vkOQG3bA3HcbFmE158xoaVhHBtBgOIJG/view?usp=sharing</p>	Encuesta aplicada de forma presencial, sede Fenalco
3	22 de noviembre	Digital Geek Art SAS	Presencial (sede Fenalco, Caldas)	<p>Grabación</p> <p>https://drive.google.com/file/d/121LDj6o5O5wZ2l-1rbXHIJd_iltbfYvbp/view?usp=sharing</p> <p>Fotografía</p> <p>https://drive.google.com/file/d/1zUyrc7fouStE0GIdewSOLWYSOOeZzqY4/view?usp=sharing</p>	La encuesta fue aplicada mediante llamada videollamada debido a que las demás modalidades de asistencia no se ajustaban a la disponibilidad de tiempo de la empresa
4	22 de noviembre	Taxi Life	Virtual		
5	22 de noviembre	Mirador de la Cuchilla	Visita Empresarial		Encuesta aplicada en la sede del empresario encuestado

6	25 de noviembre	Puro Cacao Artesanal	Presencial (sede Fenalco, Caldas)	Fotografía https://drive.google.com/file/d/1uEQxdIpcH6vhl7d85e1RZgpQgwXXlQk/view?usp=sharing	Encuesta aplicada de forma presencial, sede Fenalco
7	25 de noviembre	Mago Agencia Digital	Presencial (sede Fenalco, Caldas)	Fotografía https://drive.google.com/file/d/1O8f5XTSP9_Xld6yT2JzA8uQORir4ebuV/view?usp=sharing	Encuesta aplicada de forma presencial, sede Fenalco
8	25 de noviembre	Productos del Alba	Presencial (sede Fenalco, Caldas)	Sin evidencia	Encuesta aplicada de forma presencial, sede Fenalco
9	25 de noviembre	Codyd	Virtual	Grabación https://drive.google.com/file/d/15qG3V4K7qMbmU3cewaqduSWV-NZlfc/view?usp=sharing	La encuesta fue aplicada mediante llamada videollamada debido a que las demás modalidades de asistencia no se ajustaban a la disponibilidad de tiempo de la empresa
10	25 de noviembre	Como caído del cielo	Telefónica	Sin evidencia	La encuesta fue aplicada mediante llamada telefónica debido a que las demás modalidades de asistencia no se ajustaban a la disponibilidad de tiempo de la empresa
11	25 de noviembre	Apleton	Virtual	Grabación https://drive.google.com/file/d/1KoGhfKTM3-tME-ace6AKwoIRMHtUf6/view?usp=sharing	La encuesta fue aplicada mediante llamada videollamada debido a que las demás modalidades de asistencia no se ajustaban a la disponibilidad de tiempo de la empresa

12	26 de noviembre	Industrial Clean	Presencial (sede Fenalco, Caldas)	Fotografía https://drive.google.com/file/d/17MpNa9gsNmH4r984VY8kGvwi6zJxEJP/view?usp=sharing	Encuesta aplicada de forma presencial, sede Fenalco
13	26 de noviembre	Anémonas accesorios	Presencial (sede Fenalco, Caldas)	Fotografía https://drive.google.com/file/d/14JEWvHYg2oG8_nlxVTM6eR9F5g_hS3DA/view?usp=sharing	Encuesta aplicada de forma presencial, sede Fenalco
14	26 de noviembre	INMOBILIARIA VISTAS	Virtual	Grabación https://drive.google.com/file/d/1UfvodfXeiGRw3irBnwEaLn5aZ1_8hW/view?usp=sharing	La video llamada inició con la explicación de los alcances y objetivos de la caracterización. Sin embargo, el empresario solicitó completar la encuesta de forma independiente debido a limitaciones de tiempo, por lo que se accedió a su solicitud y se finalizó la video llamada.
15	27 de noviembre	Café Arte	Presencial (sede Fenalco, Caldas)	Fotografía https://drive.google.com/file/d/10ekmAKM3-upk_OZQMRIX86BafyKHdYV1/view?usp=sharing	Encuesta aplicada de forma presencial, sede Fenalco
15	27 de noviembre	Aladino Salas de Juego	Virtual	Grabación https://drive.google.com/file/d/158IKHv0p7Dbec0k6supdPB_hmdLqJ1L2G/view?usp=sharing	La encuesta fue aplicada mediante llamada video llamada debido a que las demás modalidades de asistencia no se ajustaban a la disponibilidad

			g	de tiempo de la empresa
17	27 de noviembre	Café Morrogacho Caldas)	Fotografía https://drive.google.com/file/d/1SPir39zBO-YkUMEOsIHd1fbthPpSPQ/view?usp=sharing	Encuesta aplicada de forma presencial, sede Fenalco
18	03 de diciembre	Rancho Tejas Caldas)	Fotografía https://drive.google.com/file/d/1_HoyhCqLEwiczOh1_Lo3mZ3r5IXLYS/view?usp=sharing	Encuesta aplicada de forma presencial, sede Fenalco

Anexo 4. Informe de Caracterización Empresarial

Anexo 4. Informe de Caracterización
Empresarial

Informe de Caracterización Empresarial en el Marco del Proceso del Sello Hecho en Manizales

1	Introducción
2	Objetivo
3	Metodología
4	Resultados
5	Conclusiones
6	Referencias
7	Apéndice
8	Índice
9	Índice de Tablas
10	Índice de Figuras
11	Índice de Anexos
12	Índice de Referencias
13	Índice de Símbolos
14	Índice de Abreviaturas
15	Índice de Siglas
16	Índice de Unidades
17	Índice de Medidas
18	Índice de Fórmulas
19	Índice de Diagramas
20	Índice de Gráficos
21	Índice de Tablas
22	Índice de Figuras
23	Índice de Anexos
24	Índice de Referencias
25	Índice de Símbolos
26	Índice de Abreviaturas
27	Índice de Siglas
28	Índice de Unidades
29	Índice de Medidas
30	Índice de Fórmulas
31	Índice de Diagramas
32	Índice de Gráficos
33	Índice de Tablas
34	Índice de Figuras
35	Índice de Anexos
36	Índice de Referencias
37	Índice de Símbolos
38	Índice de Abreviaturas
39	Índice de Siglas
40	Índice de Unidades
41	Índice de Medidas
42	Índice de Fórmulas
43	Índice de Diagramas
44	Índice de Gráficos
45	Índice de Tablas
46	Índice de Figuras
47	Índice de Anexos
48	Índice de Referencias
49	Índice de Símbolos
50	Índice de Abreviaturas
51	Índice de Siglas
52	Índice de Unidades
53	Índice de Medidas
54	Índice de Fórmulas
55	Índice de Diagramas
56	Índice de Gráficos
57	Índice de Tablas
58	Índice de Figuras
59	Índice de Anexos
60	Índice de Referencias
61	Índice de Símbolos
62	Índice de Abreviaturas
63	Índice de Siglas
64	Índice de Unidades
65	Índice de Medidas
66	Índice de Fórmulas
67	Índice de Diagramas
68	Índice de Gráficos
69	Índice de Tablas
70	Índice de Figuras
71	Índice de Anexos
72	Índice de Referencias
73	Índice de Símbolos
74	Índice de Abreviaturas
75	Índice de Siglas
76	Índice de Unidades
77	Índice de Medidas
78	Índice de Fórmulas
79	Índice de Diagramas
80	Índice de Gráficos
81	Índice de Tablas
82	Índice de Figuras
83	Índice de Anexos
84	Índice de Referencias
85	Índice de Símbolos
86	Índice de Abreviaturas
87	Índice de Siglas
88	Índice de Unidades
89	Índice de Medidas
90	Índice de Fórmulas
91	Índice de Diagramas
92	Índice de Gráficos
93	Índice de Tablas
94	Índice de Figuras
95	Índice de Anexos
96	Índice de Referencias
97	Índice de Símbolos
98	Índice de Abreviaturas
99	Índice de Siglas
100	Índice de Unidades

Contenido

Resumen Ejecutivo.....	4
Introducción.....	5
Metodología	6
Diseño	6
Población y Criterios de Inclusión	6
Técnicas e instrumentos de recolección de datos	7
Plan de Análisis	7
Duración del Estudio.....	7
Caracterización General.....	9
Cargo dentro de la Empresa	9
Sector Empresarial	10
Tamaño y Composición de las Empresas	11
Síntesis.....	14
Antigüedad y Etapas de Crecimiento Empresarial.....	14
Distribución por Rangos de Antigüedad.....	14
Distribución por Etapas de Crecimiento Empresarial.....	15
Síntesis.....	17
Ubicación Geográfica	18
Infraestructura de los Negocios	19
Inclusión Social	20
Síntesis	21
Análisis por Dimensiones con Cortes Sectoriales	22
Análisis de la Cadena de Abastecimiento y Proveeduría Empresarial	22
Proveeduría Adquirida por las Empresas para su Operación.....	22
Origen Geográfico de la Proveeduría Empresarial	24
Tipo de Relaciones Empresariales con los Proveedores.....	26
Principales Dificultades en la adquisición de suministros	28
Interrupciones en la Cadena de Suministro.....	30
Medidas de Diversificación en la Cadena de Suministro	30
Síntesis.....	31
Análisis Financiero	32
Acceso a Crédito y Financiamiento.....	32
Percepciones sobre la Facilidad del Acceso	34

Fuentes y Uso del Financiamiento	36
Uso del Financiamiento.....	38
Planificación Financiera y Situación Económica.....	39
Comportamiento Financiero	43
Síntesis.....	46
Análisis de Estrategias de Mercadeo.....	47
Estrategias de Mercadeo	47
Presencia Digital y Canales de Promoción.....	50
Alcance Geográfico y Mercados	51
Estrategias de Distribución y Percepciones de Competencia en el mercado	56
Investigación de Mercado	59
Síntesis.....	61
Necesidades de Asistencia Técnica y Formación.....	62
Panorama de la Asistencia Técnica en las Empresas Locales.....	62
Tipos de Formación Relevante	63
Síntesis.....	66
Superando Barreras: Desafíos y Apoyos Requeridos para el Desarrollo Empresarial	69
Desafíos Empresariales y Recursos Escasos	69
Tipos de Apoyo Institucional y Recursos Adicionales.....	71
Adaptación al Mercado y Perspectivas de Crecimiento.....	72
Síntesis.....	73
Principales Hallazgos Generales	78
Necesidades Comunes y Desafíos Transversales.....	78
Hallazgos por Sector	78
Retos y Oportunidades.....	79

Resumen Ejecutivo

El presente informe caracteriza el perfil económico y empresarial de los empresarios certificados con el "Sello Hecho en Manizales", una iniciativa de la Alcaldía de Manizales, a través de la Secretaría de TIC y Competitividad, en convenio con Fenalco Caldas. Este sello busca visibilizar y fomentar la comercialización de productos y servicios locales, promoviendo la innovación y el sentido de pertenencia en los sectores de Gastronomía, Agroindustria, Manufactura, Servicios y TIC. El objetivo del estudio fue identificar las principales necesidades, retos y oportunidades de crecimiento de las empresas, además de sus expectativas en términos de apoyo institucional, financiamiento, capacitación y acceso a mercados.

Se realizó una encuesta online de 69 ítems aplicada a 86 empresarios que cumplieron con las condiciones habilitantes y el puntaje mínimo para el sello Hecho en Manizales, abarcando dimensiones clave como proveeduría, aspectos financieros, mercadeo, asistencia técnica y necesidades de apoyo. Los resultados muestran que las empresas enfrentan desafíos significativos en áreas como acceso a financiamiento, modernización tecnológica, y desarrollo de talento humano, mientras que la proyección hacia mercados internacionales y el fortalecimiento de las estrategias de mercadeo son prioridades transversales.

En el ámbito financiero, se destaca que casi la mitad de las empresas dependen del ahorro propio, lo que limita su capacidad de expansión e inversión estratégica. En términos de mercadeo, las redes sociales son el principal canal promocional, aunque las estrategias actuales son percibidas como poco efectivas. La capacitación y asistencia técnica, centradas en marketing digital, ventas y gestión empresarial, emergen como prioridades claras, especialmente para sectores como Agroindustria y Manufactura.

Las recomendaciones clave incluyen diseñar programas de financiamiento flexibles, promover la digitalización y modernización tecnológica, ampliar las redes comerciales internacionales, y fortalecer la cadena de proveeduría local. Este diagnóstico integral ofrece una base para orientar las políticas públicas y estrategias de apoyo empresarial, contribuyendo al desarrollo sostenible y competitivo del ecosistema empresarial de Manizales.

Introducción

El informe que aquí se presenta constituye el resultado de un esfuerzo integral por comprender las dinámicas, necesidades y desafíos del tejido empresarial de Manizales, a través de la caracterización de las empresas que han obtenido el **Sello Hecho en Manizales**. Esta iniciativa, impulsada por la Alcaldía de Manizales mediante la Secretaría de TIC y Competitividad, en alianza con Fenalco Caldas, busca reconocer y fortalecer a las empresas locales que representan los valores de calidad, innovación y compromiso con el desarrollo económico de la región. El sello no solo distingue los productos y servicios manizaleños, sino que también simboliza la apuesta por proyectar a la ciudad como un referente empresarial y turístico en el ámbito local, nacional e internacional.

El propósito de este informe es brindar una visión integral del panorama empresarial de Manizales mediante la caracterización de los empresarios y emprendedores que forman parte de esta iniciativa. El estudio aborda, de manera estructurada, aspectos clave como la proveeduría, la situación financiera, las estrategias de mercadeo, las necesidades de asistencia técnica y formación, y las demandas de apoyo institucional. De este modo, el análisis permite identificar patrones, necesidades comunes y desafíos transversales, así como las oportunidades específicas de cada sector: Gastronomía, Agroindustria, Manufactura, TIC y Servicios. Estos resultados buscan ser una herramienta práctica y estratégica para orientar políticas públicas, programas de fortalecimiento empresarial y alianzas que potencien la competitividad de las empresas locales.

A lo largo del informe, el lector encontrará un diagnóstico completo que parte del contexto económico y empresarial de los sectores incluidos en la iniciativa, para luego detallar los hallazgos por dimensión analizada. Se destacan los retos relacionados con la infraestructura, el acceso a mercados, el financiamiento y la capacitación, así como los avances en estrategias de mercadeo y adaptación al mercado. De igual manera, se ofrecen recomendaciones específicas para cada dimensión y sector, que servirán de insumo para diseñar intervenciones institucionales y privadas dirigidas a fortalecer el desarrollo empresarial en Manizales.

La importancia de esta caracterización radica en su enfoque inclusivo y en la relevancia estratégica de su diagnóstico, al identificar las principales brechas y oportunidades para las empresas de la ciudad. Este esfuerzo no solo tiene el objetivo de mejorar la calidad de los productos y servicios que llevan el sello, sino también de contribuir a una transformación sostenible y competitiva del entorno económico local. En última instancia, este informe busca sentar las bases para una colaboración más efectiva entre el sector público y privado, consolidando a Manizales como una ciudad referente de excelencia y emprendimiento.

Metodología

Diseño

El presente estudio se desarrolló bajo un diseño descriptivo, no experimental y transversal, que busca caracterizar el perfil económico y empresarial de las empresas locales que obtuvieron el reconocimiento del sello "Hecho en Manizales". Este diseño permitió obtener una visión integral y detallada de las necesidades, desafíos y oportunidades de los empresarios seleccionados.

Población y Criterios de Inclusión

La población objeto del estudio estuvo conformada por 86 empresarios pertenecientes a los sectores de gastronomía, agroindustria, manufactura, TIC y servicios, quienes cumplieron con los requisitos habilitantes establecidos en el marco del programa 'Hecho en Manizales'. Es importante aclarar que una de las empresas registró dos encuestas, correspondientes a cada uno de los supermercados a su cargo, aunque el reconocimiento otorgado aplica para ambos supermercados como una única unidad empresarial. A continuación, se detallan los criterios específicos de inclusión por sector

Sector Gastronomía:

1. Formatos de selección de productos y proveedores para verificar calidad.
2. Programa de Saneamiento Básico.
3. Registro vigente ante la Cámara de Comercio de Manizales (mínimo un año de vigencia).
4. Cumplimiento con la resolución 2674 de 2013 (INVIMA).
5. Disponibilidad de un portafolio turístico para promoción de la ciudad.
6. Política de tratamiento de datos (Habeas Data).

Sector Agroindustrial:

1. Registro, notificación o permiso de INVIMA vigente.
2. Registro vigente ante la Cámara de Comercio de Manizales.
3. Certificado de manipulación de alimentos (si aplica).
4. Política de tratamiento de datos (Habeas Data).

Sector Manufactura:

1. Proceso amigable con el medio ambiente.
2. Registro vigente ante la Cámara de Comercio de Manizales.
3. Cumplimiento con la resolución 2674 de 2013 (fabricación y elaboración).
4. Política de tratamiento de datos (Habeas Data).

Sector TIC y Servicios:

1. Política de tratamiento de datos (Habeas Data).
2. Registro vigente ante la Cámara de Comercio de Manizales.
3. Producto o servicio creado en Manizales.

4. Página web activa que evidencie los servicios.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El instrumento principal de recolección de información fue una encuesta en línea autoaplicada, compuesta por 69 ítems distribuidos en dimensiones clave como información general, proveeduría, aspectos financieros, mercadeo, formación y asistencia técnica, y necesidades institucionales.

En algunos casos específicos, se ofreció acompañamiento para el diligenciamiento del instrumento, distribuyéndose de la siguiente manera:

- 10 encuestas en la sede de Fenalco Caldas.
- 5 encuestas mediante videollamada.
- 1 encuesta con visita presencial a la empresa.
- 2 encuestas por llamada telefónica.

Esto garantizó la calidad de los datos recolectados y la adecuada interpretación de las preguntas.

Plan de Análisis

Los datos recopilados fueron analizados con herramientas estadísticas y descriptivas mediante el software SPSS. El análisis incluyó:

- **Frecuencias y porcentajes:** Para describir las características de los empresarios y sus empresas en cada dimensión.
- **Cruces de variables:** Para identificar relaciones entre sectores empresariales, niveles de operación, mercados y estrategias.
- **Identificación de tendencias:** Para destacar patrones en las necesidades, desafíos y oportunidades percibidos.
- **Análisis cualitativo:** Para procesar las respuestas abiertas en preguntas sobre desafíos, recursos y necesidades adicionales.

Los resultados se presentaron de manera desagregada por sector, facilitando la identificación de retos específicos, así como de oportunidades transversales para el crecimiento empresarial.

Duración del Estudio

El proceso de recolección de datos se llevó a cabo entre el 19 de noviembre de 2024 y el 3 de diciembre de 2024, con una extensión en la fecha de cierre inicial (27 de noviembre) debido al alto interés de los empresarios en participar, asegurando así una muestra representativa y confiable.

Detalles de la aplicación de la encuesta.

Población	Fecha de aplicación	Fecha de cierre inicial	Fecha de cierre ampliada	Duración en días
Empresarios	19/11/2024	27/11/2024	03/12/2024	15 días

Resultados

Caracterización General

Cargo dentro de la Empresa

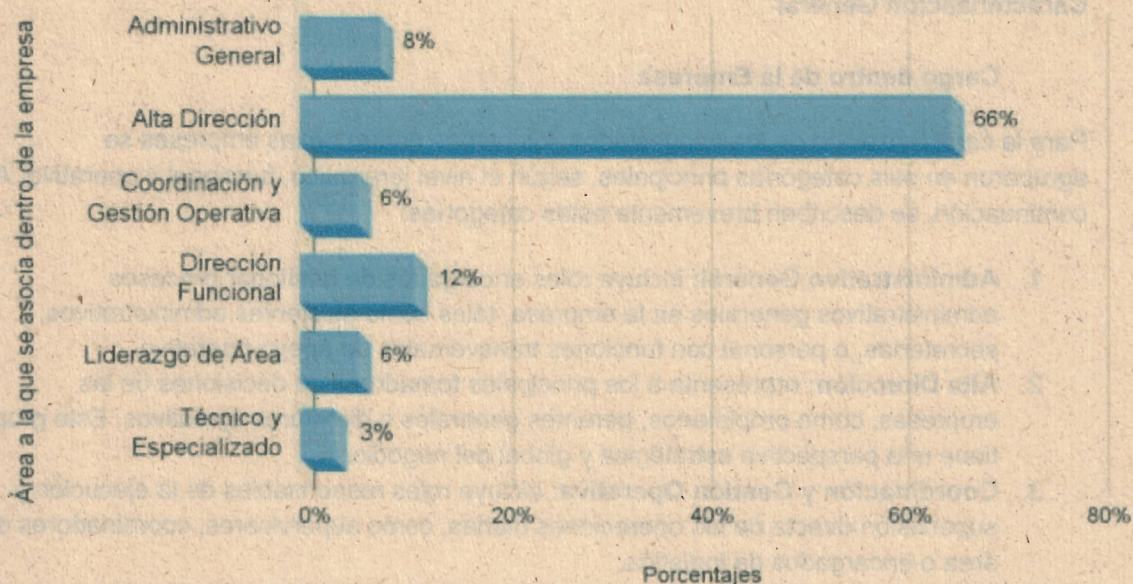
Para la caracterización de los encuestados, los cargos dentro de las empresas se agruparon en seis categorías principales, según el nivel jerárquico, funcional y operativo. A continuación, se describen brevemente estas categorías:

1. **Administrativo General:** incluye roles encargados de gestionar procesos administrativos generales en la empresa, tales como asistentes administrativos, secretarías, o personal con funciones transversales de apoyo operativo.
2. **Alta Dirección:** representa a los principales tomadores de decisiones de las empresas, como propietarios, gerentes generales o directores ejecutivos. Este grupo tiene una perspectiva estratégica y global del negocio.
3. **Coordinación y Gestión Operativa:** incluye roles responsables de la ejecución y supervisión directa de las operaciones diarias, como supervisores, coordinadores de área o encargados de logística.
4. **Dirección Funcional:** comprende a líderes encargados de áreas específicas dentro de la empresa, como directores financieros, comerciales, de recursos humanos o tecnología. Sus funciones están enfocadas en la planificación y gestión de una función clave.
5. **Liderazgo de Área:** incluye responsables intermedios que lideran equipos o departamentos, como jefes de ventas o responsables de producción. Sus actividades combinan la supervisión operativa con la planificación táctica.
6. **Técnico y Especializado:** corresponde a roles que requieren conocimientos técnicos específicos o experiencia en áreas especializadas, como desarrolladores, ingenieros o técnicos de mantenimiento.

Esta clasificación permite analizar las respuestas considerando el nivel de influencia y especialización de los encuestados dentro de las empresas, lo que resulta fundamental para entender cómo las percepciones y necesidades varían según su posición.

A continuación, se presenta un gráfico que resume la distribución porcentual de estas categorías entre los encuestados.

Distribución de Cargos en las Empresas Encuestadas



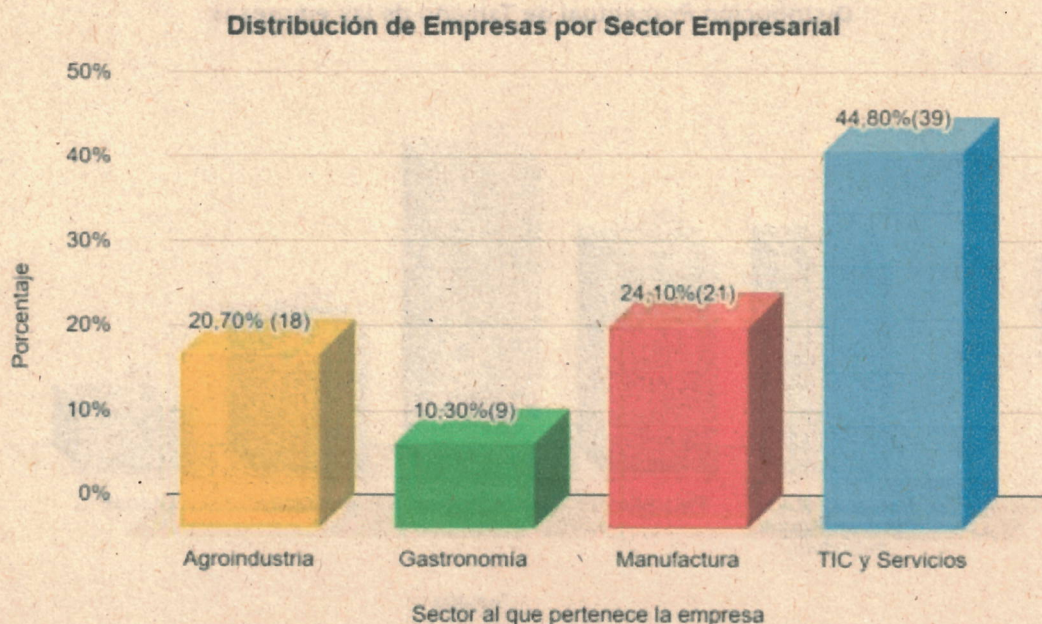
De las 87 respuestas obtenidas en la encuesta, la categoría con mayor representación es **Alta Dirección** (66 %), lo que refleja una predominancia de encuestados en roles estratégicos y de toma de decisiones dentro de las empresas. Le sigue la **Dirección Funcional** (11,5%), cuyos participantes aportan perspectivas especializadas desde áreas clave de gestión. Este predominio garantiza que los datos recopilados estén orientados a identificar necesidades y visiones estratégicas directamente vinculadas a los principales responsables del rumbo empresarial. Lo cual se relaciona directamente con el objetivo de la caracterización empresarial.

Sector Empresarial

Los resultados evidencian una clara predominancia del sector **TIC y Servicios**, que representa el 44,8 % del total (39 empresas), consolidándose como el principal motor del ecosistema empresarial local. Este patrón sugiere una fuerte orientación hacia actividades tecnológicas y de servicios, reflejando tendencias globales de digitalización y modernización económica.

El sector **Manufactura**, con el 24,1 % de las empresas (21 en total), se posiciona como el segundo más importante, destacando su rol esencial en la producción y transformación de bienes. Esta tendencia refuerza la importancia de mantener políticas de fortalecimiento para este sector estratégico.

Por su parte, el sector **Agroindustria** agrupa al 20,7 % de las empresas (18 en total), subrayando su papel clave en la integración de la economía rural y urbana, especialmente en el aprovechamiento de recursos locales y la generación de empleo en áreas relacionadas con el agro. Finalmente, el sector **Gastronomía**, con una representación del 10,3 % (9 empresas), refleja una menor participación, aunque resalta su relevancia en términos de turismo, cultura y valor agregado en servicios locales.



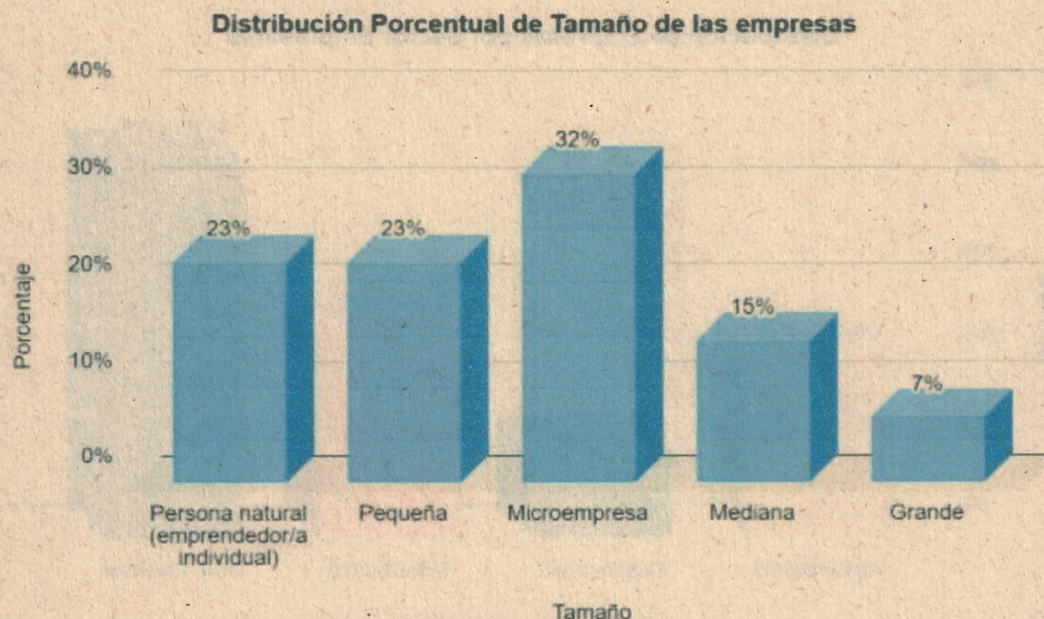
Estos patrones confirman una fuerte diversificación en el ecosistema empresarial, con una combinación de sectores emergentes, como TIC y Servicios, y sectores tradicionales, como Manufactura y Agroindustria.

Tamaño y Composición de las Empresas

El análisis del tamaño y composición de las empresas permite identificar las características estructurales predominantes en el ecosistema empresarial de Manizales. Este apartado examina aspectos clave como el número de empleados, los tipos de personal y las categorías de tamaño empresarial, proporcionando una visión integral de las capacidades operativas y la diversidad organizacional de las empresas caracterizadas. Estos resultados son esenciales para entender las dinámicas de crecimiento y la contribución de diferentes tipos de empresas al tejido económico local.

Tamaño de la Empresa.

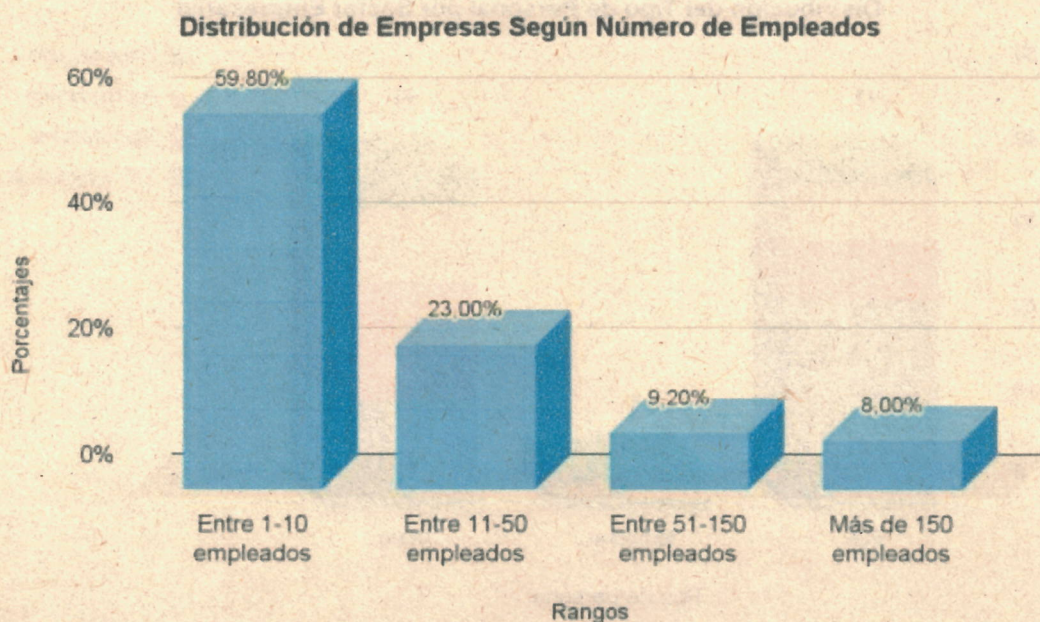
El análisis muestra que las empresas de **escala reducida** (microempresas, personas naturales y pequeñas empresas) predominan ampliamente en el ecosistema empresarial inscrito en el *Sello Hecho en Manizales*, representando un **78,2% del total**. En contraste, las **empresas medianas y grandes** tienen una representación significativamente menor, con un 14,9% y 6,9%, respectivamente, lo que sugiere una estructura empresarial mayoritariamente compuesta por organizaciones con operaciones más ajustadas en términos de tamaño y alcance.



Número de Empleados.

El análisis segmentó a las empresas en cuatro rangos de tamaño, destacando que el 59,8 % de ellas cuentan con entre 1 y 10 empleados, lo que evidencia la prevalencia de microempresas en el ecosistema empresarial analizado. Este grupo, compuesto por 52 empresas, domina ampliamente, subrayando su importancia dentro de la estructura empresarial local.

Las empresas con entre 11 y 50 empleados constituyen el segundo grupo más representativo, con un 23 % del total (20 empresas), reflejando una participación significativa en el panorama empresarial como pequeñas empresas. En contraste, las empresas con entre 51 y 150 empleados representan solo el 9,2 % (8 empresas), y aquellas con más de 150 empleados constituyen el 8 % (7 empresas), evidenciando una presencia limitada de medianas y grandes empresas en la muestra .

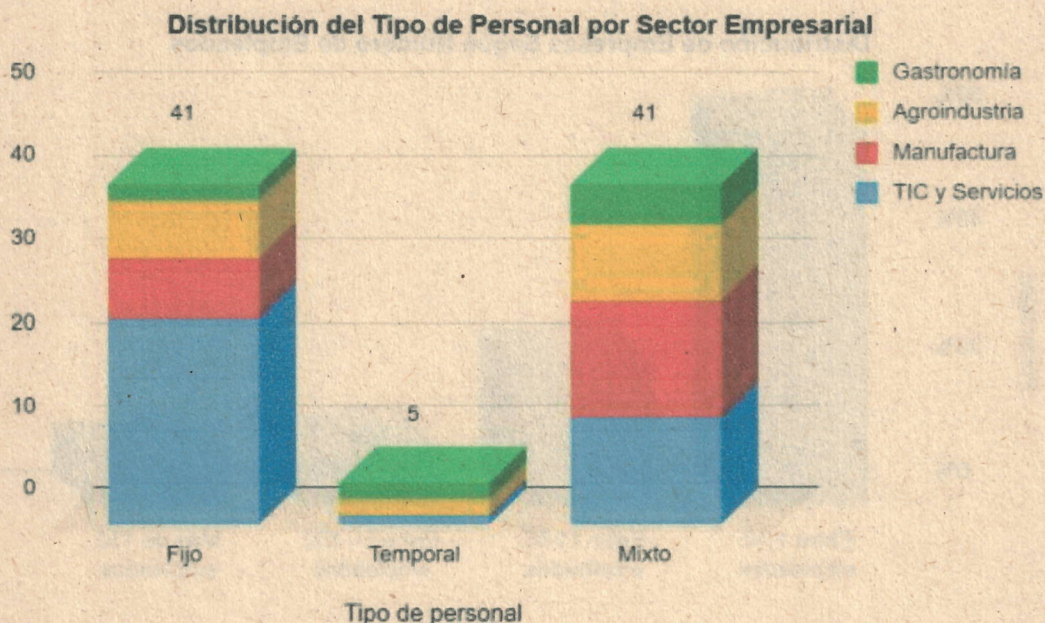


En síntesis, los resultados confirman que el ecosistema empresarial local está predominantemente compuesto por micro y pequeñas empresas, las cuales desempeñan un papel clave en el tejido económico de la región, mientras que las medianas y grandes empresas presentan una menor representación.

Tipo de Personal.

La distribución del tipo de personal (fijo, temporal y mixto) en los sectores empresariales de TIC y Servicios, Manufactura, Agroindustria y Gastronomía, destaca una marcada preferencia por la contratación fija. En particular, el sector TIC y Servicios lidera con 25 empleados bajo esta modalidad, seguido de Manufactura y Agroindustria, con 7 empleados cada uno, mientras que Gastronomía presenta el número más bajo, con solo 2 empleados fijos. Esto refleja una prioridad por la estabilidad laboral, especialmente en sectores intensivos en conocimiento, como TIC y Servicios. Aunque la contratación fija predomina en la mayoría de los sectores, el personal mixto también desempeña un rol relevante, especialmente en Manufactura, donde la flexibilidad laboral es clave para satisfacer las necesidades operativas.

Por otro lado, la contratación temporal es marginal en todos los sectores, lo que reafirma la inclinación de las empresas hacia modalidades de empleo más estables y predecibles, ajustándose así a las demandas específicas de cada sector.



Síntesis

Los resultados confirman la predominancia de micro y pequeñas empresas, que representan el 78,2 % del total, y un alto porcentaje de negocios con entre 1 y 10 empleados (59,8 %). Estas empresas constituyen el núcleo del ecosistema empresarial local, destacándose como pilares clave de generación de empleo y dinamismo económico.

En términos de tipo de personal, la contratación fija prevalece, especialmente en sectores como TIC y Servicios, reflejando una preferencia por la estabilidad laboral. Aunque las empresas medianas y grandes tienen una representación más limitada, su contribución al tejido económico, particularmente en sectores estratégicos como manufactura, subraya la importancia de iniciativas que fortalezcan su crecimiento y sostenibilidad.

Antigüedad y Etapas de Crecimiento Empresarial

En este apartado, se analiza cómo las empresas caracterizadas se distribuyen según su antigüedad y las etapas de crecimiento asociadas, estableciendo relaciones entre estos dos aspectos para ofrecer un panorama completo de su evolución. Este análisis permite identificar tendencias importantes, como la predominancia de empresas jóvenes en etapas iniciales, y resaltar la presencia de empresas con trayectorias consolidadas que aportan estabilidad al tejido empresarial.

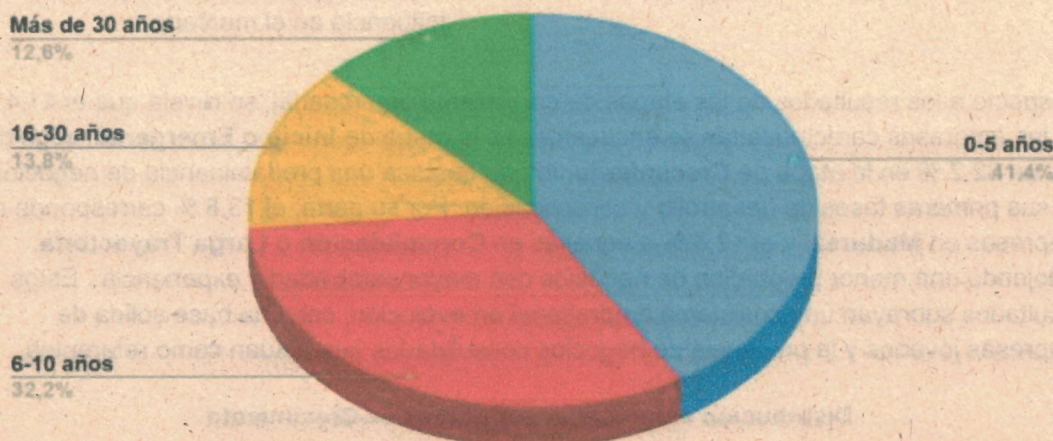
Distribución por Rangos de Antigüedad.

La mayoría de las empresas caracterizadas (73,6 %) tienen entre 0 y 10 años de antigüedad, lo que destaca una fuerte presencia de negocios jóvenes en el ecosistema empresarial local. Este hallazgo refleja un tejido empresarial dinámico y en constante

renovación, donde predominan empresas que se encuentran en etapas iniciales de desarrollo, enfrentando retos de consolidación y sostenibilidad en el mercado.

En contraste, las empresas con más de 30 años de trayectoria representan solo el 12,6 %, evidenciando una menor proporción de negocios con amplia estabilidad y experiencia. Este grupo, aunque reducido, desempeña un papel clave como pilares de resiliencia y continuidad en el mercado, actuando como referentes.

Distribución de Empresas por Rango de Antigüedad



Esta distribución entre negocios emergentes y consolidados destaca la necesidad de estrategias diferenciadas de apoyo institucional que fortalezcan tanto el crecimiento sostenible de las nuevas empresas como la consolidación de aquellas con mayor trayectoria.

Distribución por Etapas de Crecimiento Empresarial.

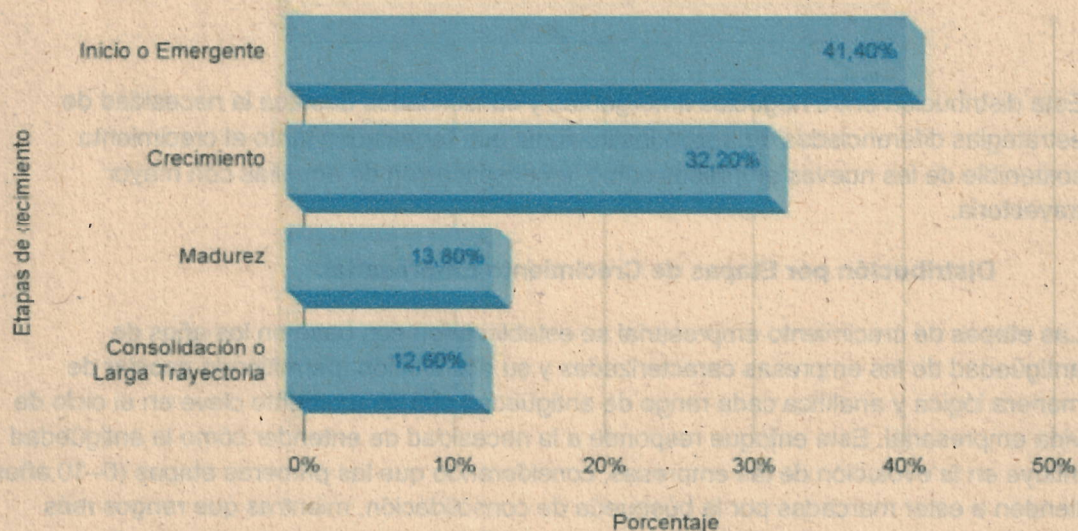
Las etapas de crecimiento empresarial se establecieron con base en los años de antigüedad de las empresas caracterizadas y su distribución, permitiendo asociar de manera lógica y analítica cada rango de antigüedad con un momento clave en el ciclo de vida empresarial. Este enfoque responde a la necesidad de entender cómo la antigüedad influye en la evolución de las empresas, considerando que las primeras etapas (0–10 años) tienden a estar marcadas por la búsqueda de consolidación, mientras que rangos más amplios (16 años en adelante) reflejan una estabilidad y permanencia que permiten diferenciar a las empresas maduras y consolidadas.

Rango de antigüedad (años)	Etapas de Crecimiento Empresarial	Definición analítica
0 - 5 años	Inicio o Emergente	Empresas en sus primeros años, caracterizadas por consolidar operaciones y establecer su

		presencia en el mercado.
6 - 10 años	Crecimiento	Negocios que han superado los primeros retos iniciales y están en expansión o consolidación de mercado.
16 - 30 años	Madurez	Empresas establecidas con experiencia significativa y procesos más robustos.
Más de 30 años	Consolidación o Larga Trayectoria	Empresas con amplia trayectoria, capacidad de resiliencia y posible influencia en el mercado.

Respecto a los resultados de las etapas de crecimiento empresarial, se revela que el 41,4 % de las empresas caracterizadas se encuentran en la etapa de **Inicio o Emergente**, seguida por un 32,2 % en la etapa de **Crecimiento**, lo que destaca una predominancia de negocios en sus primeras fases de desarrollo y consolidación. Por su parte, el 13,8 % corresponde a empresas en **Madurez**, y el 12,6 % a aquellas en **Consolidación o Larga Trayectoria**, reflejando una menor proporción de negocios con mayor estabilidad y experiencia. Estos resultados subrayan un ecosistema empresarial en evolución, con una base sólida de empresas jóvenes y la presencia de negocios consolidados que actúan como referentes.

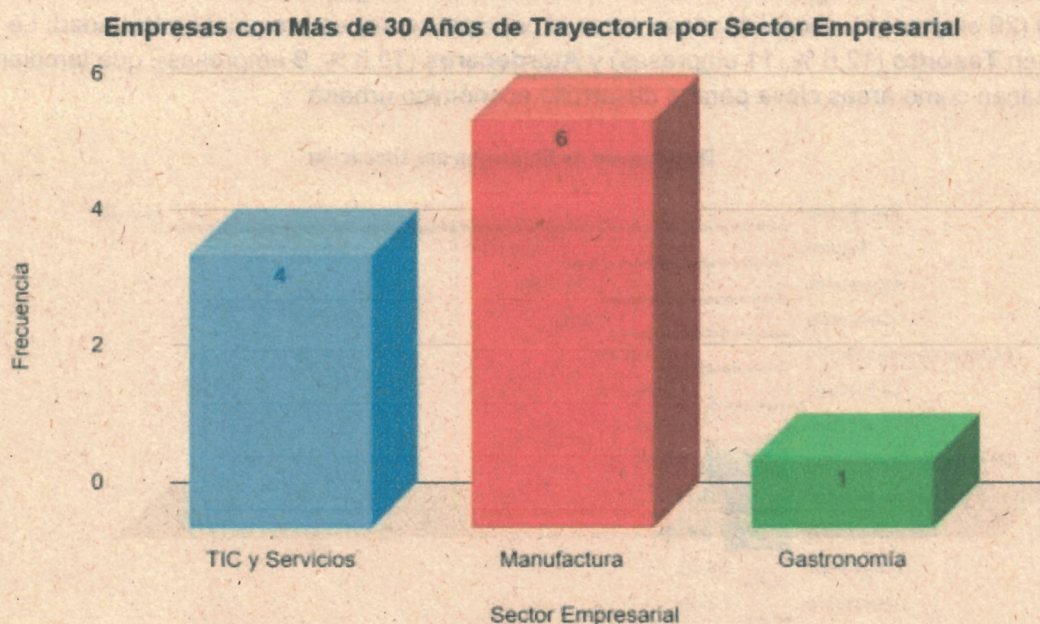
Distribución empresarial por Etapas de Crecimiento



Aunque las empresas en la etapa de **Consolidación o Larga Trayectoria** representan el porcentaje más bajo del ecosistema empresarial, su relevancia es indiscutible, ya que sirven como referentes de estabilidad y consolidación económica. Estas organizaciones establecen una línea base fundamental para el análisis de la economía local, aportando experiencia, resiliencia y continuidad al desarrollo empresarial de la región.

El gráfico (ver Ilustración X) presenta la distribución de las empresas con más de 30 años de antigüedad según su sector. El sector **Manufactura** lidera con 6 empresas, seguido por **TIC y Servicios** con 4, y **Gastronomía** con 1. Esta distribución destaca la diversidad del tejido empresarial consolidado y el impacto que estas organizaciones tienen en sus respectivos mercados.

Además, la leyenda incluye los nombres específicos de las empresas, permitiendo un reconocimiento más detallado de su contribución al fortalecimiento económico. Estas organizaciones no solo generan empleo y estabilidad, sino que también actúan como pilares en el desarrollo sostenible del ecosistema empresarial local.



Sector Empresarial	Empresas
TIC y Servicios	Cooperativa De Empleados y Obreros del Departamento De Caldas LTDA, Propiscinas S.A.S., Supermercado Del Centro, Promotora La Aurora S.A.S.
Manufactura	Tejidos Industriales Coveta S.A.S., ZC Muebles y Detalles, Rejiplas S.A.S., Industrias Montes S.A.S., Pinturas Nacionales S.A.S., Induma S.A.S.
Gastronomía	Inversiones GFL S.A.

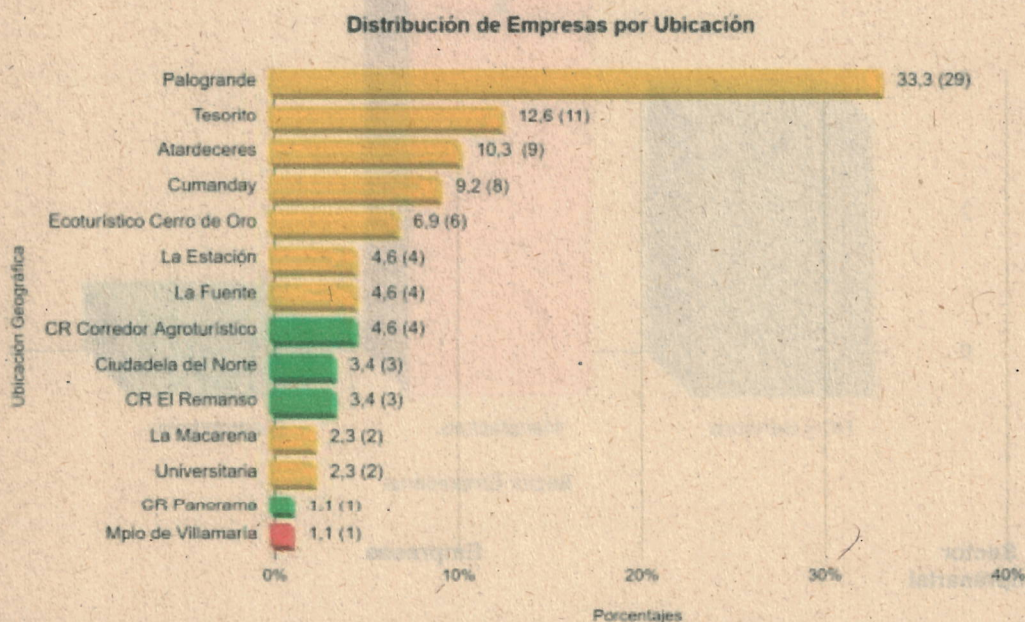
Síntesis

El análisis de antigüedad y etapas de crecimiento empresarial evidencia un ecosistema dominado por empresas jóvenes, con un 73,6 % de negocios con menos de 10 años de antigüedad. Esto refleja un tejido empresarial dinámico y en constante renovación, donde las empresas en etapas iniciales enfrentan desafíos de consolidación.

Sin embargo, el 12,6 % de empresas con más de 30 años de trayectoria destaca la presencia de organizaciones consolidadas que aportan estabilidad y continuidad al mercado. Estas empresas, además de ser referentes de resiliencia, representan un legado importante en la economía local. Este contraste entre empresas emergentes y consolidadas pone de manifiesto la necesidad de diseñar estrategias diferenciadas para atender las necesidades específicas de cada etapa de crecimiento.

Ubicación Geográfica

La distribución de las empresas caracterizadas refleja una marcada predominancia de las comunas urbanas de Manizales, que concentran el 89,7 % de las empresas, frente al 9,2 % ubicadas en los corregimientos rurales. La comuna de **Palogrande** lidera con el 33,3 % del total (29 empresas), consolidándose como el principal centro empresarial de la ciudad. Le siguen **Tesorito** (12,6 %, 11 empresas) y **Atardeceres** (10,3 %, 9 empresas), que también destacan como áreas clave para el desarrollo económico urbano.



En el área rural, los corregimientos **Corredor Agroturístico** (4,6 %, 4 empresas), **El Remanso** (3,4 %, 3 empresas) y **Panorama** (1,1 %, 1 empresa) agrupan el porcentaje restante, evidenciando una menor participación pero un papel estratégico para la economía rural. Además, el municipio vecino de **Villamaría**, que no pertenece a Manizales, registra el 1,1 % de las empresas (1 en total), lo que resalta su vínculo marginal con la dinámica empresarial local.

Para facilitar la interpretación, los colores en el gráfico destacan las categorías geográficas: el **amarillo** representa las comunas urbanas de Manizales, el **verde** identifica los corregimientos rurales, y el **rojo** resalta el municipio de Villamaría, diferenciándolo claramente como una ubicación externa. Esta representación pone de manifiesto la