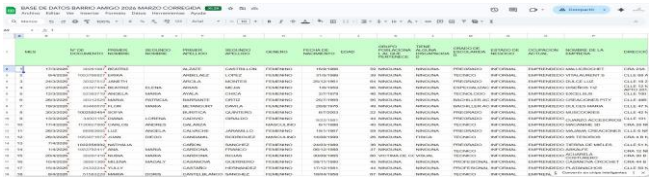
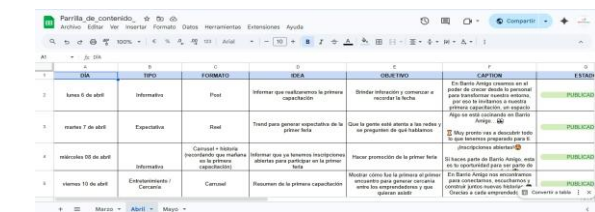
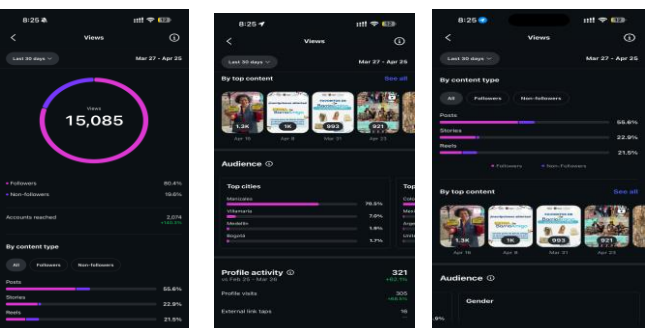


ACTA N°	2
FECHA	Mayo 8 de 2026
SECRETARÍA	DESARROLLO SOCIAL
PERIODO EVALUADO	2 DE ABRIL AL 1 DE MAYO DE 2026
CONTRATO O CONVENIO N°	2602270755
OBJETO	“AUNAR ESFUERZOS PARA EL APOYO DE UNIDADES EMPRESARIALES DE BASE COMUNITARIA DIRIGIDO A LA POBLACION DE POBREZA EXTREMA, CON EL FIN DE FOMENTAR LA GENERACION DE INGRESOS DE LA POBLACION”.
CONTRATISTA	ASOCIACIÓN DE FAMILIAS LA PAZ- ASFAPAZ
SUPERVISOR(ES)	PROFESIONAL UNIVERSITARIO, SECRETARIA DE DESARROLLO SOCIAL
PLAZO DE EJECUCIÓN	HASTA EL 15 DE DICIEMBRE DE 2026
VALOR DEL CONTRATO O CONVENIO	\$428.472.500, de los cuales \$299.928.500 corresponden a los aportes del MUNICIPIO DE MANIZALES y \$128.544.000 en dinero que corresponden al 30% del valor del convenio como aportes del conviniente
PRÓRROGAS	
SUSPENSIONES	
ADICIONES	

N°	DESCRIPCIÓN DE LA OBLIGACIÓN	ACTIVIDADES REALIZADAS		DESCRIPCIÓN DEL CUMPLIMIENTO
		CANTIDAD	PORCENTAJE	
1	Identificar, registrar y caracterizar 250 unidades productivas o emprendimientos que deseen vincularse al programa Barrio Amigo (convocatorias en 12 comunas y 7 corregimientos) Definir los criterios o requisitos para el ingreso de las unidades productivas, además de la exposición de sus productos en la tienda para la comercialización y sectorizar las unidades empresariales por actividad económica, siendo estrictos en la evaluación del estado en que llega, el acompañamiento y la etapa en que termina.	85	34%	Se presenta el segundo informe correspondiente al 34% de ejecución y que da cuenta de 85 emprendedores inscritos en el programa Se dio continuidad a la estrategia de convocatoria a través de los diferentes canales establecidos, incluyendo el punto de venta, contacto vía WhatsApp y llamadas telefónicas a cada uno de los emprendedores que contempla la base de datos de la vigencia 2025. Así mismo, se fortaleció el uso de redes sociales como Instagram y Facebook, complementado con la estrategia de voz a voz con los emprendedores, lo que permitió ampliar el alcance y la participación. Durante abril, se continuó implementando el proceso de inscripción mediante la aplicación de la ficha oficial, garantizando la recolección organizada de la información y la verificación del cumplimiento de requisitos según el tipo de emprendimiento. 

1	Identificar, registrar y caracterizar 250 unidades productivas o emprendimientos que deseen vincularse al programa Barrio Amigo (convocatorias en 12 comunas y 7 corregimientos) Definir los criterios o requisitos para el ingreso de las unidades productivas, además de la exposición de sus productos en la tienda para la comercialización y sectorizar las unidades empresariales por actividad económica, siendo estrictos en la evaluación del estado en que llega, el acompañamiento y la etapa en que termina.	85	34%	Se mantuvo la validación rigurosa de condiciones específicas, especialmente en sectores como alimentos (certificados de manipulación) y en actividades como bisutería, artesanías y tejeduría (manejo de producto y normas de seguridad). Este proceso permitió seguir promoviendo la calidad, legalidad y organización de los emprendimientos, optimizando los tiempos en fases posteriores de selección.  Se dio continuidad al proceso de actualización, depuración y registro de la información de los emprendedores, fortaleciendo así la calidad y confiabilidad de la base de datos. Durante el mes de abril, se avanzó en la depuración de registros antiguos y en la actualización permanente de nuevos participantes <table><tr><th colspan="4">INSCRIPCIÓN DE EMPRENDEDORES</th></tr><tr><th>CATEGORÍA</th><th>MARZO</th><th>ABRIL</th><th>TOTAL</th></tr><tr><td>NUEVOS</td><td>8</td><td>13</td><td>21</td></tr><tr><td>ANTIGUOS</td><td>41</td><td>23</td><td>64</td></tr><tr><td>TOTAL</td><td>49</td><td>36</td><td>85</td></tr></table> Hasta la fecha, un total de 85 emprendedores se han sumado al programa Barrio Amigo 2026. de ellos 64 son participantes de ediciones anteriores, que traen consigo su valiosa experiencia mientras que 21 restantes representan nuevos proyectos para el programa esta mezcla equilibrada no sólo inyecta vitalidad con ideas innovadoras, sino que fortalece la red de apoyo mutuo impulsando sostenibilidad de sus negocios mediante el acompañamiento personalizado que ofrece el programa Se mantuvo el ejercicio de contacto con emprendedores de la vigencia 2025, reforzando la estrategia de reactivación y vinculación, con el apoyo del equipo administrativo y asesores. Así mismo, se continuó con el diligenciamiento detallado de las fichas de inscripción y la aplicación de instrumentos de caracterización, permitiendo contar con información más precisa y actualizada. Componente de Comunicaciones – Programa Barrio Amigo Metodología de gestión de contenidos: • Durante el mes de abril, se consolidó la implementación de la metodología de gestión de contenidos digitales, fortaleciendo la planificación, organización y coherencia de la comunicación del programa en el ecosistema digital. • Parrilla de contenidos: • Se mantuvo la estructuración de la parrilla de contenidos estableciendo una periodicidad semanal, lo que permitió mejorar la anticipación de publicaciones, la articulación del equipo y la trazabilidad de los procesos.	INSCRIPCIÓN DE EMPRENDEDORES				CATEGORÍA	MARZO	ABRIL	TOTAL	NUEVOS	8	13	21	ANTIGUOS	41	23	64	TOTAL	49	36	85
INSCRIPCIÓN DE EMPRENDEDORES																								
CATEGORÍA	MARZO	ABRIL	TOTAL																					
NUEVOS	8	13	21																					
ANTIGUOS	41	23	64																					
TOTAL	49	36	85																					

1	Identificar, registrar y caracterizar 250 unidades productivas o emprendimientos que deseen vincularse al programa Barrio Amigo (convocatorias en 12 comunas y 7 corregimientos) Definir los criterios o requisitos para el ingreso de las unidades productivas, además de la exposición de sus productos en la tienda para la comercialización y sectorizar las unidades empresariales por actividad económica, siendo estrictos en la evaluación del estado en que llega, el acompañamiento y la etapa en que termina.	85	34%	Se continuó implementando la estrategia de producción audiovisual, incorporando de manera progresiva contenidos en formato reels, una vez se contó con los recursos técnicos necesarios, lo que permitió diversificar los formatos y generar mayor dinamismo en la comunicación digital. Estos contenidos se orientaron a la visibilización de los emprendedores, la promoción de sus productos y la difusión de información relevante del programa, especialmente en el marco de las ferias. Asimismo, se inició el fortalecimiento de la participación de los emprendedores en la creación de contenido, con el propósito de generar mayor cercanía y conexión con la audiencia. Impacto esperado de la estrategia digital: Las acciones implementadas durante abril han permitido seguir avanzando en: • Generar cercanía con la comunidad. • Fortalecer la confianza en el programa. • Incrementar las ventas en el punto físico. • Aumentar la visibilidad de los emprendedores. • Generar un primer contacto para ser parte del proyecto. • Posicionar el programa Barrio Amigo en el top of mind de la ciudadanía Se continuó con el diseño, actualización y uso de piezas institucionales, fortaleciendo la comunicación interna y la identidad visual del programa, a través de la implementación de formatos, plantillas y materiales de apoyo que permiten estandarizar la información, mejorar su presentación y garantizar coherencia en los diferentes espacios de comunicación. Seguimiento y análisis de métricas: En el análisis de métricas correspondiente al periodo del 27 de marzo al 27 de abril se evidenció un crecimiento sostenido en la comunidad digital. Durante este intervalo se registraron un total de 15.085 visualizaciones, así como un alcance de 2.074 cuentas, lo que representa un incremento del 140,3% en comparación con el periodo anterior, reflejando una mejora significativa en el impacto y la visibilidad del contenido. Asimismo, se observó un aumento del 62,1% en la actividad del perfil, junto con 305 visitas al perfil (68,5%) y 16 clics en el enlace externo, lo que refleja una mayor intención de interacción por parte de los usuarios. Estos resultados demuestran la efectividad en la distribución del contenido, logrando que aproximadamente el 92,3% de los seguidores actuales (2.247) consuman activamente la información y generen interacciones valiosas con el perfil del programa. No obstante, durante este periodo se priorizó la atención manual en aquellos casos que requerían una orientación más específica, lo que permitió brindar respuestas más precisas y personalizadas a los usuarios Estas acciones han seguido contribuyendo a mejorar la experiencia del usuario y fortalecer la comunicación bidireccional del programa
---	---	----	-----	--

1	Identificar, registrar y caracterizar 250 unidades productivas o emprendimientos que deseen vincularse al programa Barrio Amigo (convocatorias en 12 comunas y 7 corregimientos) Definir los criterios o requisitos para el ingreso de las unidades productivas, además de la exposición de sus productos en la tienda para la comercialización y sectorizar las unidades empresariales por actividad económica, siendo estrictos en la evaluación del estado en que llega, el acompañamiento y la etapa en que termina.	85	34%	Evidencias  Plantillas  Métricas  Reglamento interno: Durante el mes de abril, se continuó con la implementación y socialización del reglamento interno, asegurando que todos los emprendedores tuvieran acceso a la información y comprensión de su contenido. En este sentido: Se realizó la socialización del reglamento en los primeros encuentros y espacios de capacitación con el equipo asesor, enfatizando su importancia como herramienta orientadora del proceso. Se efectuó la entrega del reglamento en físico a todos los emprendedores, facilitando su consulta permanente. Se difundió el documento a través de los grupos de WhatsApp, garantizando su acceso digital y consulta oportuna. Se mantuvo visible en el punto físico del programa Barrio Amigo, mediante su publicación en el tablero informativo. 
----------	---	-----------	------------	---

1

Identificar, registrar y caracterizar 250 unidades productivas o emprendimientos que deseen vincularse al programa Barrio Amigo (convocatorias en 12 comunas y 7 corregimientos) Definir los criterios o requisitos para el ingreso de las unidades productivas, además de la exposición de sus productos en la tienda para la comercialización y sectorizar las unidades empresariales por actividad económica, siendo estrictos en la evaluación del estado en que llega, el acompañamiento y la etapa en que termina.

85

34%

CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS: Durante el mes de abril, se dio continuidad y se fortaleció el proceso de caracterización de los emprendimientos, consolidando una base de datos con información diagnóstica que permite establecer una línea base para el acompañamiento integral de los emprendedores del programa Barrio Amigo.

Para este proceso, se mantuvo la aplicación del formulario de caracterización en Google Forms, estructurado con un total de 57 preguntas, organizadas en cuatro secciones

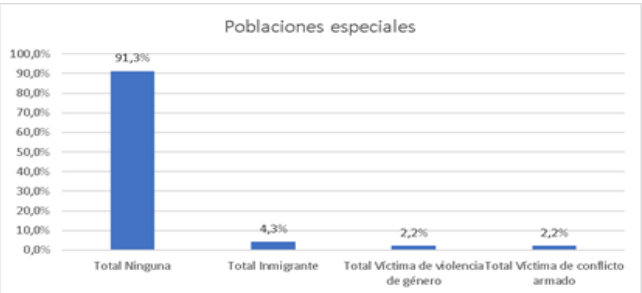
Ubicación geográfica y distribución territorial, Se siguen presentando emprendedores vinculados al programa distribuidos en todas las comunas, con mayor presencia en la comuna Atardeceres y Cumanday seguido por las comunas la Estación, Ciudadela Norte y Palogrande. Identificados en su mayoría en los barrios: Centro, seguidos por San Jorge y la Enea

COMUNA	marzo	abril	Suma total
Atardeceres	9	5	14
La Estación	6	4	10
Ciudadela del norte	6	4	10
Universitaria	5	3	8
Palogrande	3	4	7
La Fuente	4	3	7
Cumanday	2	5	7
Tesorito	2	3	5
Nuevo Horizonte	4	1	5
La Macarena	3	2	5
ZONA RURAL (VEREDA)	3	1	4
Ecoturístico Cerro de Oro	2	1	3
Suma total	49	36	85

En la zona rural se cuenta con una participación muy baja representada en 4 emprendedores, por lo que se sigue promoviendo la articulación con otros sectores para identificar y vincular los emprendedores

Tipo de población y condiciones sociales: La población atendida es diversa e incluye:

- Emprendedores independientes
- Unidades productivas familiares
- Mujeres cabeza de hogar
- Población con responsabilidades de cuidado
- Personas en condiciones de vulnerabilidad socioeconómica
- Afrodescendiente
- Víctima del conflicto armado
- Inmigrantes



1

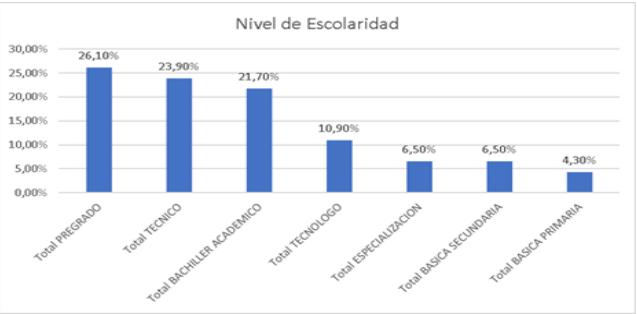
Identificar, registrar y caracterizar 250 unidades productivas o emprendimientos que deseen vincularse al programa Barrio Amigo (convocatorias en 12 comunas y 7 corregimientos) Definir los criterios o requisitos para el ingreso de las unidades productivas, además de la exposición de sus productos en la tienda para la comercialización y sectorizar las unidades empresariales por actividad económica, siendo estrictos en la evaluación del estado en que llega, el acompañamiento y la etapa en que termina.

85

34%

Nivel socioeconómico y socioeducativo: Se identifica una población ubicada principalmente en estratos medios y medios-bajos (2 y 3), con niveles educativos heterogéneos, predominando la formación básica y media. Esta condición incide directamente en:

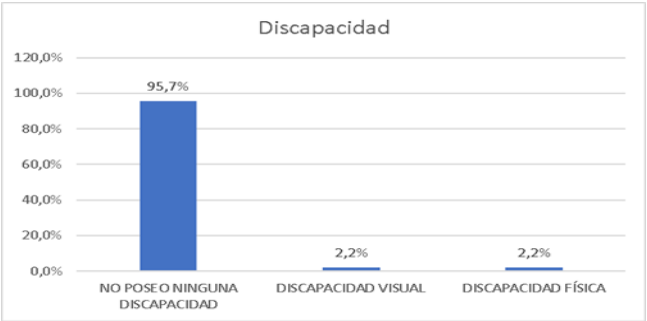
- La gestión administrativa de los negocios
- La apropiación de herramientas técnicas
- La toma de decisiones empresariales



Aportes al sistema de salud: En relación con los aportes al sistema de seguridad social, se identifica que una parte importante de los emprendedores no realiza cotizaciones de manera regular como trabajadores independientes. Esta situación está asociada a factores como la informalidad de las unidades productivas, ingresos variables y limitaciones en el conocimiento de los procesos de afiliación y aportes.

Asimismo, se evidencian casos en los que los emprendedores se encuentran afiliados al sistema de salud, pero sin realizar aportes a pensión y riesgos laborales, lo que refleja condiciones de vulnerabilidad en términos de protección social

Condición de discapacidad: En el proceso de caracterización se identifica la presencia de algunos emprendedores con condiciones de discapacidad, lo que evidencia la importancia del programa como una estrategia de inclusión social y productiva, Asimismo, se reconoce que, en algunos casos, la discapacidad se cruza con otras condiciones de vulnerabilidad, como barreras económicas, educativas o de acceso a servicios, lo que requiere un enfoque diferencial en los procesos de acompañamiento



Poblaciones especiales: En el proceso de caracterización se identifica la participación de emprendedores pertenecientes a poblaciones con condiciones especiales, esto resalta la importancia del programa como una estrategia de inclusión social y productiva, que contribuye al fortalecimiento de capacidades y a la generación de ingresos en poblaciones que requieren atención prioritaria.

1	Identificar, registrar y caracterizar 250 unidades productivas o emprendimientos que deseen vincularse al programa Barrio Amigo (convocatorias en 12 comunas y 7 corregimientos) Definir los criterios o requisitos para el ingreso de las unidades productivas, además de la exposición de sus productos en la tienda para la comercialización y sectorizar las unidades empresariales por actividad económica, siendo estrictos en la evaluación del estado en que llega, el acompañamiento y la etapa en que termina.	85	34%	Poblaciones especiales <table><thead><tr><th>Categoría</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>Ninguna</td><td>91,3%</td></tr><tr><td>Inmigrante</td><td>4,3%</td></tr><tr><td>Víctima de violencia de género</td><td>2,2%</td></tr><tr><td>Víctima de conflicto armado</td><td>2,2%</td></tr></tbody></table> DATOS DEL EMPRENDIMIENTO En cuanto a la titularidad se encuentra un mayor porcentaje en titularidad femenina <table><thead><tr><th>24. Titularidad de la empresa*</th><th>Marzo</th><th>Abril</th><th>Suma total</th></tr></thead><tbody><tr><td>Femenino</td><td>43</td><td>30</td><td>73</td></tr><tr><td>Masculino</td><td>6</td><td>6</td><td>12</td></tr><tr><td>Suma total</td><td>49</td><td>36</td><td>85</td></tr></tbody></table> Caracterización empresarial De acuerdo con la información registrada en la caracterización en el mes de abril, los emprendedores clasificaron sus unidades productivas principalmente en categorías como alimentos, tejeduría, manualidades y cuidado personal mientras que las menores categorías se encuentran registradas en accesorios, artesanías <table><thead><tr><th>28. Categorización de su emprendimiento</th><th>Marzo</th><th>Abril</th><th>Suma total</th></tr></thead><tbody><tr><td>Alimentos</td><td>12</td><td>11</td><td>23</td></tr><tr><td>Manualidades</td><td>10</td><td>7</td><td>17</td></tr><tr><td>Tejeduría</td><td>6</td><td>8</td><td>14</td></tr><tr><td>Accesorios</td><td>10</td><td>3</td><td>13</td></tr><tr><td>Cuidado personal</td><td>3</td><td>4</td><td>7</td></tr><tr><td>Artesanías</td><td>5</td><td>2</td><td>7</td></tr><tr><td>Confección</td><td>3</td><td>1</td><td>4</td></tr><tr><td>Suma total</td><td>49</td><td>36</td><td>85</td></tr></tbody></table> Comercialización y acceso a mercados – Abril Durante el mes de abril se registraron 36 emprendimientos, clasificados según el alcance de sus mercados. Se evidencia que el mercado predominante continúa siendo el local, principalmente a través de redes cercanas como familiares, amigos y conocidos, así como mediante estrategias de voz a voz y el uso de redes sociales. El 63,9% (23 emprendimientos) comercializa sus productos o servicios exclusivamente a nivel local (municipio o ciudad), lo que confirma que el entorno cercano sigue siendo el principal espacio de operación.	Categoría	Porcentaje	Ninguna	91,3%	Inmigrante	4,3%	Víctima de violencia de género	2,2%	Víctima de conflicto armado	2,2%	24. Titularidad de la empresa*	Marzo	Abril	Suma total	Femenino	43	30	73	Masculino	6	6	12	Suma total	49	36	85	28. Categorización de su emprendimiento	Marzo	Abril	Suma total	Alimentos	12	11	23	Manualidades	10	7	17	Tejeduría	6	8	14	Accesorios	10	3	13	Cuidado personal	3	4	7	Artesanías	5	2	7	Confección	3	1	4	Suma total	49	36	85
Categoría	Porcentaje																																																																	
Ninguna	91,3%																																																																	
Inmigrante	4,3%																																																																	
Víctima de violencia de género	2,2%																																																																	
Víctima de conflicto armado	2,2%																																																																	
24. Titularidad de la empresa*	Marzo	Abril	Suma total																																																															
Femenino	43	30	73																																																															
Masculino	6	6	12																																																															
Suma total	49	36	85																																																															
28. Categorización de su emprendimiento	Marzo	Abril	Suma total																																																															
Alimentos	12	11	23																																																															
Manualidades	10	7	17																																																															
Tejeduría	6	8	14																																																															
Accesorios	10	3	13																																																															
Cuidado personal	3	4	7																																																															
Artesanías	5	2	7																																																															
Confección	3	1	4																																																															
Suma total	49	36	85																																																															

1	Identificar, registrar y caracterizar 250 unidades productivas o emprendimientos que deseen vincularse al programa Barrio Amigo (convocatorias en 12 comunas y 7 corregimientos) Definir los criterios o requisitos para el ingreso de las unidades productivas, además de la exposición de sus productos en la tienda para la comercialización y sectorizar las unidades empresariales por actividad económica, siendo estrictos en la evaluación del estado en que llega, el acompañamiento y la etapa en que termina.	85	34%	Por su parte, el 36,1% (13 emprendimientos) han logrado ampliar su alcance hacia mercados nacionales y, en menor proporción, internacionales. En este último caso, el 8,3% (3 emprendimientos) registra presencia en mercados internacionales, principalmente a través de redes familiares en el exterior que facilitan la comercialización de productos en otros países <table><tr><th>32. ¿En qué mercados vende su empresa?</th><th>Marzo</th><th>Abril</th><th>Suma total</th></tr><tr><td>Local (en su municipio o ciudad)</td><td>41</td><td>23</td><td>64</td></tr><tr><td>Local (en su municipio o ciudad), Nacional (en otras ciudades)</td><td>4</td><td>10</td><td>14</td></tr><tr><td>Nacional (en otras ciudades del país)</td><td>3</td><td></td><td>3</td></tr><tr><td>Local (en su municipio o ciudad), Nacional (en otras ciudades del país), Internacional (en otros países)</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr><tr><td>Local (en su municipio o ciudad), Internacional (en otros países)</td><td></td><td>1</td><td>1</td></tr><tr><td>Suma total</td><td>49</td><td>36</td><td>85</td></tr></table> Nivel de formalización. Se presenta bajo nivel de formalización encontrando que de los 85 emprendedores vinculados a la fecha 68 no cuentan con registro de cámara y comercio y solo 17 cuentan con el mismo, constituyendo una minoría que, sin embargo, representa una base importante para procesos de fortalecimiento empresarial. La alta informalidad puede limitar el acceso a beneficios como financiamiento, programas de apoyo, alianzas comerciales y participación en mercados más amplios. Esta situación puede estar asociada a factores como el desconocimiento de los procesos, los costos percibidos, la complejidad de los trámites y la falta de acompañamiento. En contraste, los emprendimientos formalizados presentan mayores oportunidades de crecimiento y expansión, especialmente hacia mercados nacionales e internacionales. <table><tr><th>44. Indique si su empresa cuenta con registro mercantil de la cámara de comercio o si es un emprendimiento que aún no cuenta con registro mercantil en dicha entidad.</th><th>Marzo</th><th>Abril</th><th>Suma total</th></tr><tr><td>Es un emprendimiento que aún NO cuenta con registro en la Cámara de comercio</td><td>39</td><td>30</td><td>68</td></tr><tr><td>Si cuenta con registro en la Cámara de comercio</td><td>10</td><td>6</td><td>17</td></tr><tr><td>Suma total</td><td>49</td><td>36</td><td>85</td></tr></table> El proceso de caracterización evidencia que los emprendedores presentan un nivel de capacidades productivas en desarrollo, caracterizado por una operación principalmente local, de pequeña escala y con procesos poco tecnificados. Predominan métodos de gestión básicos (registros manuales y hojas de cálculo), lo que refleja una estructura organizativa incipiente y limitada capacidad de optimización productiva. En términos de calidad del producto o servicio, esta se encuentra estrechamente ligada a la experiencia empírica del emprendedor más que a procesos estandarizados o certificaciones formales. La alta informalidad y el bajo nivel de registro mercantil sugieren que aún no existen, en la mayoría de los casos, mecanismos consolidados de control de calidad, trazabilidad o mejora continua, lo que puede generar variabilidad en la oferta.	32. ¿En qué mercados vende su empresa?	Marzo	Abril	Suma total	Local (en su municipio o ciudad)	41	23	64	Local (en su municipio o ciudad), Nacional (en otras ciudades)	4	10	14	Nacional (en otras ciudades del país)	3		3	Local (en su municipio o ciudad), Nacional (en otras ciudades del país), Internacional (en otros países)	1	2	3	Local (en su municipio o ciudad), Internacional (en otros países)		1	1	Suma total	49	36	85	44. Indique si su empresa cuenta con registro mercantil de la cámara de comercio o si es un emprendimiento que aún no cuenta con registro mercantil en dicha entidad.	Marzo	Abril	Suma total	Es un emprendimiento que aún NO cuenta con registro en la Cámara de comercio	39	30	68	Si cuenta con registro en la Cámara de comercio	10	6	17	Suma total	49	36	85
32. ¿En qué mercados vende su empresa?	Marzo	Abril	Suma total																																													
Local (en su municipio o ciudad)	41	23	64																																													
Local (en su municipio o ciudad), Nacional (en otras ciudades)	4	10	14																																													
Nacional (en otras ciudades del país)	3		3																																													
Local (en su municipio o ciudad), Nacional (en otras ciudades del país), Internacional (en otros países)	1	2	3																																													
Local (en su municipio o ciudad), Internacional (en otros países)		1	1																																													
Suma total	49	36	85																																													
44. Indique si su empresa cuenta con registro mercantil de la cámara de comercio o si es un emprendimiento que aún no cuenta con registro mercantil en dicha entidad.	Marzo	Abril	Suma total																																													
Es un emprendimiento que aún NO cuenta con registro en la Cámara de comercio	39	30	68																																													
Si cuenta con registro en la Cámara de comercio	10	6	17																																													
Suma total	49	36	85																																													

1	Identificar, registrar y caracterizar 250 unidades productivas o emprendimientos que deseen vincularse al programa Barrio Amigo (convocatorias en 12 comunas y 7 corregimientos) Definir los criterios o requisitos para el ingreso de las unidades productivas, además de la exposición de sus productos en la tienda para la comercialización y sectorizar las unidades empresariales por actividad económica, siendo estrictos en la evaluación del estado en que llega, el acompañamiento y la etapa en que termina.	85	34%	Revisión y verificación de productos Se continúa llevando a cabo un proceso detallado de revisión y verificación de los productos ofrecidos por los emprendedores, con el propósito de garantizar estándares básicos de calidad, fortalecer su propuesta de valor y mejorar su competitividad en el mercado. Este ejercicio se desarrolló a través de la observación directa, el diálogo con los emprendedores y el análisis comparativo de sus productos frente a la oferta existente. En este sentido, se evaluaron aspectos clave como el estado y la calidad de las materias primas, identificando condiciones de almacenamiento, conservación y procedencia, con el fin de asegurar productos adecuados para la comercialización. Asimismo, se realizó un análisis de precios frente al mercado, permitiendo establecer si los valores definidos por los emprendedores son competitivos, sostenibles y acordes con las dinámicas comerciales del entorno. Se les recomienda a los emprendedores la importancia de tener unos productos bien presentados y empacados por la oportunidad de venta ya sea en punto o en ferias.																								
2	Acompañar y asesorar a 250 unidades productivas, que se vinculen al programa Barrio Amigo, para garantizar el proceso se realizaran mínimo 3 asesorías por unidad empresarial beneficiada	108	14,4%	En el marco del programa Barrio Amigo, se dispone de la capacidad técnica, operativa y logística del equipo de trabajo para el diseño e implementación de estrategias orientadas al fortalecimiento integral de las unidades productivas. Este acompañamiento se desarrolla a través de una atención personalizada a los emprendedores, permitiendo reconocer sus particularidades, dinámicas y necesidades específicas. El proceso se fundamenta en un trabajo coordinado del equipo, que articula la caracterización, el diagnóstico y la aplicación de herramientas como la batería de indicadores, con el fin de generar intervenciones pertinentes, medibles y ajustadas a la realidad de cada emprendimiento. De esta manera, se promueve no solo el fortalecimiento técnico de los negocios, sino también el crecimiento personal, intelectual y social de los emprendedores. Para garantizar un proceso organizado y efectivo, se estructuró un plan de trabajo enfocado en la caracterización y fortalecimiento de las unidades productivas <table border="1" data-bbox="820 1325 1510 1690"> <thead> <tr> <th>Inscritos/Asesorías</th><th>Actividad</th><th>Marzo</th><th>Abril</th><th>Total</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="2">Total, Inscritos</td><td>49</td><td>36</td><td>85</td></tr> <tr> <td rowspan="2">Asesorías</td><td>Asesorías Iniciales aplicadas</td><td>49</td><td>36</td><td>85</td></tr> <tr> <td>Asesorías de seguimiento aplicadas</td><td>0</td><td>23</td><td>23</td></tr> <tr> <td colspan="2">Total Asesorías</td><td>49</td><td>59</td><td>108</td></tr> </tbody> </table> Como se muestra en el cuadro anterior, se han realizado 85 asesorías de inicio y 23 de seguimiento. Para dicho seguimiento se implementó una batería de indicadores con el propósito de realizar una caracterización integral de las unidades productivas vinculadas, permitiendo medir variables claves relacionadas con su nivel de desarrollo, capacidades productivas y comerciales.	Inscritos/Asesorías	Actividad	Marzo	Abril	Total	Total, Inscritos		49	36	85	Asesorías	Asesorías Iniciales aplicadas	49	36	85	Asesorías de seguimiento aplicadas	0	23	23	Total Asesorías		49	59	108
Inscritos/Asesorías	Actividad	Marzo	Abril	Total																								
Total, Inscritos		49	36	85																								
Asesorías	Asesorías Iniciales aplicadas	49	36	85																								
	Asesorías de seguimiento aplicadas	0	23	23																								
Total Asesorías		49	59	108																								

2	Acompañar y asesorar a 250 unidades productivas, que se vinculen al programa Barrio Amigo, para garantizar el proceso se realizaran mínimo 3 asesorías por unidad empresarial beneficiada	108	14,4%	Los criterios de evaluación permiten al asesor evaluar el nivel de avance o madurez de los emprendimientos. Durante las asesorías se asigna una calificación cuantificable que permite observar las debilidades y fortalezas de los emprendimientos y comparar su evolución mes a mes como se puede analizar a continuación <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="3">Avance en la Calificación General</th><th colspan="4">Acumulativo Numero de Emprendedores</th></tr> <tr> <th colspan="2">Marzo</th><th colspan="2">Consolidado Marzo-Abril</th></tr> <tr> <th>Total Emprendimientos</th><th>% de Emprendimientos</th><th>Total Emprendimientos</th><th>% de Emprendimientos</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Bueno</td><td>33</td><td>67%</td><td>60</td><td>71%</td></tr> <tr> <td>Muy Bueno</td><td>9</td><td>18%</td><td>15</td><td>17%</td></tr> <tr> <td>por Mejorar</td><td>7</td><td>14%</td><td>10</td><td>12%</td></tr> <tr> <td>Suma total</td><td>49</td><td>100%</td><td>85</td><td>100%</td></tr> </tbody> </table> Con el análisis de la tabla anterior se puede observar que hay un avance relacionado con el nivel de madurez de los emprendimientos, el porcentaje de los emprendimientos con calificaciones más bajas “Por Mejorar” se redujo, pasó de 14% al 12% y los emprendimientos de una categoría media “Bueno” incrementó un 4% pasando del 67% al 71%, mientras el grupo con mejor calificación “Muy Bueno” permaneció se redujo en 1% pasando del 18 al 17%. Las categorías definidas para la calificación total del negocio son cuatro: 1. Avance Innovación: Nivel de desarrollo de ideas nuevas o mejoras diferenciadoras que aportan valor al emprendimiento. 2. Avance de Producto: Grado de evolución del producto costos de producción, desde su diseño hasta su validación en el mercado. 3. Avance Identidad de marca: Desarrollo de elementos que definen la imagen y personalidad del negocio (nombre, logo, mensaje y posicionamiento). 4. Avance estrategia de venta: Progreso en la definición y aplicación de canales, técnicas y acciones para comercializar el producto o servicio. Con base en dichos criterios se realiza la valoración que corresponde a “Por Mejorar” la valoración del 0% a 33%, asignando un color rojo. Luego, para la calificación “Bueno” corresponde la valoración 33% a 66% en color amarillo, y finalmente, para la calificación “Muy Bueno” se tiene una valoración 66% a 100% y color verde (ver tabla: criterios de calificación de la batería de indicadores de los emprendimientos). La semaforización señalada, permite identificar fácilmente los puntos débiles que deben trabajar más en su negocio y aquellos emprendimientos que pueden aspirar a un escalonamiento.	Avance en la Calificación General	Acumulativo Numero de Emprendedores				Marzo		Consolidado Marzo-Abril		Total Emprendimientos	% de Emprendimientos	Total Emprendimientos	% de Emprendimientos	Bueno	33	67%	60	71%	Muy Bueno	9	18%	15	17%	por Mejorar	7	14%	10	12%	Suma total	49	100%	85	100%
Avance en la Calificación General	Acumulativo Numero de Emprendedores																																				
	Marzo		Consolidado Marzo-Abril																																		
	Total Emprendimientos	% de Emprendimientos	Total Emprendimientos	% de Emprendimientos																																	
Bueno	33	67%	60	71%																																	
Muy Bueno	9	18%	15	17%																																	
por Mejorar	7	14%	10	12%																																	
Suma total	49	100%	85	100%																																	

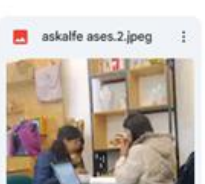
2	Acompañar y asesorar a 250 unidades productivas, que se vinculen al programa Barrio Amigo, para garantizar el proceso se realizaran mínimo 3 asesorías por unidad empresarial beneficiada	108	14,4%	<table><tr><th>Porcentaje de calificación del criterio</th><th>Valoración del Criterio</th></tr><tr><td>0%</td><td>No evidencia desarrollo ni acciones relacionadas con el criterio.</td></tr><tr><td>20%</td><td>Cuenta con una idea inicial para abordar el criterio, pero aún no ha iniciado su implementación.</td></tr><tr><td>40%</td><td>Ha iniciado la gestión del criterio (definición de costos, indicadores, proveedores, diseños u otros elementos básicos).</td></tr><tr><td>60%</td><td>El criterio se encuentra en desarrollo activo, con avances concretos y primeros resultados (indicadores, diseños u otros elementos ya definidos).</td></tr><tr><td>80%</td><td>El criterio está consolidado: se gestiona de manera sistemática y forma parte del funcionamiento del negocio (trayectoria 3 a 5 años).</td></tr><tr><td>100%</td><td>El criterio está en fase de expansión: se implementan estrategias para escalarlo, innovarlo o fortalecer su impacto (trayectoria superior a 5 años).</td></tr></table> Se cuenta con una carpeta individual por cada emprendedor inscrito en el programa Barrio Amigo, con el fin de garantizar un adecuado manejo de la gestión documental. Cada carpeta contiene la totalidad de la documentación física debidamente escaneada, asegurando su conservación, acceso y control. 0330 MARLENY... 1303-CACAO DULCE... 1303-LENCERIA MAGIC 1803-BELENES - LUCIA 2403-MIS CABAÑITAS 2503-SALAMADRA A... 3003 MUS COKIES 0330 WAFFLES... 1303-CIELO... 1603-JA CREACIONES 1803-CLAUDIA... 2403-SALOME... 2503-TAJADITOS 3003 TORNOS L.A.R. 1203-EXCELSUS 1703-EXTRACTOS... 1903-LUMIERE 2503-DELICIAS... 2603 CREACIONES... 1303-ANI HERNANDE... 1303-HZ MANILLAS Y... 1703-MILU 2103-CAFE TIERRAVIDA 2503-FLORELIZ 2703 JIREH PROVISIO... GOMAS HOT MULTICLEAN LA TIENDA DEL... ANGELITA (arroz co... NINGUNO... ACUARELA... TIERRA DE MIELES CASANOVA... ESCENCIA LILI CROCHET TOMA TU ANTOJO... VITALAURENTS PIRAPOP MICHUA MI-LU CLAUDIA FRANCO... CACAO DULCE... AJCROCHET 2 LENCERIA MAGIC 2 EXCELSUS 2 LUMIERE 2 EXTRACTOS... TORNOS L.A.R. 2 CREACIONES PITY 2 LILI CROCHET 2 Se presenta a continuación una muestra de las asesorías del periodo, las cuales sirven como insumo en la valoración de los emprendimientos y de las cuales se derivan las acciones a seguir con cada uno de ellos	Porcentaje de calificación del criterio	Valoración del Criterio	0%	No evidencia desarrollo ni acciones relacionadas con el criterio.	20%	Cuenta con una idea inicial para abordar el criterio, pero aún no ha iniciado su implementación.	40%	Ha iniciado la gestión del criterio (definición de costos, indicadores, proveedores, diseños u otros elementos básicos).	60%	El criterio se encuentra en desarrollo activo, con avances concretos y primeros resultados (indicadores, diseños u otros elementos ya definidos).	80%	El criterio está consolidado: se gestiona de manera sistemática y forma parte del funcionamiento del negocio (trayectoria 3 a 5 años).	100%	El criterio está en fase de expansión: se implementan estrategias para escalarlo, innovarlo o fortalecer su impacto (trayectoria superior a 5 años).
Porcentaje de calificación del criterio	Valoración del Criterio																	
0%	No evidencia desarrollo ni acciones relacionadas con el criterio.																	
20%	Cuenta con una idea inicial para abordar el criterio, pero aún no ha iniciado su implementación.																	
40%	Ha iniciado la gestión del criterio (definición de costos, indicadores, proveedores, diseños u otros elementos básicos).																	
60%	El criterio se encuentra en desarrollo activo, con avances concretos y primeros resultados (indicadores, diseños u otros elementos ya definidos).																	
80%	El criterio está consolidado: se gestiona de manera sistemática y forma parte del funcionamiento del negocio (trayectoria 3 a 5 años).																	
100%	El criterio está en fase de expansión: se implementan estrategias para escalarlo, innovarlo o fortalecer su impacto (trayectoria superior a 5 años).																	

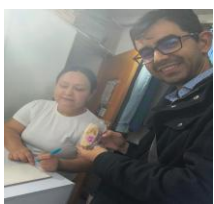
Asesorías del periodo

Nro	FECHA	NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	LINK DRIVE	EVIDENCIA FOTOGRÁFICA
1	6/04/2026	ASKALFE	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R6OTbvvJQ78OtUs19xw79y1F	 
2	6/04/2026	RICOLANDIA CUPCAKES	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R6OTbvvJQ78OtUs19xw79y1F	 
3	7/04/2026	TORTA DE PAN FRESCO	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R6OTbvvJQ78OtUs19xw79y1F	 
4	7/04/2026	DULCE HORNEADO	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R6OTbvvJQ78OtUs19xw79y1F	 
5	8/04/2026	ALFAJORES MAR	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R6OTbvvJQ78OtUs19xw79y1F	 
6	9/04/2026	SIMONA	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R6OTbvvJQ78OtUs19xw79y1F	 

7	10/04//2026	ATELIER STUDIO ART	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R60ThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
8	13/04//2026	MIS TESOROS (Asesoría N.2)	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R60ThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
9	13/04//2026	ARTE Y FE (Asesoría N.2)	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R60ThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
10	14/04//2026	COCOCHET (Asesoría N.2)	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R60ThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
11	14/04//2026	CREACIONES KELITA	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R60ThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
12	14/04//2026	ARTE HUICHOL Asesoría N.2	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R60ThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
13	16/04/2026	CAJITA DE ALMAS	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R60ThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 

14	16/04/2026	DULCE LUZ (velas Jannette)	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1qxuHtpz-R6OThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
15	16/04/2026	ENTRELAZADOS (Asesoría N.2)	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1qxuHtpz-R6OThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
16	16/04//2026	PLATANACHOS	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1qxuHtpz-R6OThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
17	17704//2026	MACANIME	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1qxuHtpz-R6OThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
18	17/04//2026	ALICIA DE SOSSA	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1qxuHtpz-R6OThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
19	20/04/2026	DECORARTE	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1qxuHtpz-R6OThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
20	21/04/2026	TEJIDOS MARIA DORIS	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1qxuHtpz-R6OThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 

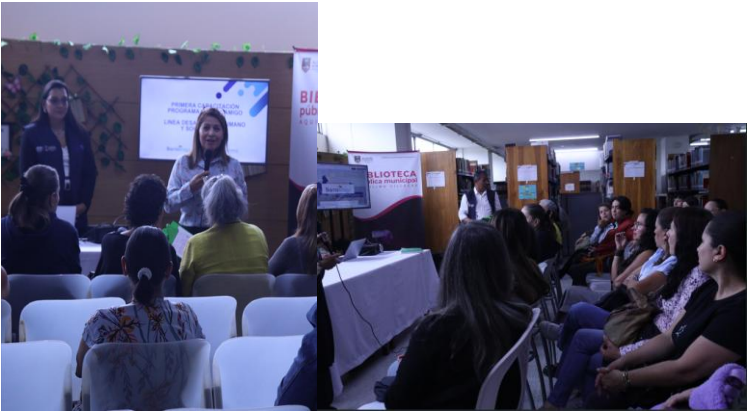
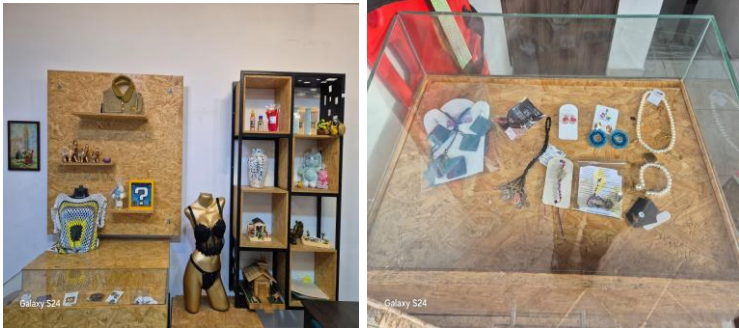
21	21/04/2026	RELIFE (Asesria N.2)	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1qxuHtpz-R6OThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
22	21/04/2026	PATRICIA GUTIERREZ (tejidos)	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1qxuHtpz-R6OThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
23	22/04/2026	LUZA ACCESORIOS	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1qxuHtpz-R6OThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
24	22/04/2026	ASKALFE (Asesoria N.2)	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1q5DdgiuPMiT_AseRzcqWtlerA0soxLK7	 
25	24/04/2026	DIAMAR	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1qxuHtpz-R6OThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
26	27/04/2026	ARTE HUICHOL (Asesoria N.3)	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1qxuHtpz-R6OThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
27	27/04/2026	TELAS Y REGALOS	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1qxuHtpz-R6OThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 

28	27/04/2026	DESTELL ART (Asesoría N.2)	https://drive.google.com/drive/folders/1gxuHtpz-R6OTbVJQ78OtUs19xw79y1F	 
29	01/04/2026	MICHUA	https://drive.google.com/drive/folders/1bU7TciYezYHTAfNcxEQRxKbMuQBJTvtT	 
30	07/04/2026	LILI-CROCHET	https://drive.google.com/drive/folders/1YImF0O0J7CztzW5IA-r3UJ5PWR2UwR	 
31	09/04/2026	PIRAPOP	https://drive.google.com/drive/folders/1ES79kZaPJLDnZqNQfQNG5W05hEKtVv	 
32	09/04/2026	VITALAURENTS	https://drive.google.com/drive/folders/1Heoy4EB1D7MGvUmD6BQsIxLOteqExBz	 
33	10/04/2026	TOMA TU ANTOJO GOURMET	https://drive.google.com/drive/folders/1Qk1b6duBd9fnAi-tlf14rrN_Sm7Np2	 
34	13/04/2026	ESENCIA	https://drive.google.com/drive/folders/1ktrqWAiyOnda7v38urOn7_iFG9893IGg	 
35	10/04/2026	CASANOVA CROCHET	https://drive.google.com/drive/folders/1d-WNUqWCOB1k0lR5LdbQqKgPoXiPZenn	 

39	17/04/2026	NINGUNO (manualidades artesanal)	https://drive.google.com/drive/folders/1gZQLMW8tsYvgZsVA4ThU50w3BI8HYkBm	 
40	14/04/2026	ANGELITA (arroz con leche)	https://drive.google.com/drive/folders/1vRnqlhbviwOpunorRhQVSSsXjio0Ptn	 
41	24/04/2026	MULTICLEAN	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1Cw-24Ji_ddyBqwMO-Wo1i32m9q9Zbi0V	 
42	27/04/2026	GOMAS HOT	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1w5qzJG5OijWjG3GoP4NVBi0M4fe2sCgy	 

3	Liderar un proceso de cualificación de 30 (artesanos y unidades empresariales) tendientes a mejorar sus ingresos y se aumentar su escalafón en el mercado	15	En proceso	Durante este periodo se ha priorizado el proceso de identificación, caracterización y reconocimiento de los emprendimientos vinculados, lo cual permitirá establecer una línea base y seleccionar de manera pertinente las unidades productivas que serán objeto de cualificación en las siguientes fases del programa. De manera transversal, se ha promovido la motivación y el compromiso de los emprendedores, fortaleciendo su participación activa en cada una de las etapas del proceso y favoreciendo su avance hacia la cualificación y sostenibilidad de sus unidades productivas ESCALONAMIENTO El proceso de escalonamiento de las unidades empresariales está contemplado como una fase posterior, una vez se hayan consolidado las etapas de caracterización, diagnóstico, acompañamiento y cualificación de los emprendimientos. Este proceso permitirá direccionar a los emprendedores hacia otros programas de la administración municipal y/o de la Secretaría TIC y Competitividad, facilitando su acceso a nuevas oportunidades de fortalecimiento, crecimiento y posicionamiento en el mercado. Hasta el mes de abril se tienen identificados 15 emprendimientos con calificaciones sobresalientes y con cualidades para ser postulados al proceso de escalonamiento, se debe seguir trabajando en estos emprendimientos para avanzar en sus puntos débiles. <table><tr><th>NOMBRE DE LA EMPRESA</th><th>VALORACIÓN GENERAL</th><th>CALIFICACIÓN GENERAL</th></tr><tr><td>MI DONITA & MAS</td><td>68%</td><td>Muy Bueno</td></tr><tr><td>JABUE</td><td>71%</td><td>Muy Bueno</td></tr><tr><td>SALAMANDRA ART STUDIO</td><td>74%</td><td>Muy Bueno</td></tr><tr><td>DELICIAS MYRLUZ</td><td>70%</td><td>Muy Bueno</td></tr><tr><td>TAJADITOS</td><td>68%</td><td>Muy Bueno</td></tr><tr><td>MAJAMA CREACIONES</td><td>80%</td><td>Muy Bueno</td></tr><tr><td>WAFFLES TENTACIÓN</td><td>68%</td><td>Muy Bueno</td></tr><tr><td>SIMONA</td><td>67%</td><td>Muy Bueno</td></tr><tr><td>PIRAPOP</td><td>69%</td><td>Muy Bueno</td></tr><tr><td>CACAO DULCE ARTESANAL</td><td>72%</td><td>Muy Bueno</td></tr><tr><td>MACANIME 3D</td><td>76%</td><td>Muy Bueno</td></tr><tr><td>ACUARELA COSTURERO</td><td>69%</td><td>Muy Bueno</td></tr><tr><td>LENCERIA MAGIC</td><td>67%</td><td>Muy Bueno</td></tr><tr><td>EXCELSUS</td><td>76%</td><td>Muy Bueno</td></tr><tr><td>ASKALFE</td><td>71%</td><td>Muy Bueno</td></tr></table>	NOMBRE DE LA EMPRESA	VALORACIÓN GENERAL	CALIFICACIÓN GENERAL	MI DONITA & MAS	68%	Muy Bueno	JABUE	71%	Muy Bueno	SALAMANDRA ART STUDIO	74%	Muy Bueno	DELICIAS MYRLUZ	70%	Muy Bueno	TAJADITOS	68%	Muy Bueno	MAJAMA CREACIONES	80%	Muy Bueno	WAFFLES TENTACIÓN	68%	Muy Bueno	SIMONA	67%	Muy Bueno	PIRAPOP	69%	Muy Bueno	CACAO DULCE ARTESANAL	72%	Muy Bueno	MACANIME 3D	76%	Muy Bueno	ACUARELA COSTURERO	69%	Muy Bueno	LENCERIA MAGIC	67%	Muy Bueno	EXCELSUS	76%	Muy Bueno	ASKALFE	71%	Muy Bueno
NOMBRE DE LA EMPRESA	VALORACIÓN GENERAL	CALIFICACIÓN GENERAL																																																		
MI DONITA & MAS	68%	Muy Bueno																																																		
JABUE	71%	Muy Bueno																																																		
SALAMANDRA ART STUDIO	74%	Muy Bueno																																																		
DELICIAS MYRLUZ	70%	Muy Bueno																																																		
TAJADITOS	68%	Muy Bueno																																																		
MAJAMA CREACIONES	80%	Muy Bueno																																																		
WAFFLES TENTACIÓN	68%	Muy Bueno																																																		
SIMONA	67%	Muy Bueno																																																		
PIRAPOP	69%	Muy Bueno																																																		
CACAO DULCE ARTESANAL	72%	Muy Bueno																																																		
MACANIME 3D	76%	Muy Bueno																																																		
ACUARELA COSTURERO	69%	Muy Bueno																																																		
LENCERIA MAGIC	67%	Muy Bueno																																																		
EXCELSUS	76%	Muy Bueno																																																		
ASKALFE	71%	Muy Bueno																																																		

3	Liderar un proceso de cualificación de 30 (artesanos y unidades empresariales) tendientes a mejorar sus ingresos y se aumentar su escalafón en el mercado	15	En proceso	Para este objetivo se ha venido trabajando en el fortalecimiento de las unidades productivas a través de asesorías personalizadas y la identificación de oportunidades de mejora, sentando las bases para potenciar sus capacidades y prepararlas para su futura vinculación a otros programas institucionales. Este enfoque permite asegurar que el escalonamiento se realice de manera estratégica, respondiendo a las condiciones reales de cada emprendimiento y maximizando el impacto de la oferta institucional disponible En relación a los emprendedores por categorías 7 pertenecen al sector alimentos con un 47% y 2 cuidado personal con un 13%, para un total de 9 unidades de negocio, lo que representan el 60% del total de los escalonados. Por lo cual se hace necesario iniciar con procesos de capacitación en BPM y en procesos para adelantar trámites ante el INVIMA. Como apoyo a los procesos de acompañamiento a los emprendedores en articulación con cámara y comercio se les invitó a participar del taller de redes sociales para el fortalecimiento de sus unidades productivas  
4	Realizar y/o gestionar 10 capacitaciones que propendan por el emprendimiento y demás temas identificados como necesidad de los beneficiarios	1	20%	En el marco del programa, el componente de formación y fortalecimiento se orienta a potenciar las competencias de los emprendedores en áreas prioritarias identificadas a partir de las asesorías iniciales, el proceso de caracterización y la aplicación de la batería de indicadores. En este sentido, se constituye como un eje estratégico para el cierre de brechas, promoviendo el fortalecimiento de habilidades empresariales y la consolidación de unidades productivas más competitivas, sostenibles y alineadas con las dinámicas del mercado. Durante el mes de abril, se avanzó en la estructuración del componente, tomando como base el diagnóstico de necesidades de los beneficiarios, el cual servirá como insumo para el desarrollo de los procesos de formación en las áreas identificadas. En coherencia con lo anterior, el día 09 de abril se llevó a cabo el primer encuentro pedagógico en el eje de desarrollo humano, orientado al fortalecimiento de habilidades blandas. En este espacio se realizó la socialización del reglamento interno del programa, resaltando su importancia para la convivencia, el orden y la participación adecuada. Adicionalmente, se abordó la metodología PAN (Padre, Adulto, Niño) como herramienta de desarrollo personal y relacional el cual conto con la participación de 36 emprendedores

4	Realizar y/o gestionar 10 capacitaciones que propendan por el emprendimiento y demás temas identificados como necesidad de los beneficiarios	1	20%	 En la jornada se escucharon las inquietudes de los emprendedores, se aclararon dudas y se tomaron decisiones conjuntas en temas que competen a todos los beneficiarios
5	Mantener en funcionamiento el punto de venta del programa ubicado en el Centro de la Ciudad	2	22,22%	Durante este periodo, se siguieron recibiendo emprendedores en el punto de venta, ampliando progresivamente la oferta disponible y fortaleciendo la participación dentro del programa. La asistente administrativa lideró el registro, control y consolidación de la información derivada de la operación, garantizando la trazabilidad de los productos y el seguimiento a las dinámicas comerciales. De manera paralela, se continuó brindando atención al público de forma oportuna y organizada, orientando a los usuarios sobre la oferta disponible y el alcance del programa. Así mismo, se realizaron acciones constantes de difusión y convocatoria de emprendedores desde el punto de venta y a través de los diferentes canales de comunicación, incluyendo redes sociales, lo que contribuyó a aumentar la visibilidad del programa y atraer nuevos participantes. Durante abril, se llevó a cabo la recepción, verificación y organización de los productos entregados por los emprendedores, asegurando criterios básicos de calidad, presentación y pertinencia. Asimismo, se fortaleció la exhibición mediante la organización semanal de la vitrina y la distribución estratégica por categorías, lo que facilitó la visibilidad de los productos y su rotación  El punto de venta se consolida como un espacio estratégico para la comercialización y visibilización de los emprendimientos, operando como una tienda donde se exhiben los productos de los participantes, facilitando su acceso al público y promoviendo su compra

5	Mantener en funcionamiento el punto de venta del programa ubicado en el Centro de la Ciudad	2	22,22%	Resultados: <table><tr><th>Concepto</th><th>MARZO</th><th>ABRIL</th><th>TOTAL</th></tr><tr><td>Productos recepcionados</td><td>110</td><td>90</td><td>200</td></tr><tr><td>Productos comercializados</td><td>4</td><td>11</td><td>13</td></tr><tr><td>Ventas</td><td>\$115.000</td><td>\$291.800</td><td></td></tr></table> Este resultado se encuentra acorde con la fase de ejecución del convenio, teniendo en cuenta que durante el mes de abril se dio inicio a las estrategias de comercialización, incluyendo la realización de la primera feria de emprendimiento y el fortalecimiento del punto de venta como canal activo de ingresos 	Concepto	MARZO	ABRIL	TOTAL	Productos recepcionados	110	90	200	Productos comercializados	4	11	13	Ventas	\$115.000	\$291.800	
Concepto	MARZO	ABRIL	TOTAL																	
Productos recepcionados	110	90	200																	
Productos comercializados	4	11	13																	
Ventas	\$115.000	\$291.800																		
6	Mantener al día y en continuo funcionamiento la página web a través de la cual se busca brindar información del programa	En proceso	0%	Durante el mes de marzo se realizó el primer contacto con la empresa encargada de la administración del dominio y la página web del programa, con el fin de gestionar su actualización y correcto funcionamiento y acceso a claves y dominios, lo cual no fue posible Posteriormente, en el mes de abril se intentó de nuevo acceder a las dos páginas web asociadas al programa; sin embargo, se evidenciaron múltiples dificultades. Por una parte, el dominio correspondiente a Cethia —el cual pertenece al operador anterior ACOPI— no cuenta con accesos disponibles (usuario y contraseña), lo que impide cualquier tipo de intervención por parte del actual operador. Por otra parte, una de las páginas web no carga, imposibilitando su visualización y verificación de estado. Adicionalmente, el proveedor únicamente remitió cotización relacionada con el servidor, sin incluir lo correspondiente a la entrega de accesos o credenciales de administración. Esta situación limita significativamente el cumplimiento de la obligación contractual, teniendo en cuenta que el rubro establecido en el convenio contempla únicamente la actualización y mantenimiento de una página web existente, y no la creación de una nueva. En ese sentido, se continúa a la espera de la entrega de accesos y de la información completa por parte del proveedor para poder avanzar con las acciones requeridas Se programo reunion con el operador anterior, la empresa prestadora del servicio, la entidad operadora actual y la administración municipal para retomar los accesos 																

7	Realizar 20 ferias de comercialización a través de las cuales se den a conocer los productos de los emprendedores de base comunitaria	2	10%	Se realizaron 2 ferias: - Los días 14 y 15 con la participación de 35 emprendedores en la Plazoleta Alcaldía con ventas por valor de \$ 11.540.800   - Los días 29 y 30 de abril con la participación de 32 emprendedores, en la plazoleta de la Alcaldía, con ventas por valor de 11.803.500   VENTAS DEL PERIODO <table border="1"> <thead> <tr> <th>NRO</th><th>FECHA</th><th>LUGAR</th><th>NRO</th><th>VENTAS</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td><td>14 y 15 de abril</td><td>Plazoleta Alcaldía</td><td>35</td><td>11.540.800</td></tr> <tr> <td>2</td><td>29 al 30 de abril</td><td>Plazoleta Alcaldía</td><td>32</td><td>11.803.500</td></tr> <tr> <td colspan="4">TOTAL</td><td>23.344.300</td></tr> </tbody> </table> 	NRO	FECHA	LUGAR	NRO	VENTAS	1	14 y 15 de abril	Plazoleta Alcaldía	35	11.540.800	2	29 al 30 de abril	Plazoleta Alcaldía	32	11.803.500	TOTAL				23.344.300
NRO	FECHA	LUGAR	NRO	VENTAS																				
1	14 y 15 de abril	Plazoleta Alcaldía	35	11.540.800																				
2	29 al 30 de abril	Plazoleta Alcaldía	32	11.803.500																				
TOTAL				23.344.300																				
8	Generar estrategias de comercialización que permitan ingresos a los artesanos por valor de \$200.000.000.	23.815.600	11,90%	Durante el mes de abril, en el marco del programa Barrio Amigo, se han promovido estrategias de comercialización en el punto de venta, orientadas a fortalecer la generación de ingresos y la rotación de productos. Estas acciones se han desarrollado a partir de los productos entregados por los emprendedores para su exhibición y venta. Entre las principales estrategias implementadas se destaca la participación en ferias realizadas durante el mes, las cuales han permitido ampliar la visibilización de las unidades productivas y acercar la oferta a un mayor número de clientes. De igual manera, se ha garantizado la atención continua al público en el punto de venta, brindando información oportuna sobre los productos y promoviendo su compra.																				

8	Generar estrategias de comercialización que permitan ingresos a los artesanos por valor de \$200.000.000.	23.815.600	11,90%	Análisis: Las estrategias implementadas durante el mes de abril evidencian un enfoque integral para dinamizar la actividad comercial del programa, combinando acciones de promoción externa (ferias) con el fortalecimiento del punto de venta. La articulación de estos espacios ha permitido incrementar la visibilidad de los emprendedores y generar mayores oportunidades de comercialización. Asimismo, la atención al público y la adecuada exhibición de los productos contribuyen a mejorar la experiencia del cliente y a potenciar la rotación del inventario. En este sentido, se proyecta que la continuidad y fortalecimiento de estas estrategias permitirá consolidar un crecimiento progresivo en las ventas y en la sostenibilidad del programa VENTAS OUTLET <table><tr><th>PERIODO</th><th>VALOR ETIQUETA</th><th>VALOR VENTA</th></tr><tr><td>MARZO</td><td>\$98.000</td><td>\$50.500</td></tr><tr><td>ABRIL</td><td>\$28.000</td><td>\$14.000</td></tr><tr><td>TOTAL</td><td>\$126.000</td><td>\$64.500</td></tr></table> Esta gestión permitió dar salida al inventario acumulado, optimizar el uso de estos recursos y generar ingresos. Asimismo, se evidencia la importancia de continuar fortaleciendo este canal como una alternativa para la rotación de productos y la recuperación de valor. INGRESOS GENERADOS EN EL AÑO 2026 Las estrategias actuales para la generación de ingresos a favor de los emprendedores son: PUNTO DE VENTA VENTAS OUTLET FERIAS Dichas estrategias arrojaron los siguientes resultados <table><tr><th>PERIODO</th><th>FERIAS</th><th>PUNTO DE VENTA</th><th>VENTAS EXTERNAS</th><th>OUTLET</th><th>TOTAL</th></tr><tr><td>MARZO</td><td>0</td><td>115.000</td><td>0</td><td>50.500</td><td>165.500</td></tr><tr><td>ABRIL</td><td>23.344.300</td><td>291.800</td><td>0</td><td>14.000</td><td>23.650.100</td></tr><tr><td>TOTAL</td><td>23.344.300</td><td>406.800</td><td>0</td><td>64.500</td><td>23.815.600</td></tr></table> Durante el mes de abril se avanzó en la consolidación de la fase operativa del programa, evidenciada en la activación del punto de venta, la implementación de estrategias de comercialización y la realización de las primeras ferias, las cuales generaron resultados positivos en términos de participación y visibilización. Asimismo, se fortalecieron los procesos de caracterización y acompañamiento técnico a los emprendedores, lo que permite proyectar una ejecución enfocada en el fortalecimiento comercial y el posicionamiento de las unidades productivas en los siguientes periodos	PERIODO	VALOR ETIQUETA	VALOR VENTA	MARZO	\$98.000	\$50.500	ABRIL	\$28.000	\$14.000	TOTAL	\$126.000	\$64.500	PERIODO	FERIAS	PUNTO DE VENTA	VENTAS EXTERNAS	OUTLET	TOTAL	MARZO	0	115.000	0	50.500	165.500	ABRIL	23.344.300	291.800	0	14.000	23.650.100	TOTAL	23.344.300	406.800	0	64.500	23.815.600
PERIODO	VALOR ETIQUETA	VALOR VENTA																																						
MARZO	\$98.000	\$50.500																																						
ABRIL	\$28.000	\$14.000																																						
TOTAL	\$126.000	\$64.500																																						
PERIODO	FERIAS	PUNTO DE VENTA	VENTAS EXTERNAS	OUTLET	TOTAL																																			
MARZO	0	115.000	0	50.500	165.500																																			
ABRIL	23.344.300	291.800	0	14.000	23.650.100																																			
TOTAL	23.344.300	406.800	0	64.500	23.815.600																																			

SOBREEL PERSONAL REQUERIDO

1	Disponer el personal necesario y suficiente para el desarrollo de las actividades del objeto de este convenio	6	100%	Se cuenta con el personal requerido según la propuesta presentada Coordinación: Diana Patricia Flórez Vélez Asesor Empresarial: Carlos Andrés Martínez Flórez Gerardo Vanegas Alexa Bibiana Torres Álzate Comunicadora Social: Sheccid Hurtado Clavijo Asistente de Punto: Jackeline Arango Salazar
2	Garantizar la contratación con personal idóneo, capacitado, con experiencia, con las competencias personales y laborales requeridas en la realización de la actividad. La Alcaldía de Manizales se reserva el derecho de solicitar copia de los informes de selección para evidenciar la aptitud de los trabajadores asignados a la operación	6	100%	La entidad puso a disposición del proyecto el personal requerido, para lo cual anexo las hojas de vida y los contratos suscritos
3	Cumplir con todas las obligaciones legales y reglamentarias en materia de pago de salarios, prestaciones sociales, afiliación y pagos al sistema de seguridad social integral (pensiones y salud), ARL, y aportes fiscales y parafiscales (SENA, ICBF, Caja de Compensación) cuando aplique del personal que destine al cumplimiento del contrato. El incumplimiento o retraso establecido en el presente numeral, a criterio de la Alcaldía de Manizales, podrá dar lugar a la terminación anticipada del contrato con el proponente seleccionado sin lugar a requerimiento previo por parte de la Alcaldía de Manizales o al pago de indemnización alguna a favor del proponente seleccionado	2	22,22%	La entidad presenta como soporte financiero el pago a cada una de las personas vinculadas al proceso con la respectiva cuenta de cobro, seguridad social y comprobante de pago
4	Llevar el control directo del personal destinado al cumplimiento del objeto contratado, y supervisarlo permanentemente	2	22,22%	Cada uno de los profesionales vinculados cuenta con un plan de trabajo y se anexa al informe las actividades realizadas por cada uno de los profesionales
5	La vinculación del personal realizada en el desarrollo de las actividades a contratar será por cuenta, riesgo y bajo exclusiva responsabilidad del conviniente, entendiéndose que los mismos no poseen vinculación laboral alguna con la alcaldía de Manizales	2	22,22%	La entidad ha asumido el riesgo y responsabilidad frente al personal contratado, aclarando que los mismos no poseen vínculo laboral con la Alcaldía de Manizales

ACTIVIDADES GENERALES

1	Realizar el aporte en dinero al cual se comprometió mediante oficio de contrapartida por la suma establecida para la ejecución del convenio el cual no podrá corresponder a un valor menor al 30% del valor total del proyecto	\$ 12.335.200	9,6%	Para lo corrido del contrato y acorde a las actividades ejecutadas, la entidad ha realizado aporte por valor de \$ 12.335.200
2	Ejecutar el convenio dentro del plazo pactado	2	22,22%	La ejecución del convenio se encuentra en el plazo fijado mostrando el avance correspondiente al primer mes de ejecución

3	Toda entidad privada sin ánimo de lucro que realice contratos en la ejecución del presente convenio debe informar al municipio y publicarlos en el SECOP II. Adicionalmente, la entidad privada sin ánimo de lucro deberá entregar a la Entidad Estatal, la información relativa a los subcontratos que suscriba para desarrollar el programa o actividad de interés público previsto en el Plan Nacional o seccional de Desarrollo, incluyendo los datos referentes a la existencia y representación legal de la entidad con quien contrató y la información de pagos	2	22,22%	Se realiza la publicación respectiva en el SECOP II y en el informe de ejecución en carpeta de evidencias 
4	Actualizar y mantener al día la base de datos de los beneficiarios en las dos etapas	2	22,22%	Se hace la entrega de la base de datos con la información de los 49 emprendedores inscritos a la fecha
5	Contratar por su cuenta y riesgo el personal profesional y técnico requerido para el desarrollo del proyecto, el cual deberá tener la disponibilidad requerida, lo mismo que los materiales y equipos requeridos para la ejecución de las actividades que contempla el programa y conforme a la propuesta presentada, advirtiendo que el personal contratado no tendrá ningún vínculo laboral con el municipio de Manizales	2	22,22%	La entidad ha contratado y puesto a disposición del proyecto el personal, los materiales y equipos requeridos para la ejecución de las actividades
6	Presentar informe de ejecución mensual, con material fotográfico y con los soportes relacionados e informe técnico y financiero debidamente detallado sobre la inversión de los recursos; para lo cual deberá atender las sugerencias que sobre la ejecución del proyecto le haga el(la) supervisor(a).	2	22,22%	Se presenta el primer informe de ejecución física y financiera del convenio con sus soportes correspondiente al periodo entre el 2 de marzo y el 1 de abril de 2026
7	Dar los créditos a la Alcaldía de Manizales-Secretaría de Desarrollo Social e indicar con claridad que se trata de una labor de la mencionada entidad, dando a conocer a los beneficiarios el apoyo que se da a través de la Secretaría de Desarrollo Social.	2	22,22%	Se han dado los créditos a la Alcaldía de Manizales, secretaria de Desarrollo Social en todas las actividades realizadas
8	Mantener y respetar la confidencialidad, seguridad y propiedad de toda la información a la que tenga acceso en virtud del contrato. Para estos efectos, el proponente acepta que la información que reciba o conozca por la ejecución de este contrato es de propiedad exclusiva de la Alcaldía de Manizales y se abstendrá de utilizarla para cualquier fin distinto a la ejecución del contrato	2	22,22%	Se mantiene la confidencialidad de la información, se hizo entrega de bases de datos y carpetas de beneficiarios anteriores a fin de realizar la debida convocatoria
9	Mantener fijos los valores presentados en la propuesta, durante el término de ejecución del convenio	2	22,22%	No se han realizado ajustes a los valores fijados en la propuesta
10	La ESAL deberá darle aplicación al artículo 50 de la ley 2195 de 2022, por medio de la cual se adoptan medidas de transparencia, prevención y lucha contra la corrupción, cuando ésta le sea atribuible.	2	22,22%	Se da aplicación a la normatividad a través de la transparencia en el manejo de la información y documentación del programa
11	Cumplir con las demás obligaciones que le señale el Municipio de acuerdo con la naturaleza del convenio	2	22,22%	No se han establecido nuevas obligaciones
12	Invertir los recursos del convenio única y exclusivamente para el desarrollo del mismo y conforme a las actividades pactadas.	2	22,22%	Los recursos invertidos en el primer mes de ejecución del convenio obedecen a actividades propias del mismo

13	Rendir informe mensual dentro de los 5 días calendarios siguientes al vencimiento del periodo de las actividades propias del convenio descrito en el alcance y/o concertados con el supervisor, de conformidad con el cronograma, si las actividades así lo requieren, sin perjuicio de que sea o no para el trámite de la cuenta	2	22,22%	Se presenta el primer informe de ejecución física y financiera del convenio con sus soportes correspondiente al periodo entre el 2 de marzo y el 1 de abril de 2026. Dicho informe fue presentado en el tiempo establecido teniendo en cuenta que el 1 de abril la administración municipal se encontraba en receso por semana santa
14	Cumplir con las especificaciones técnicas descritas en los estudios previos, en la invitación publica y en la propuesta presentada, lo cual para todos los efectos forma parte integral del convenio.	2	22,22%	Se ha venido cumpliendo con las especificaciones técnicas del proceso
15	El conviniente será responsable de los actos u omisiones en el ejercicio de las actividades que desarrolle en virtud del convenio cuando de ellos se desprenda o cause un perjuicio a la administración o a terceros	2	22,22%	Se cumple
16	Guardar la debida reserva de los asuntos que conozca o se le dé a conocer por parte de la entidad contratante con ocasión de la ejecución del objeto contractual	2	22,22%	Se cumple

Enunciar Anexos:

 02 EVIDENCIAS 7/05/2026 1:56 p. m.
 03 INFORME FINANCIERO 8/05/2026 1:18 p. m.
 00 OFICIO REMISORIO INFORME 2 CONV... 7/05/2026 11:42 a. m.
 01 AS-ADU-004 FORMATO PRESENTACIÓ... 7/05/2026 2:37 p. m.
 01 AS-ADU-004 FORMATO PRESENTACIÓ... 7/05/2026 2:25 p. m.
 2 INFORME DE EJECUCIÓN 2 CONVENIO ... 7/05/2026 1:14 p. m.
 05 CERTIFICADO DE PAZ Y SALVO APORT... 7/05/2026 12:06 p. m.
 06 RUT ASFAPAZ A 20 DE MARZO DE 202... 20/03/2026 1:32 p. m.
 07 CERTIFICACION BANCARIA ASFAPAZ ... 1/04/2026 4:47 p. m.
 08 SOLICITUD EXENCIÓN CONTRATO N°... 7/05/2026 12:03 p. m.

El Supervisor certifica que el contratista está ejecutando las obligaciones y el objeto contractual, de conformidad con lo pactado asegurando que no ha omitido información y la consignada es veraz.



FIRMA
NOMBRE: MARIA CARMENZA BERMUDEZ S.
C.C.30.296.636
SUPERVISOR