



Dirección General

Sembrando semillas de amor y trabajo, para una
Colombia en paz.

Manizales, Caldas- 6 de mayo de 2026

Señores

MUNICIPIO DE MANIZALES

Sra. María Carmenza Bermúdez Salazar

Supervisora Convenio N°2602270755

Secretaría de Desarrollo Social

Ciudad

ASUNTO: Informe uno (2) Convenio N° 2602270755

Cordial saludo,

Nos permitimos remitir – **Informe dos (2) Convenio N° 2602270755** para “Aunar esfuerzos para el apoyo a Unidades empresariales de Base comunitaria dirigido a la Población de pobreza extrema, con el fin de fomentar la Generación de Ingresos de la población”.

1. Informe de Ejecución.
2. Evidencias CD. -Dos (2).
3. Informe Financiero (Relación de Gastos, soportes).
4. Factura.
5. Certificación Paz y salvo aportes a la Seguridad Social.
6. Rut Actualizado.
7. Certificación Bancaria.
8. Solicitud exoneración Retención en la fuente y Exención cobro de RETEICA- a que hubiera lugar.

Muchas gracias.

Atentamente,

PASTORA ELENA VANEGAS ALZATE
Directora General

INFORME BARRIO AMIGO 2026

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

1. INFORMACIÓN GENERAL	2
2. OBJETIVO DEL INFORME	2
3. RESUMEN EJECUTIVO	3
4. CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES CONTRACTUALES	4
OBJETO CONTRACTUAL	4
4.1 OBLIGACIÓN 1	4
1: IDENTIFICAR, REGISTRAR Y CARACTERIZAR 250 UNIDADES PRODUCTIVAS O EMPRENDIMIENTOS QUE DESEEN VINCULARSE AL PROGRAMA BARRIO AMIGO, DEFINIR LOS CRITERIOS O REQUISITOS PARA EL INGRESO DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS, ADEMAS DE LA EXPOSICION DE SUS PRODUCTOS EN LA TIENDA PARA LA COMERCIALIZACION Y SECTORIZAR LAS UNIDADES EMPRESARIALES POR ACTIVIDAD ECONOMICA	4
4.2 OBLIGACIÓN 2	41
ACOMPAÑAMIENTO A LAS UNIDADES PRODUCTIVAS	55
4.3 OBLIGACION 3	56
OBLIGACION 3: LIDERAR UN PROCESO DE CUALIFICACION DE 30 UNIDADES EMPRESARIALES TENDIENTE A MEJORAR SUS INGRESOS Y AUMENTAR SU ESCALAFON EN EL MERCADO	56
ESCALONAMIENTO	57
4.4 OBLIGACION 4	58
OBLIGACIÓN 4: REALIZAR Y O GESTIONAR 10 CAPACITACIONES QUE PROPENDAN POR EL EMPRENDIMIENTO	58
4.5 OBLIGACION 5	62
OBLIGACIÓN 5: MANTENER EN FUNCIONAMIENTO EL PUNTO DE VENTA DEL PROGRAMA UBICADO EN EL CENTRO	62
4.6 OBLIGACIÓN 6	67
OBLIGACIÓN 6 MANTENER AL DIA Y EN CONTINUO FUNCIONAMIENTO LA PÁGINA WEB A TRAVÉS DE LA CUAL SE BRINDA INFORMACIÓN DEL PROGRAMA	67
4.7 OBLIGACIÓN 7	67
OBLIGACION 7 REALIZAR 20 FERIAS DE COMERCIALIZACIÓN A TRAVÉS DE LAS CUALES SE DAN A CONOCER LOS PRODUCTOS DE LOS EMPRENDEDORES	67
4.8 OBLIGACIÓN 8 GENERAR ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN QUE PERMITAN INGRESOS A LOS ARTESANOS POR VALOR DE \$200.000.000	71
Tabla de cumplimiento de actividades – Marzo	1

1. INFORMACIÓN GENERAL

- Programa: Barrio Amigo
- Convenio: 2602270755
- Periodo: Abril
- Operador: ASFAPAZ
- **Coordinación:**
Diana Patricia Flórez Vélez
- Equipo de trabajo:
Asesor Empresarial:
Carlos Andrés Martínez Flórez
Gerardo Vanegas
Alexa Bibiana Torres Alzate
Comunicadora Social:
Sheccid Hurtado Clavijo
Asistente de Punto:
Jackeline Arango Salazar

PERIODO DEL INFORME

El presente informe da cuenta de las actividades y avances desarrollados en el marco del convenio suscrito entre Asfapaz y la Secretaría de Desarrollo Social, cuya acta de inicio fue firmada el 02 de marzo. El periodo reportado comprende desde el 1 de abril, hasta el 30 de abril, en el cual se ejecutaron diversas acciones orientadas al cumplimiento de los objetivos establecidos en el convenio.

2. OBJETIVO DEL INFORME

Presentar el cumplimiento de las obligaciones contractuales del programa, mediante la sistematización y evidencia de las actividades desarrolladas durante el mes de abril en el marco de la estrategia *Barrio Amigo*, incluyendo las fases de alistamiento, implementación y convocatoria, así como los procesos de caracterización y asesoría a emprendedores, con el fin de demostrar el avance en el fortalecimiento de las unidades productivas, las metas alcanzadas y los resultados obtenidos en términos de participación, acompañamiento técnico y consolidación de iniciativas económicas en el territorio.

3. RESUMEN EJECUTIVO

En el marco de la estrategia Barrio Amigo, durante el mes de abril se desarrollaron acciones correspondientes a la fase de ejecución, orientadas al fortalecimiento de las unidades productivas vinculadas al programa para la vigencia 2026.

En este periodo, se consolidó el acompañamiento técnico, social y comercial a los emprendedores, promoviendo el fortalecimiento del punto de venta mediante la dinamización de las ventas y la recepción de productos por parte de los participantes.

Como parte del proceso formativo, se llevó a cabo el primer encuentro con los emprendedores, en el cual se desarrolló una jornada pedagógica en donde se

socializa el reglamento interno del programa, fortaleciendo las capacidades personales y el conocimiento de las condiciones de participación.

Asimismo, se realizaron dos ferias de emprendimiento en la plazoleta, generando un espacio estratégico para la visibilización, promoción y comercialización de los productos, impactando de manera directa el posicionamiento de las unidades productivas.

Adicionalmente, se implementaron acciones de difusión y convocatoria a través de redes sociales y se brindó asesoría integral a los emprendedores, contribuyendo al fortalecimiento de su participación y al crecimiento del programa en el territorio.

4. CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES CONTRACTUALES

OBJETO CONTRACTUAL

AUNAR ESFUERZOS PARA EL APOYO DE UNIDADES EMPRESARIALES DE BASE COMUNITARIA, DIRIGIDO A LA POBLACIÓN DE POBREZA EXTREMA CON EL FIN DE FOMENTAR LA GENERACIÓN DE INGRESOS DE LA POBLACIÓN

4.1 OBLIGACIÓN 1: IDENTIFICAR, REGISTRAR Y CARACTERIZAR 250 UNIDADES PRODUCTIVAS O EMPRENDIMIENTOS QUE DESEEN VINCULARSE AL PROGRAMA BARRIO AMIGO, 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

Actividades desarrolladas:

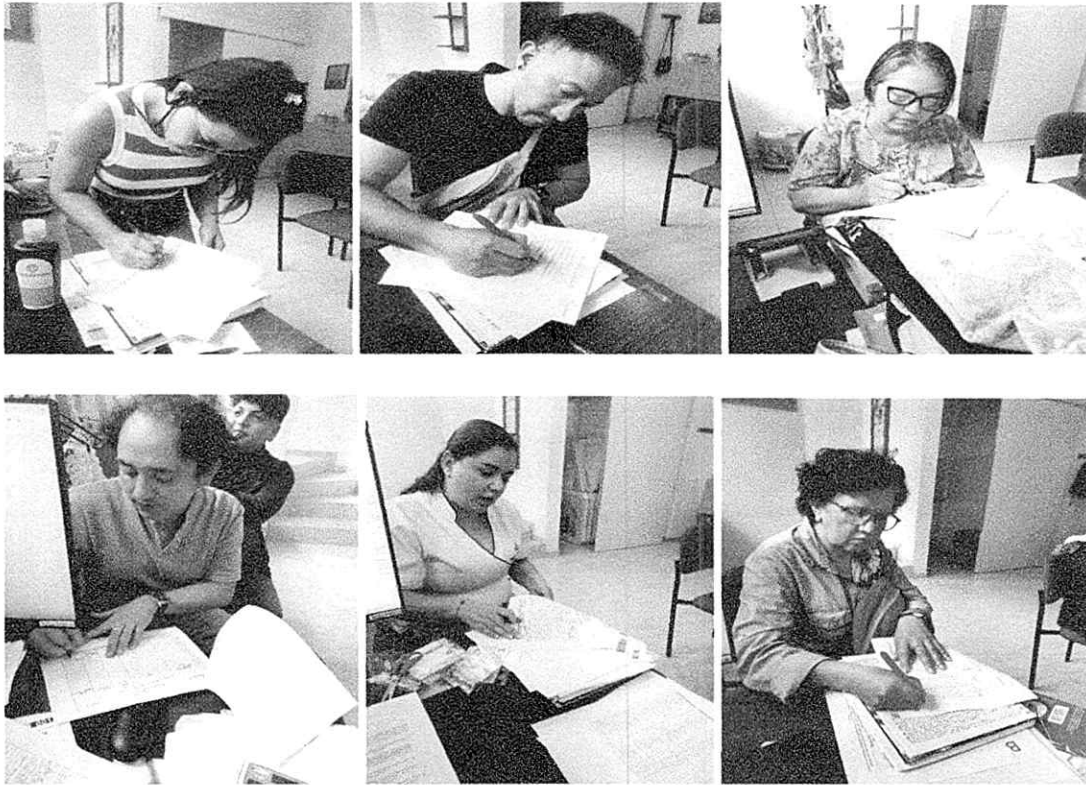
Convocatoria:

Durante el mes de abril, 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 uno a uno, con base en la depuración de 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.

Se continuó implementando la estrategia de visibilidad y promoción basada en cuatro fases:

- **Expectativa:** Se siguieron publicando piezas (reels y diseños gráficos) orientadas a generar expectativa sobre próximos eventos y ferias.
- **Convocatoria:** Se fortaleció la difusión de información oficial mediante piezas gráficas, formularios y mensajes con requisitos de participación.
- **Cobertura:** Se mantuvo la publicación en tiempo real (historias y reels) durante las ferias realizadas en el mes, incentivando la asistencia y la compra.
- **Cierre:** Se continuó con la publicación de carruseles y reels tipo vlog, consolidando el resumen y resultados de cada evento.

Como resultado del proceso en el mes de abril se logró la incorporación de 36 emprendedores al programa



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.

Registro en base de datos:

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.

De los 253 emprendedores inscritos el año anterior, se encuentra que varios no continuarán en el proceso debido a diversas razones personales y circunstanciales. Algunos han logrado vincularse laboralmente, otros se han trasladado a diferentes ciudades, y un grupo reducido presenta quebrantos de salud que limitan su participación.

No obstante, un grupo significativo de ellos retomarán sus procesos, evidenciando avances en sus proyectos y manteniendo expectativas claras frente a su crecimiento. Esto permite conservar un núcleo sólido, comprometido y activo dentro del programa.

Identificación y registro

CATEGORÍA	INSCRIPCIÓN DE EMPRENDEDORES		
	MARZO	ABRIL	TOTAL
NUEVOS	8	13	21
ANTIGUOS	41	23	64
TOTAL	49	36	85

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.

Asimismo, se continúa trabajando en la consolidación de espacios de articulación que faciliten la captación de nuevos emprendedores, fortaleciendo así las estrategias de convocatoria y difusión del programa.

ID	SEXO	FECHA DE INSCRIPCIÓN	PRIMER NOMBRE	SEGUNDO NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO	OBSERVACIONES	NOMBRE DE QUIEN VACE LA OBLIGACIÓN
1		1/12/2025	24347866	MARISA	EUGENA	AGUIRRE	CARDEÑO	JACKELINE
2		17/3/2026	30261987	BEATRIZ		ALZATE	CASTRILLÓN	JACKELINE
3		1/12/2025	1053766827	ERIKA		ARBELAEZ		JACKELINE
4		1/12/2025	1192769418	MARADEY	MERCEDES	ARIAS	MENDOZA	JACKELINE
5		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
6		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
7		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
8		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
9		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
10		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
11		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
12		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
13		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
14		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
15		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
16		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
17		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
18		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
19		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
20		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
21		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
22		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
23		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
24		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
25		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
26		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
27		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
28		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
29		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
30		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
31		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
32		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
33		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
34		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
35		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
36		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
37		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
38		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
39		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
40		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
41		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
42		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
43		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
44		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
45		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
46		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
47		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
48		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
49		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
50		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
51		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
52		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
53		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
54		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
55		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
56		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
57		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
58		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
59		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
60		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
61		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
62		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
63		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
64		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
65		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
66		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
67		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
68		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
69		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
70		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
71		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
72		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
73		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
74		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
75		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
76		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
77		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
78		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
79		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
80		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
81		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
82		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
83		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
84		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE
85		1/12/2025	1055750988	JUAN	MIGUEL	ATEHORTUA	CAMARGO	JACKELINE

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

- 7

Flujo de aprobación de contenidos:

Se continuó aplicando el flujo estructurado de envío y aprobación:

- Envío de contenidos los días viernes.
- Recepción de retroalimentación los días lunes.
- Programación reajutable según sea necesario.

Este proceso se ha fortalecido, permitiendo mayor eficiencia, organización interna y calidad en las publicaciones.

Producción audiovisual continua:

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.

Estrategia de acompañamiento a emprendedores:

A partir de la caracterización realizada, durante el mes de abril se avanzó en la segmentación de los emprendedores según sus necesidades en comunicación digital, con el fin de estructurar un plan de trabajo más específico en:

- Asesorías grupales segmentadas.
- Creación de contenido educativo en formato video.
- Asesorías individuales según necesidad.
- Formación en herramientas digitales.

Estas acciones han permitido continuar brindando herramientas prácticas y accesibles para el fortalecimiento de los emprendimientos, facilitando la apropiación de conceptos básicos en comunicación digital.

Desarrollo de piezas institucionales:

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.

Optimización de redes sociales:

Durante este periodo, se implementaron ajustes orientados a mejorar el rendimiento del contenido, entre los que se destacan:

- Incorporación de contenido en formato **reels**.
- Definición de temáticas mensuales para enfocar la promoción de los emprendimientos.
- Análisis de horarios de publicación, con el objetivo de optimizar el alcance.

Estas acciones responden a un enfoque de mejora continua basado en el comportamiento de la audiencia. En sinergia con esto se siguió implementando la estrategia de producción audiovisual permanente, logrando mayor dinamismo y cercanía con la audiencia.

Articulación institucional:

Se mantuvo la articulación con la Alcaldía de Manizales, fortaleciendo la coherencia gráfica y la identidad visual del programa, en concordancia con los lineamientos institucionales establecidos. Este trabajo conjunto ha permitido unificar criterios de comunicación y garantizar una presentación más organizada y profesional en los diferentes espacios y piezas desarrolladas publicadas en las distintas plataformas.

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.

En conjunto, la gestión activa del contenido y la interacción con los usuarios han contribuido a mejorar la experiencia del usuario, fortalecer la comunicación bidireccional y potenciar el alcance e impacto de la estrategia digital del programa.

Automatización de mensajes e interacción con seguidores:

Se continuó implementando y fortaleciendo la automatización de respuestas en redes sociales, mejorando la atención al usuario y optimizando los tiempos de respuesta.

Las acciones incluyeron:

- Mensajes automáticos de bienvenida.
- Respuestas rápidas a preguntas frecuentes.
- Orientación a nuevos interesados.
- Gestión activa de comentarios y mensajes.

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.

Evidencias:

Actividad	Link del drive	Evidencia fotográfica
-----------	----------------	-----------------------

Automatización interacción	e https://drive.google.com/drive/folders/10OG1V_PzO9axPRKqC3L8Hb2jrTxhrtDY	
Capacitación	https://drive.google.com/drive/folders/1ecPWbPGYaJm-RmU4oIQdQNIpTfsA0t4Y?usp=drive_link	

Ferias

https://drive.google.com/drive/folders/1OFtWoAMgVAtXjlwU3dxVZsp19N975grm?usp=drive_link



Parrilla de contenido

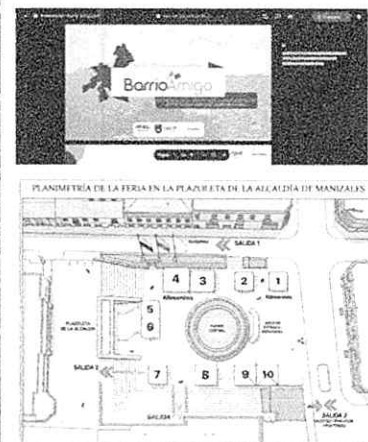
https://docs.google.com/spreadsheets/d/15ErSefeCvklhYCWQapkow89lvu5pP_9d9AWwuwbjqQY/edit?usp=drive_link

Planilla de contenido

FECHA	PROYECTO	TEMÁTICA	OBJETIVO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
29 y 30 de abril	BarrioAmigo	Comercio local	Fortalecer el comercio local y promover el consumo responsable.	Exposición de productos locales, talleres de cocina, demostraciones de artesanías.	Equipo de trabajo BarrioAmigo
29 y 30 de abril	BarrioAmigo	Arte y cultura	Mostrar y promover la producción artística y cultural de la comunidad.	Exposición de obras de arte, talleres de pintura, música en vivo.	Equipo de trabajo BarrioAmigo
29 y 30 de abril	BarrioAmigo	Medio ambiente	Sensibilizar sobre la importancia del medio ambiente y promover prácticas sostenibles.	Talleres de reciclaje, plantación de árboles, charlas sobre sostenibilidad.	Equipo de trabajo BarrioAmigo

Formatos

https://drive.google.com/drive/folders/1CwaX9uNWUgJAmsxo0rfVf4RMXTnXPEus?usp=drive_link



Comunicación interna

https://drive.google.com/drive/folders/1rdWzKnxW5wDzGzU80SV-hZPAEibo2y0O?usp=drive_link



Métricas abril	https://drive.google.com/drive/folders/1N0piAmTY4_x6Kk5ZGg0JxiuwkE0_klOg?usp=drive_link	
----------------	---	---

Reglamento interno

Actualización, socialización e implementación del reglamento interno

Como parte del proceso del programa Barrio Amigo y con el propósito de fortalecer el orden, la convivencia y la adecuada participación de los emprendedores, se realizó la actualización del reglamento interno, el cual establece de manera clara los deberes, derechos, conductos regulares y normas de comportamiento dentro del programa.

Este reglamento fue revisado, aprobado y actualizado por la Secretaría de Desarrollo Social y la supervisora del convenio, garantizando su alineación con los lineamientos institucionales y los objetivos del programa.

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.

Como parte de este proceso, se llevó a cabo la firma del acta de compromiso por parte de los emprendedores, mediante la cual manifiestan conocer, aceptar y comprometerse con el cumplimiento de las disposiciones establecidas, así como con los conductos regulares y las consecuencias derivadas del incumplimiento de las normas.

Estas acciones han permitido fortalecer la apropiación del reglamento por parte de los beneficiarios, promoviendo una participación organizada, responsable y alineada con los principios del programa.

Actividad	Link del drive	Evidencia fotográfica
Reglamento interno	https://drive.google.com/drive/u/3/folders/1djvNfGgGaf9hv0jlqFfgBQFF5z8KU9UT	 

The image shows an open manuscript with three folios visible. The text is written in a Gothic script. Folio 10v (left) has a large initial 'C' in red ink. Folio 11r (middle) has a large initial 'C' in red ink. Folio 11v (right) has a large initial 'C' in red ink. The manuscript is bound in dark leather with visible stitching and metal clasps.

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.

- **Sección 1: Autorización para el tratamiento de datos e inscripción al programa Barrio Amigo 2026.**
- **Sección 2: Datos personales (preguntas 3 a 22),** incluyendo información como fecha de nacimiento, zona de residencia (urbana o rural), estrato socioeconómico, nivel de escolaridad, ocupación y pertenencia a población especial. Esta información permite conocer las características sociodemográficas de los emprendedores y facilitar su focalización.

- **Sección 3: Datos del emprendimiento (preguntas 23 a 48)**, en la que se recopila información sobre productos o servicios ofrecidos, categoría del emprendimiento, sector económico, etapa de madurez, formas de comercialización y visibilidad del negocio. Esto permite comprender el estado actual y funcionamiento de cada unidad productiva.
- **Sección 4: Participación en otros programas de emprendimiento y capacitaciones (preguntas 49 a 57)**, orientada a identificar antecedentes de formación y necesidades de fortalecimiento.

Durante este periodo, se continuó realizando la caracterización de nuevos emprendedores que se han vinculado al programa, permitiendo ampliar la cobertura y actualizar de manera constante la base de datos.

A partir de la información recolectada, se fortaleció el análisis de las necesidades de los emprendedores, identificando requerimientos específicos en materia de capacitación, asesoría técnica y acompañamiento, lo cual ha permitido orientar de manera más efectiva las estrategias de fortalecimiento empresarial y formación.

Soportes:

Se cuenta con evidencias que respaldan el proceso, incluyendo pantallazos del formulario de caracterización, registros de la base de datos actualizada y evidencias de las estrategias de comunicación implementada

Actividad	Link del drive	Evidencia fotográfica
Ficha de caracterización	https://docs.google.com/forms/d/1IlsQD4fywT7uAlhAEFjHwdy49OU62OzUxdn0F9_xUDM/edit	

2. Selección y verificación de beneficiarios (Formulario de Caracterización)

A continuación se muestran los datos sociodemográficos de la población que está inscrita al programa Barrio Amigo 2026 durante los meses de Marzo y Abril.

DATOS PERSONALES

1. 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

Tabla comuna emprendedores caracterización, Marzo/ Abril 2026

La ubicación de los emprendedores por sectores es la siguiente:

13. Barrio	marzo	abril	Suma total
CENTRO	1	5	6
SAN JORGE	2	3	5
LA ENEA	2	3	5
ZONA RURAL (VEREDA)	3	1	4
VILLAPILAR	2	2	4
CHIPRE	3	1	4
PALERMO	2	1	3
MALHABAR	2	1	3
LA CAROLA	3		3
VERSALLES	1	1	2
PUERTA DEL SOL	2		2
PANORAMA	1	1	2
LAS COLINAS		2	2
LA LINDA	1	1	2
LA FRANCIA	2		2
FATIMA	2		2
EL CARIBE	1	1	2

CENTENARIO	2		2
BOSQUES DEL NORTE	2		2
VIVEROS	1		1
VILLAHERMOSA		1	1
VILLA NUEVA	1		1
VELEZ	1		1
URIBE		1	1
SANTOS	1		1
SAN SEBASTIAN		1	1
SAN CAYETANO		1	1
PORVENIR	1		1
PANAMERICANA	1		1
PALO NEGRO	1		1
MONTANA	1		1
LOS CEDROS	1		1
LOS AGUSTINOS	1		1
LLERAS	1		1
LAURELES		1	1
LA SULTANA		1	1
LA CUMBRE	1		1
LA ARGENTINA	1		1
KENNEDY	1		1
GUAMAL		1	1
FANNY GONZALEZ		1	1
EL CARMEN		1	1
CAMPOHERMOSO		1	1
CAMELIA		1	1
BELEN		1	1
ARRAYANES		1	1
ARBOLEDA	1		1
Suma total	49	36	85

Tabla de ubicación Urbana, emprendedores caracterización Marzo/ abril 2026

En la zona rural se cuenta con participación de un solo emprendedor en el mes de abril, el cual pertenece al corregimiento Panorama, específicamente de la vereda el Arenillo. Para un total en zona urbana de 35 emprendedores y 1 zona rural

14. Corregimiento	marzo	abril	Suma total
MANIZALES URBANO	46	35	81
CORREGIMIENTO REMANSO	2		2
CORREGIMIENTO PANORAMA		1	1

CORREGIMIENTO AGROTURISTICO EL TABLAZO	1		1
Suma total	49	36	85

Tabla de ubicación Rural, Caracterización Marzo/ abril 2026, programa barrio amigo

2. Tipo de población y condiciones sociales

En cuanto a la población atendida se presenta en el mes:

- 33 sin ninguna especificidad
- 2 víctima del conflicto armado
- 1 inmigrantes

Esto sigue posicionando el programa como una estrategia de inclusión productiva con impacto social, donde el emprendimiento se configura como una alternativa de generación de ingresos y mejoramiento de la calidad de vida.

22. Poblaciones especiales	marzo	abril	Suma total
Ninguna	44	33	77
Víctima de conflicto armado	1	2	3
Inmigrante	2	1	3
Víctima de violencia de género	1		1
Cuidador (a)	1		1
Suma total	49	36	85

Caracterización Marzo/ Abril 2026, programa barrio amigo

3. Nivel socioeconómico y socioeducativo

En cuanto a la caracterización por estrato socioeconómico, se continúa evidenciando una mayor vinculación de población perteneciente a los estratos 2 y 3, seguida por participantes de los estratos 4 al 6.

En relación con el nivel educativo, se observa una composición heterogénea, con predominio de formación técnica, tecnológica, profesional y de especialización.

Lo anterior incide positivamente en la gestión administrativa de los negocios, fortaleciendo sus capacidades organizativas y su proyección de crecimiento.

16. Nivel de Escolaridad	marzo	abril	Suma total
TÉCNICO	13	10	23
PREGRADO	12	10	22
BACHILLER ACADEMICO	10	8	18
TECNÓLOGO	5	3	8
ESPECIALIZACIÓN	4	2	6
BÁSICA SECUNDARIA	3	1	4

BÁSICA PRIMARIA	2	2	4
Suma total	49	36	85

Caracterización Marzo/ Abril 2026, programa barrio amigo

4. Aportes al sistema de salud

Los 36 emprendedores vinculados durante el mes, todos reportan afiliación al sistema de salud EPS. Con relación a si realizan aportes a seguridad social (salud y pensión), 13 de los 36 son beneficiarios en salud, sólo 11 aportan a salud y pensión, 9 no realiza aportes y 3 sólo aportan a salud.

19. Nombre de la EPS a la que se encuentra afiliado.	marzo	abril	Suma total
SURA	17	16	33
NUEVA EPS	11	5	16
SALUD TOTAL	9	6	15
SANITAS	5	7	12
OTRO	2	1	3
SISBEN	1	1	2
SANIDAD MILITAR	2		2
FOMAG	1		1
FAMISANAR	1		1
Suma total	49	36	85

Caracterización Marzo/ Abril 2026, programa barrio amigo

42. ¿Actualmente realiza aportes a seguridad social (salud y pensión)?	marzo	abril	Suma total
Sí, aporoto a salud y pensión	14	11	25
Soy beneficiario(a) en salud	11	13	24
No realizo aportes actualmente	13	9	22
Solo aporoto a salud	11	3	14
Suma total	49	36	85

Caracterización Marzo/ Abril 2026, programa barrio amigo

5. Condición de discapacidad

En el mes de abril se muestra aumento de personas con una discapacidad respecto del mes de marzo así:

7 personas reportan algún tipo de discapacidad

- 3 con discapacidad visual. dos más que en marzo
- 3 con discapacidad múltiple

- 1 con discapacidad física

21. Discapacidad*	marzo	abril	Suma total
NO POSEO NINGUNA DISCAPACIDAD	47	29	76
DISCAPACIDAD VISUAL	1	3	4
DISCAPACIDAD MÚLTIPLE		3	3
DISCAPACIDAD FÍSICA	1	1	2
Suma total	49	36	85

Caracterización Marzo/ Abril 2026, programa barrio amigo

6. Poblaciones especiales

Durante el mes de abril se registraron 36 participantes. De este total, el **91,7% (33 personas)** no pertenece a ninguna población especial.

El **8,3% restante (3 personas)** corresponde a poblaciones especiales, distribuidas en víctimas del conflicto armado (**5,6%**) y población inmigrante (**2,8%**).

22. Poblaciones especiales	marzo	abril	Suma total
Ninguna	44	33	77
Víctima de conflicto armado	1	2	3
Inmigrante	2	1	3
Víctima de violencia de género	1		1
Cuidador (a)	1		1
Suma total	49	36	85

Caracterización Marzo/ abril 2026, programa barrio amigo

DATOS DEL EMPRENDIMIENTO

Durante el mes de abril se registraron 36 unidades productivas. De estas, el **83,3% (30)** corresponde a titularidad femenina y el **16,7% (6)** a titularidad masculina.

Se evidencia una clara predominancia de mujeres al frente de los emprendimientos durante este periodo

24. Titularidad de la empresa*	Marzo	Abril	Suma total
Femenino	43	30	73
Masculino	6	6	12
Suma total	49	36	85

Caracterización Marzo/ abril 2026, programa barrio amigo

Durante el mes de abril se registraron 36 emprendimientos, de los cuales el **97,2% (35)** se ubican en zona urbana y el **2,8% (1)** en zona rural. Lo anterior evidencia una alta concentración de la actividad emprendedora en la zona urbana.

25. Ubicación del emprendimiento	marzo	abril	Suma total
Urbana	46	35	81
Rural	3	1	4
Suma total	49	36	85

Caracterización Marzo/ abril 2026, programa barrio amigo

Conclusión:

La baja representación rural puede estar asociada a barreras de acceso, menor cobertura institucional o dificultades en el registro.

Es clave fortalecer estrategias de apoyo al emprendimiento rural para equilibrar la distribución territorial.

La concentración urbana puede generar desigualdades en oportunidades económicas entre territorios.

• Categorización del emprendimiento

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.

Siendo la categoría de alimentos tanto en preparación como en transformación la predominante durante los dos meses

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

Caracterización Marzo/ abril 2026, programa barrio amigo

4.1 Caracterización empresarial

De acuerdo con la clasificación evidenciada, los emprendimientos del programa Barrio Amigo se concentran en sectores específicos como alimentos y bebidas

(empacados, panadería, repostería, café), moda (ropa, calzado y accesorios), artesanías y manualidades, así como artículos religiosos y productos frescos.

Esta distribución permite identificar una fuerte presencia en el **sector de alimentos**, especialmente en productos transformados como panadería, repostería y café, lo que evidencia oportunidades importantes en temas de manipulación, conservación, empaque y normatividad sanitaria.

Esto refleja una economía basada en producción a pequeña escala y oficios tradicionales.

Ubicación del negocio: La mayoría de unidades productivas siguen operando desde el hogar, con sus talleres o cocinas adecuadas en espacios informales, lo que limita su visibilidad y capacidad de expansión.

Tiempo del emprendimiento: con respecto del tiempo, la mayoría de los emprendimientos muestran que se encuentran superando los 3 años seguidos por los de 1 año.

30. Nivel de madurez de su emprendimiento	Marzo	Abril	Suma total
Negocio en crecimiento (entre 1 y 3 años)	19	16	35
Inicio del negocio (menos de 1 año vendiendo)	13	5	18
Expansión (de 5 años en adelante)	8	10	18
Negocio consolidado (más de 3 años)	6	3	9
Idea de negocio (aún no vendo)	3	2	5
Suma total	49	36	85

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.

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.

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

Oportunidades

Aunque el mercado local continúa siendo predominante, se evidencia un avance importante en la expansión hacia mercados nacionales, lo que refleja un proceso gradual de crecimiento en los emprendimientos.

La participación en mercados internacionales aún es baja; sin embargo, resulta significativa como indicador de proyección y apertura a nuevas oportunidades comerciales.

Asimismo, no se registran emprendimientos que operen exclusivamente a nivel nacional, lo que sugiere que la expansión de mercado se da de manera progresiva, iniciando desde lo local hacia otros niveles de alcance.

39. ¿cómo lleva sus registros contables?	Marzo	Abril	Suma total
Manual en un cuaderno	15	19	34
Hoja de cálculo en excel	21	13	34
No llevo registro de los movimientos contables	12	4	16
Con aplicaciones digitales	1		1
Suma total	49	36	85

Caracterización Marzo/ abril 2026, programa barrio amigo

Nivel de formalización – Abril

Durante el mes de abril se registraron 36 emprendimientos, evaluados según su nivel de formalización ante la Cámara de Comercio. Se evidencia que el 83,3% (30 emprendimientos) no cuenta con registro mercantil, lo que indica un alto nivel de informalidad en las unidades productivas. Por su parte, el 16,7% (6 emprendimientos) se encuentra formalizado, 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.

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

Caracterización Marzo/ abril 2026, programa barrio amigo

Tiempo de legalización de matrícula mercantil – Abril

De los 36 emprendimientos registrados en el mes de abril, el **83,3% (30 emprendimientos)** no cuenta con matrícula mercantil, lo que evidencia un alto nivel de informalidad en las unidades productivas.

Por su parte, el **16,7% (6 emprendimientos)** se encuentra formalizado. De estos, la mayoría obtuvo su registro en los años **2024 y 2025**, mientras que solo 2 emprendimientos cuentan con una trayectoria de formalización más antigua.

46. Si cuenta con cámara de comercio ¿que año de Matrícula tiene?	Marzo	Abril	Suma total
2013	1		1
2015	1		1
2017		1	1
2018	1		1
2019	1		1
2021		1	1
2022	1		1
2024	2	2	4
2025	1	2	3
2026	1		1
No Tiene CC	40	30	68
Suma total	49	36	85

Caracterización Marzo/ abril 2026, programa barrio amigo

• Bancarización

De acuerdo con la caracterización, la mayoría de los emprendedores siguen utilizando medios de pago mixtos como efectivo, transferencias y algunas plataformas digitales, lo que muestra que poco a poco se están adaptando a nuevas formas de vender.

43. ¿Su negocio tiene cuenta bancaria o utiliza medios de pago digitales como Nequi, Daviplata o transferencias?

	Marzo	Abril	Suma total
Sí (mixta, efectivo, cuenta bancaria y/o digitales)	36	34	70

No (solo efectivo)	13	2	15
Suma total	49	36	85

Caracterización Marzo/ abril 2026, programa barrio amigo

• Capacidades productivas y calidad del producto

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.

• Uso de redes sociales

Se infiere una adopción aún básica o no sistemática. La baja digitalización general (evidenciada por el escaso uso de aplicaciones especializadas y herramientas digitales contables) sugiere que las redes sociales probablemente se utilizan más como canal informal de promoción que como estrategia estructurada de marketing digital, segmentación de clientes o posicionamiento de marca.

En conjunto, estos elementos indican que los emprendimientos se encuentran en una fase de **consolidación inicial**, con potencial de crecimiento, pero con necesidades claras de fortalecimiento en:

- Estandarización de procesos productivos
- Gestión de calidad
- Transformación digital
- Uso estratégico de redes sociales
- Formalización empresarial

El fortalecimiento de estas capacidades permitiría pasar de modelos de subsistencia o micro comercio local hacia emprendimientos más competitivos, escalables y sostenibles.

Redes sociales	Marzo	Abril	Suma total
Si	38	33	71
No	11	3	14
Suma total	49	36	85

Caracterización Marzo/ Abril 2026, programa barrio amigo

PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS DE EMPRENDIMIENTO Y CAPACITACIONES

• Participación en otros programas

De acuerdo con los resultados de la caracterización, se evidencia que algunos emprendedores han participado en programas de la Alcaldía y en otras iniciativas transversales de entidades públicas y privadas, lo que les ha permitido acumular experiencia y acceder a procesos de formación previos que fortalecen sus capacidades.

los principales programas de la alcaldía de Manizales en los que participan los emprendedores inscritos son:

- Ferias y programas de fortalecimiento de la secretaría de las mujeres y equidad de género- alcaldía de Manizales
- Mercado campesino de la secretaría de agricultura- alcaldía de Manizales

Sin embargo, esta participación también refleja la necesidad de una mayor articulación institucional, ya que en algunos casos los apoyos no están conectados entre sí, generando posibles duplicidades o intervenciones aisladas. Fortalecer estas rutas permitiría optimizar recursos, dar continuidad a los procesos y potenciar de manera más efectiva el desarrollo de los emprendimientos.

• Permanencia en el programa Barrio Amigo

Se identifican diferentes niveles de permanencia:

- De los 85 emprendimientos inscritos el 75,3% son emprendimientos antiguos que ya han participado años anteriores que corresponde a 64 emprendedores.
- De los 64 emprendedores antiguos 45.3% corresponde a emprendimientos con más de 2 años participando en el programa Esto requiere estrategias diferenciales según el nivel de avance.
- Los emprendedores nuevos que participan en el programa Barrio Amigo llegan principalmente por el voz a voz de personas del gremio emprendedor de la ciudad que les menciona el programa y conocimiento por redes sociales de la alcaldía de Manizales.

56. ¿Ha participado en el programa Barrio Amigo en años anteriores?	Marzo	Abril	Suma total
Si	41	23	64
No	8	13	21
Suma total	49	36	85

Caracterización Marzo/ abril 2026, programa barrio amigo

57. Si su respuesta fue sí, ¿Cuánto tiempo ha participado en el programa?	marzo	abril	Suma total
Más de 2 años	21	8	29
0 meses	8	13	21
Entre 6 meses y 1 año	11	6	17
Entre 1 y 2 años	8	9	17
Menos de 6 meses	1		1
Suma total	49	36	85

Caracterización Marzo/ abril 2026, programa barrio amigo

13. Intereses y necesidades de capacitación

De acuerdo con la caracterización, las necesidades de capacitación de los emprendedores se concentran principalmente en temas clave para el fortalecimiento de sus unidades productivas, como la gestión administrativa y contable, el manejo de costos, el uso de redes sociales para la comercialización, y estrategias de ventas y posicionamiento de marca.

Asimismo, se identificó interés en recibir asesoría en educación financiera, formalización empresarial y uso de herramientas digitales, lo que evidencia la necesidad de fortalecer capacidades prácticas que les permitan mejorar la organización del negocio, aumentar sus ingresos y consolidar su presencia en el mercado.

El Análisis de necesidades de capacitación se puede visualizar en la obligación

3. Diagnóstico inicial y asesorías

Se continúa aplicando la batería de indicadores para las primeras asesorías de tal manera que se evidencie el estado actual de cada unidad de negocio y en segundas asesorías evidenciar los avances el proceso (**ver obligación 3**)

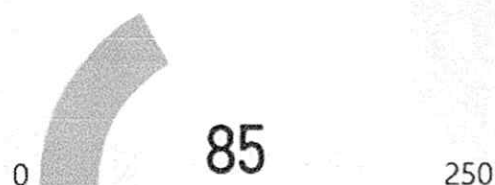
Los resultados de esta caracterización durante los meses de marzo y abril nos permiten tener los siguientes resultados así:

Resultados – Diagnóstico y seguimiento

Total Asesorías - Meta



Total Inscritos- Meta



1. Emprendimientos Inscritos - Meta 2026

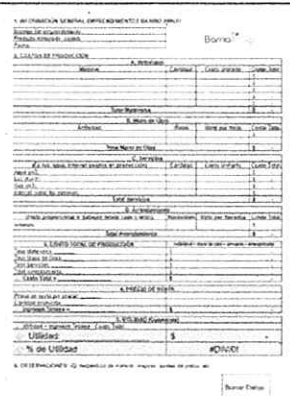
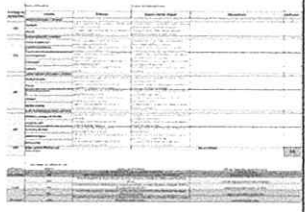
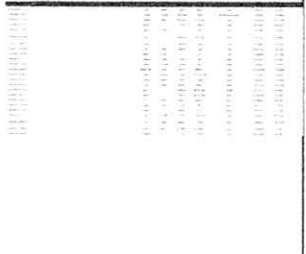
2. Asesorías Realizadas - Meta 2026

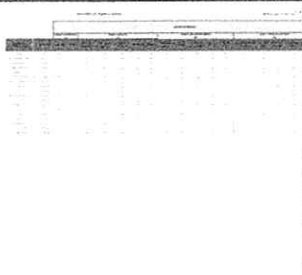
Inscritos/Asesorías	Actividad	Marzo	Abril	Total
Total, Inscritos		49	36	85
Asesorías	Asesorías Iniciales aplicadas	49	36	85
	Asesorías de seguimiento aplicadas	0	23	23
Total Asesorías		49	59	108

Total de asesorías de diagnóstico inicial y de seguimiento a mes de abril

Se brindó asesoría inicial integral a los 36 emprendedores en el mes de abril y 49 en el mes de marzo para un total de emprendimientos vinculados al programa de 85, esto se realizó mediante espacios personalizados de acompañamiento orientados a comprender de manera profunda la realidad de cada unidad productiva. Este proceso permitió fortalecer el diagnóstico inicial, a partir del análisis de aspectos clave como la operación del negocio, manejo administrativo, estructura de costos, comercialización y capacidades del emprendedor.

Se continúa aplicando los mismos mecanismos para identificar necesidades en emprendedores a un total de 36 en el mes de abril así como 23 asesorías de seguimiento para un total de 59 unidades productivas, con los que se busca pasar avanzar en el nivel de madurez de sus emprendimientos y aumentar la calificación general principalmente a los emprendimientos con calificación por mejorar que son los más bajos.

Actividad	Link del drive	Evidencia fotográfica
Formato asesoría	https://docs.google.com/document/d/1IGJpnXzk_BGoqcPaeM0XdbwYWbGIgqxj/edit?usp=drive_link&oid=111390604423419263042&rtpof=true&sd=true	
PLANTILLA DE COSTEO ASESORES	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1qdIECqQ0B7N0o0I_rEil3DReTlyyqehUi/edit?usp=drive_link&oid=111390604423419263042&rtpof=true&sd=true	
Batería de Indicadores	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1DR7LH1x8H8ochzKnfYpZjmnNj5U285nf/edit?gid=1695157673#gid=1695157673	
base de datos caracterización formulario de google	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1wR1x88HgHObJebm_ifh_NDofbMnA0TQC/edit?usp=drive_link&oid=111390604423419263042&rtpof=true&sd=true	

Batería de Indicadores	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1g4270gE8vd-0qNfDqxxPzE1MZgADB BBs/edit?usp=drive-link&oid=111390604423419263042&rtpof=true&sd=true	
------------------------	---	---

Evidencia, Equipo asesor 2026

4. 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.

4.2 OBLIGACIÓN 2: ACOMPAÑAR Y ASESORAR 250 UNIDADES PRODUCTIVAS QUE SE VINCULEN AL PROGRAMA BARRIO AMIGO, PARA GARANTIZAR EL PROCESO SE REALIZARÁ COMO MÍNIMO 3 ASESORÍAS POR UNIDAD EMPRESARIAL

Descripción de la actividad:

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, el cual contempla los siguientes componentes:

Diagnóstico inicial del estado del negocio y seguimiento al avance de los Emprendimientos:

En el marco del programa, se implementó la 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. Esto permitió identificar el nivel de desarrollo del emprendimiento, así como sus principales fortalezas y brechas respecto a los criterios empresariales tenidos en cuenta, además se realiza seguimiento y acompañamiento a los emprendimientos en asesorías posteriores, ferias comerciales en donde se logra evidenciar avance en la implementación de mejoras en la presentación de sus productos, en sus estrategias de mercado y en su crecimiento empresarial.

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

Durante el mes de Abril se han realizado 36 asesorías iniciales a emprendimientos y 23 asesorías de seguimiento para un total de 59 asesorías. Estas 23 asesorías han sido realizadas a emprendedores inscritos en el mes de Marzo en donde se realiza seguimiento, se revisan los compromisos adquiridos en un inicio, se indaga en los criterios principales de la batería, se asesora en los temas de interés y se deja nuevos compromisos para futuras asesorías.

En el cuadro resumen de cierre del mes de Marzo y Abril se presenta a continuación con los emprendedores inscritos hasta los respectivos momentos.

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%

Calificación general del total de emprendimientos acumulado del mes de marzo y abril (seguimiento y avance)

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%.

estas circunstancias se pueden explicar de 2 maneras:

1. Los nuevos emprendimientos inscritos en el mes de abril tienen un nivel de madurez y avance mayor al inicio del proceso como se puede ver en el siguiente cuadro donde hubo una reducción en el mes de abril del 4% en emprendimientos inscritos con calificación “Muy Bueno” respecto al mes de marzo. aumentó en 8% los emprendimientos de calificación media “Bueno” y se redujo en un 3% en los emprendimientos con calificación “Por Mejorar”.

Avance en la Calificación General	Emprendedores Inscritos			
	Marzo		Abril	
	Total Emprendimientos	% de Emprendimientos	Total Emprendimientos	% de Emprendimientos
Bueno	33	67%	27	75%
Muy Bueno	9	18%	5	14%
por Mejorar	7	14%	4	11%
Suma total	49	100%	36	100%

2. La segunda explicación es un avance en los emprendimientos que han continuado con sus procesos de aprendizaje, asesorías y capacitación. lo cual con el seguimiento realizado por los asesores han mejorado su calificación, solo 2 emprendimientos saltaron a la siguiente categoría y 10 emprendimientos mejoraron su calificación sin avanzar un grupo de calificación superior.

Emprendimientos que han Avanzado		
Avance a la siguiente Categoría	Por Mejorar → Bueno	Bueno → Muy Bueno
Emprendimientos que avanzaron a la siguiente nivel	1	1
Emprendimientos que mejoraron su calificación sin Avance a la siguiente nivel	10	

Documentación emprendedores:

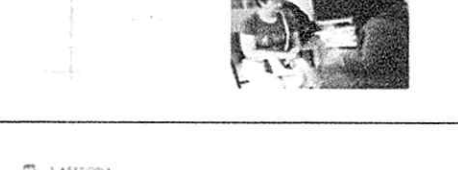
Se cuenta con una carpeta individual por cada emprendedor inscrito en el programa Barrio Amigo, con el fin de garantizar un adecuado manejo de la gestión documental. Cada carpeta contiene la totalidad de la documentación física debidamente escaneada, asegurando su conservación, acceso y control.

Evidencia:

17-ninguno...	22-ASKALFE-ases 2	6-ASKALFE-ases 1	27-DESTELLART...	27-TELAS Y REGALOS	27-ARTE HUICHOL
14-ARTE HUICHOL...	16-ases 2-DULCE LU	20-DECORARTE	9-SIMONA	17-MACANIME	6-RICOLANDIA
16-CAJITA DE ALMAS	8-ALFAJORES MAR	7-TORTA DE PAN	16-ENTRELAZADOS...	7-DULCE HORNEADO	14-CREACIONES
10-ATELIER STUDIO ART	16-PLATANACHOS	22-LUZA ACCES-Ases 2	21-RELIFE-ases 2	24-DIAMAR ACCES	21-joyas-MARIA
21-PATRICIA	13-Ases N2-MIS	13-Ases N2-ARTE Y FE	14-Ases N2...		
0330-MARLENY...	0330-WAFFLES...	1203-EXCELSUS	1303-ANI HERNANDE...		
1303-CACAO DULCE...	1303-CIELO...	1303-CUARZO...	1303-HZ MANILLAS Y...		
1303-LENCERIA MAGIC	1603-JA CREACIONES	1703-EXTRACTOS...	1703-MILU		
1803-BELENES - LUCIA	1803-CLAUDIA...	1903-LUMIERE	2103-CAFE TIERRAVIDA		
2403-MIS CABANITAS	2403-SALOME...	2503-DELICIAS...	2503-FLORELIZ		
2503-SALAMADRA A...	2503-TAJADITOS	2603-CREACIONES...	2703-JIREH PROVISIO...		
3003-MUS COKIES	3003-TORNOS L.A.R.				
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			

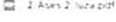
carpetas emprendedoras, mes de abril 2026

EVIDENCIA PROCESO DE ASESORÍA A EMPRENDEDORES

Nro	FECHA	NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	LINK DRIVE	EVIDENCIA FOTOGRÁFICA
1	6/04/2026	ASKALFE	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R60ThbvJQ78OtUs19xw79y1F	
2	6/04/2026	RICOLANDIA CUPCAKES	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R60ThbvJQ78OtUs19xw79y1F	
3	7/04/2026	TORTA DE PAN FRESCO	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R60ThbvJQ78OtUs19xw79y1F	
4	7/04/2026	DULCE HORNEADO	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R60ThbvJQ78OtUs19xw79y1F	
5	8/04/2026	ALFAJORES MAR	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R60ThbvJQ78OtUs19xw79y1F	
6	9/04/2026	SIMONA	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R60ThbvJQ78OtUs19xw79y1F	

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/1gxuHtpz-R6OTbVJQ78OtUs19xw79y1F	
15	16/04/2026	ENTRELAZADOS (Asesoría N.2)	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R6OTbVJQ78OtUs19xw79y1F	
16	16/04/2026	PLATANACHOS	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R6OTbVJQ78OtUs19xw79y1F	
17	17/04/2026	MACANIME	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R6OTbVJQ78OtUs19xw79y1F	
18	17/04/2026	ALICIA DE SOSSA	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R6OTbVJQ78OtUs19xw79y1F	
19	20/04/2026	DECORARTE	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R6OTbVJQ78OtUs19xw79y1F	

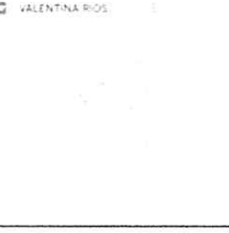
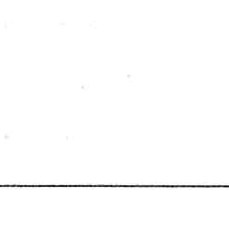
20	21/04/2026	TEJIDOS MARIA DORIS	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R60ThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
21	21/04/2026	RELIFE (Asesoria N.2)	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R60ThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
22	21/04/2026	PATRICIA GUTIERREZ (tejidos)	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R60ThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
23	22/04/2026	LUZA ACCESORIOS	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R60ThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
24	22/04/2026	ASKALFE (Asesoria N.2)	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1q5DdquPMiT_AseRzcqWtlErA0soxLK7	 
25	24/04/2026	DIAMAR	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R60ThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
26	27/04/2026	ARTE HUICHOL (Asesoria N.3)	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R60ThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 

27	27/04/2026	TELAS Y REGALOS	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R6QThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
28	27/04/2026	DESTELL ART (Asesoría N.2)	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1gxuHtpz-R6QThbvJQ78OtUs19xw79y1F	 
29	01/04/2026	MICHUA	https://drive.google.com/drive/folders/1bU7TciYezYHtAfNcxEQRxKbMuQBJTvt	 
30	07/04/2026	LILI-CROCHET	https://drive.google.com/drive/folders/1YImF0Q00J7CZtzW5IA-r3UJ5_PWr2UwR	 
31	09/04/2026	PIRAPOP	https://drive.google.com/drive/folders/1ES79kZaPJLDnZqNQfQNG5W05_hEKtVv	 
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/1Qk1b6duBd9fnAii-tlf14rrN_Sm7Np2	 

34	13/04/2026	ESENCIA	https://drive.google.com/drive/folders/1ktrgWAiyOnd_a7v38urOn7_iFG9893iGg	
35	10/04/2026	CASANOVA CROCHET	https://drive.google.com/drive/folders/1d-WNUqWCO_b1k0lr5LdbQgKq_PoXiPZenm	
36	13/04/2026	TIERRA DE MIELES	https://drive.google.com/drive/folders/1snSMgB99NX_L17Z9kHQlg_QcSeY718YT	
37	20/04/2026	ACUARELA COSTURERO	https://drive.google.com/drive/folders/1wFLpoUJ2ZG_NsDEMMrRFhk4Vw9QsrRQDf	
38	21/04/2025	LA TIENDA DEL SEÑOR DE LOS MISERICORDIA	https://drive.google.com/drive/folders/1-3lkD74Gjpx1-f-CCQgwnuVrzllpAu7U	
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/1vRnglhbviwOpunorRhQVSSsXjio0Ptn	

41	24/04/2026	MULTICLEAN	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1Cw-24JjddyBawMO-Wo1i32m9q9Zbl0V		
42	27/04/2026	GOMAS HOT	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1w5qzJG5OjjWjG3GoP4NVBi0M4fe2sCgy		
43	07/04/2026	TORNOS L.A.R. (SEGUNDA ASESORÍA)	https://drive.google.com/drive/folders/1MTeUEo_FO6N72bZUz1szSYhPKoFnRwk		
44	21/04/2026	EXTRACTOS NATURALES SB (SEGUNDA ASESORÍA)	https://drive.google.com/drive/folders/1IEQQQ57n4FI5ZPRtINz3uM6SF55H-cg6		
45	10/04/2026	CREACIONES PITY (SEGUNDA ASESORÍA)	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/12XMc9ay5EMkFwRbskrRdbi5QSULZLqI		
46	21/04/2026	LUMIERE (SEGUNDA ASESORÍA)	https://drive.google.com/drive/folders/10VtC0itdCoLBBs_XQPTVWq1D8hIO_qw		
47	17/04/2026	EXCELSUS (SEGUNDA ASESORÍA)	https://drive.google.com/drive/folders/1EIZH23d7WK7ENr6YjPs08885dfKBUNe		

48	17/04/2026	LENCERIA MAGIC (SEGUNDA ASESORÍA)	https://drive.google.com/drive/folders/1aXy384LtU2e1obgYwHHXL4CZDTP8xAmr	 
49	13/04/2026	AJCROCHET (SEGUNDA ASESORÍA)	https://drive.google.com/drive/folders/1wvdkAjoALYxgk1v9C8OqM9MoQrCW04nB	 
50	10/04/2026	CACAO DULCE ARTESANAL (SEGUNDA ASESORÍA)	https://drive.google.com/drive/folders/1vcFDKLkIPm50qCq1wpd12_Om6PwQWeV4	 
51	10/04/2026	CLAUDIA FRANCO ACCESORIOS (SEGUNDA ASESORÍA)	https://drive.google.com/drive/folders/1vcFDKLkIPm50qCq1wpd12_Om6PwQWeV4	 
52	24/04/2026	LILI CROCHET (SEGUNDA ASESORÍA)	https://drive.google.com/drive/folders/1xcB9loFbbzsXF9_i22Ova9he4K_FvipL	 
53	24/04/2026	MI-LU	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1wg59OPHGnS5KTRNvb-mBWQy814Hcqqiz	 
54	06/04/2026	ANGEL CHIC	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/18Dg6KXz3oZhowwThhZqhZbC_YOhxqWaT	 

55	06/04/2026	CLARITA MANUALIDADES	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/18SMT80StxRKVR9g3hDHEYQ0Esn728VM7	 
56	06/04/2026	MANTRA TALLER CREATIVO	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1voNB2w-ScJpKMfYTbzRf1xAXQmREqd5Q	 
57	06/04/2026	SAMANTA TEJIENDO MEMORIAS	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1CVTVc3ciA4l6b4rd9FG13aH-v4r33SwS	 
58	06/04/2026	YUVI ACCESORIOS	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1lWFtC80watTlIB_jP1RlcVl8hEzEFrAC	 
59	08/04/2026	TEJIDOS MARIA DORIS	https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1vmyog65ftxYf1Dn7rnWENd423yqFoD2v	 

4.3 OBLIGACIÓN 3. LIDERAR UN PROCESO DE CUALIFICACIÓN DE 30 UNIDADES EMPRESARIALES TENDIENTE A MEJORAR SUS INGRESOS Y AUMENTAR SU ESCALAFÓN EN EL MERCADO

Descripción de la actividad:

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.

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

15 emprendimientos con mejor calificación hasta el mes de Abril

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.

Categoría	Emprendimientos	Porcentaje
Alimentos	7	47%
Accesorios	3	20%
Confección	2	13%
Cuidado personal	2	13%
Manualidades	1	7%
Total	15	100%

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



4.4 OBLIGACIÓN 4: REALIZAR Y GESTIONAR 10 CAPACITACIONES QUE PROPENDAN POR EL EMPRENDIMIENTO

Descripción de la actividad:

Componente de formación y fortalecimiento – Abril

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.

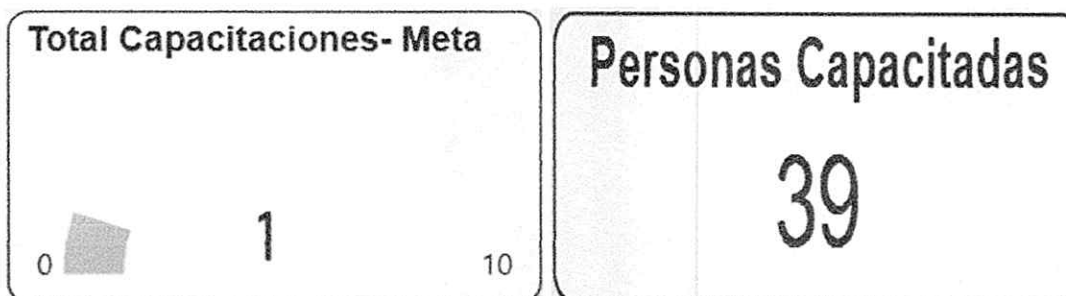
Durante el mes de abril, se avanzó en la estructuración del componente, tomando como base el diagnóstico de necesidades de los beneficiarios, el cual servirá como insumo para el desarrollo de los procesos de formación en las áreas identificadas.

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, permitiendo a los participantes reconocer sus estilos de comunicación y fortalecer habilidades como la empatía, asertividad y el trabajo en equipo.

Los demás ejes se encuentran en fase de planificación, con el fin de asegurar que los próximos encuentros pedagógicos respondan de manera pertinente a las necesidades identificadas.

En relación con la meta establecida, se proyecta la realización de **6 eventos de formación**, de los cuales **1 ya fue ejecutado** y **5 se encuentran pendientes de desarrollo**. Estos se llevarán a cabo mediante la articulación con instituciones educativas y/o el talento humano contratado, garantizando el cumplimiento de la meta y la calidad de los procesos.



El componente se estructura en tres ejes principales:

- **Desarrollo humano:**

Se dio inicio a este eje mediante la realización de la capacitación del 09 de abril, enfocada en el fortalecimiento de habilidades blandas, la convivencia y la comunicación efectiva entre los emprendedores.

- **Desarrollo empresarial:**

Se encuentra en proceso de estructuración, con base en las necesidades identificadas en el diagnóstico, para abordar temas relacionados con administración, finanzas, organización y toma de decisiones.

- **Desarrollo comercial:**

Se encuentra en fase de planificación, orientado al fortalecimiento de estrategias de posicionamiento, comercialización y visibilidad de los emprendimientos.

Actualmente, los procesos técnicos de acompañamiento continúan en etapa de consolidación, permitiendo definir progresivamente las temáticas prioritarias y estructurar un plan de formación pertinente, focalizado y acorde con las necesidades de los emprendedores.

En este sentido, durante el mes de abril se evidencia el inicio del componente de formación, así como avances en su estructuración y proyección, sentando las bases para su implementación progresiva en los siguientes periodos.

BarrioAmigo				PLAN DE FORMACIÓN PROGRAMA BARRIO AMIGO				ASFAPAZ	
Capacitación	Temática	Objetivo	Duración	Metodología	Materiales	Fecha	Estado	Responsable	
1	Socialización nuevo operador, reglamento y modelo PAN	Reconocer (qui es) emprendedor y sus características	2 horas	Exposición + reflexión grupal	Presentación, video, tablero	09 de abril del 2020	Realizada	Diana Florez	
2	Mentalidad del emprendedor	Desarrollar mentalidad de crecimiento y toma de decisiones	2 horas	Taller participativo + casos	Presentación, hojas de trabajo	08 de mayo del 2020	Pendiente	Alexa	
3	Modelo de negocio Canvas (Parte 1)	Definir cliente, propuesta de valor y canales, identificar costos, ingresos y actividades clave	2 horas	Explicación + ejercicio práctico	Plantilla Canvas, marcadores	21 de mayo del 2020	Pendiente	Andres	
4	Modelo de negocio Canvas (Parte 2)	Gestión financiera básica y Contabilidad e impuestos	2 horas	Taller aplicado	Plantilla Canvas, post-its	10 de junio del 2020	Pendiente	Alexa	
5	Formalización y requisitos legales	Identificar trámites legales necesarios, precios y control financiero	2 horas	Ejercicios prácticos	Calculadora, plantillas	20 de junio del 2020	Pendiente	Alexa	
6		Identificar trámites legales necesarios (RUT, INVIIMA, etc.) Fortalecer la inteligencia emocional de los emprendedores para mejorar la forma de decisiones, la atención al cliente y el manejo de situaciones difíciles en el negocio.	2 horas	Charla + guía práctica	Presentación, ejemplos reales	06 de julio del 2020	Pendiente	Andres	
7	Seminalización de emociones	Mejorar la forma de decisiones, la atención al cliente y el manejo de situaciones difíciles en el negocio.	2 horas	Metodología participativa y experiencial, centrada en el aprendizaje práctico a partir de situaciones reales del emprendimiento.	Caducinas (rojo, amarillo, verde) Marcadores Hojas con casos Cinta o tablero	25 de agosto del 2020	Pendiente	Diana	
8	Marketing digital, redes sociales, Marca y presentación del producto	Mejorar uso de redes para ventas. Fortalecer imagen de marca y presentación	2 horas	Taller práctico Metodología experiencial y participativa, basada en el aprendizaje a través de la acción, donde los participantes enfrentarán un reto práctico que evidencie la importancia de la comunicación clara, la escucha activa y el trabajo en equipo en el entorno del emprendimiento.	Celulares, internet	08 de septiembre del 2020	Pendiente	Sheccid	
9	"Construyendo sin ver" Construyendo juntos: comunicación y coordinación en el emprendimiento	Fortalecer la comunicación efectiva, la escucha activa y el trabajo en equipo, evidenciando cómo la claridad al comunicar impacta directamente en los resultados del negocio	2 horas		Vasos desechables (10 a 15 por grupo) Imágenes impresas de figuras geométricas: pirámides o estructuras simples) Hojas blancas Marcadores Cinta (opcional) Cronómetro o celular Tablero o papelógrafo (opcional)	23 de octubre del 2020	Pendiente	Diana	
10	Ventas, atención al cliente y pitch	Desarrollar habilidades comerciales y comunicación Aplicar conocimientos en un espacio real de venta	2 horas	Simulación + práctica	Guía de pitch	09 de noviembre del 2020	Pendiente	Gerardo	
Cierre	Fecha y presentación final		2 horas	Actividad práctica	Stand, productos	02 de diciembre del 2020	Pendiente	Coach	

Plan de formación 2020

Análisis de necesidades de capacitación según diagnóstico:

El análisis de las necesidades de capacitación se toma como referencia el diagnóstico inicial de la caracterización de emprendimientos donde se les pregunta a las personas sus necesidades de formación. los resultados se muestran mes de marzo, abril y el total de cada emprendedor así:

51. ¿En cuáles de los siguientes temas le gustaría recibir asesoría para fortalecer su emprendimiento?	Marzo	Abril	Suma total
Otro	25	29	54
Obtención de código de barras para productos	6	4	10
Registro sanitario o trámites ante INVIMA	6	1	7
Gestión o actualización del RUT	4	1	5
Registro sanitario o trámites ante INVIMA, Obtención de código de barras para productos	3	1	4
Gestión o actualización del RUT, Obtención de código de barras para productos	4		4
Gestión o actualización del RUT, Registro sanitario o trámites ante INVIMA, Obtención de código de barras para productos, Otro	1		1
Suma total	49	36	85

Caracterización, Marzo/ Abril del 2026, programa barrio amigo

Lo que refleja que en estos temas los emprendedores tienen ya cierta cercanía y ven la necesidad de capacitarse en otros temas, a pesar que el nivel de escolaridad en los emprendedores evidenciados en este mes es más técnico y profesional, sienten una alta necesidad de fortalecer habilidades administrativas y financieras, siendo la organización de registros contables y definición de costos los primordiales.

- Necesidades de capacitación en Administración y finanzas**

52. Administración y finanzas	Marzo	Abril	Suma total
Organización de registros contables o libro fiscal	17	18	35
Definición de costos de mis productos o servicios	8	9	17
Otro	7		7
Orientación sobre impuestos, contabilidad y seguridad social	1	5	6
Organización de registros contables o libro fiscal, Definición de costos de mis productos o servicios	3	2	5
Asesoría sobre financiamiento, deudas y capacidad de pago	3	2	5
Organización de registros contables o libro fiscal, Definición de costos de mis productos o servicios, Orientación sobre impuestos, contabilidad y seguridad social, Asesoría sobre financiamiento, deudas y capacidad de pago	3		3
Organización de registros contables o libro fiscal, Asesoría sobre financiamiento, deudas y capacidad de pago	3		3
Orientación sobre impuestos, contabilidad y seguridad social, Asesoría sobre financiamiento, deudas y capacidad de pago	2		2

Organización de registros contables o libro fiscal, Definición de costos de mis productos o servicios, Orientación sobre impuestos, contabilidad y seguridad social	1	1	
Definición de costos de mis productos o servicios, Asesoría sobre financiamiento, deudas y capacidad de pago	1	1	
Suma total	49	36	85

Caracterización, Marzo/ Abril del 2026, programa barrio amigo

• **Necesidades de capacitación en Modelo de negocio y crecimiento**

53. Modelo de negocio y crecimiento	Marzo	Abril	Suma total
Estrategias para el crecimiento y sostenibilidad del negocio	16	22	38
Mejorar mi presentación de ventas (Pitch de negocio)	9	10	19
Mejorar o rediseñar mi modelo de negocio	11	2	13
Mejorar o rediseñar mi modelo de negocio, Estrategias para el crecimiento y sostenibilidad del negocio, Mejorar mi presentación de ventas (Pitch de negocio)	8		8
Estrategias para el crecimiento y sostenibilidad del negocio, Mejorar mi presentación de ventas (Pitch de negocio)	2	2	4
Otro	2		2
Mejorar o rediseñar mi modelo de negocio, Estrategias para el crecimiento y sostenibilidad del negocio	1		1
Suma total	49	36	85

Caracterización, Marzo/ Abril del 2026, programa barrio amigo

Modelo de negocio y crecimiento – Abril

En el mes de abril se registraron 36 emprendimientos dentro del componente de modelo de negocio y crecimiento. De estos, **22 casos (61,1%)** evidencian un enfoque claro en la implementación de estrategias para el crecimiento y la sostenibilidad del negocio, lo que refleja una intención de consolidar y fortalecer sus actividades productivas.

Por su parte, **10 emprendimientos (27,8%)** manifiestan la necesidad de mejorar su presentación de ventas (pitch), evidenciando un interés en fortalecer sus habilidades de comunicación comercial y posicionamiento frente a potenciales clientes.

En menor proporción, **2 emprendimientos (5,6%)** consideran necesario rediseñar su modelo de negocio, lo que indica que la transformación estructural no es una prioridad predominante en este periodo.

En términos generales, durante el mes de abril se observa una tendencia hacia la consolidación y sostenibilidad de los emprendimientos, con un mayor énfasis en el crecimiento y el fortalecimiento de las estrategias comerciales, más que en cambios profundos en el modelo de negocio.

• **Necesidades de capacitación en Marketing digital y ventas**

54. Marketing digital y ventas	Marzo	Abril	Suma total
Estrategias para redes sociales (contenido, publicaciones e interacción)	14	21	35
Mejorar el perfil de mis redes sociales (biografía, fotos, enlaces)	12	10	22
Estrategias para redes sociales (contenido, publicaciones e interacción), Mejorar el perfil de mis redes sociales (biografía, fotos, enlaces)	7	3	10
Crear canales de pago digital (Nequi, Daviplata, QR, etc.)	6	2	8
Crear canales de pago digital (Nequi, Daviplata, QR, etc.), Estrategias para redes sociales (contenido, publicaciones e interacción), Mejorar el perfil de mis redes sociales (biografía, fotos, enlaces)	6		6
Otro	3		3
Crear canales de pago digital (Nequi, Daviplata, QR, etc.), Estrategias para redes sociales (contenido, publicaciones e interacción)	1		1
Suma total	49	36	85

Caracterización, Marzo/ Abril del 2026, programa barrio amigo

Necesidades de capacitación en marketing digital y ventas – Abril

Durante el mes de abril se registraron 36 emprendimientos con un enfoque creciente en el uso de herramientas digitales para la promoción y comercialización de sus productos y servicios.

Se evidencia que la principal necesidad se concentra en el fortalecimiento de estrategias para redes sociales (contenido, publicaciones e interacción), con 21 casos (58,3%), lo que confirma que estas plataformas continúan siendo el principal canal de marketing digital para los emprendedores.

En segundo lugar, 10 emprendimientos (27,8%) manifiestan la necesidad de mejorar el perfil de sus redes sociales (biografía, imágenes y enlaces), reflejando interés en optimizar la presentación de su marca en entornos digitales.

Un grupo menor presenta necesidades combinadas que evidencian un nivel intermedio de apropiación digital: 3 emprendimientos (8,3%) integran estrategias de contenido con mejora de perfil, mientras que 2 casos (5,6%) articulan el uso de redes sociales con la implementación de canales de pago digital.

En cuanto a la adopción de herramientas de cobro, solo 2 emprendimientos (5,6%) reportan el uso de canales de pago digital (Nequi, Daviplata, códigos QR, entre otros), lo que evidencia una baja incorporación de mecanismos de transacción digital formalizados.

Adicionalmente, se identifica una necesidad transversal relacionada con la mejora en la presentación del producto, especialmente en habilidades como la toma de

fotografías, lo cual es clave para fortalecer la visibilidad y las estrategias de venta en entornos digitales.

● **Necesidades de capacitación en Producto y presentación**

55. Producto y presentación	Marzo	Abril	Suma total
Tomar mejores fotos de mis productos para vender	8	20	28
Asesoría en etiquetas, rótulos y empaques según normas	9	3	12
Crear un catálogo de productos o servicios	7	3	10
Asesoría en etiquetas, rótulos y empaques según normas, Crear o mejorar la marca o logo de mi negocio, Tomar mejores fotos de mis productos para vender, Crear un catálogo de productos o servicios, Mejorar la presentación de mis productos para la venta	7	1	8
Tomar mejores fotos de mis productos para vender, Crear un catálogo de productos o servicios	2	3	5
Crear o mejorar la marca o logo de mi negocio	1	4	5
Otro	4		4
Mejorar la presentación de mis productos para la venta	3		3
Asesoría en etiquetas, rótulos y empaques según normas, Tomar mejores fotos de mis productos para vender, Mejorar la presentación de mis productos para la venta	3		3
Crear o mejorar la marca o logo de mi negocio, Tomar mejores fotos de mis productos para vender, Crear un catálogo de productos o servicios		2	2
Crear o mejorar la marca o logo de mi negocio, Tomar mejores fotos de mis productos para vender, Crear un catálogo de productos o servicios, Mejorar la presentación de mis productos para la venta	1		1
Crear o mejorar la marca o logo de mi negocio, Tomar mejores fotos de mis productos para vender	1		1
Asesoría en etiquetas, rótulos y empaques según normas, Crear o mejorar la marca o logo de mi negocio, Tomar mejores fotos de mis productos para vender, Mejorar la presentación de mis productos para la venta	1		1
Asesoría en etiquetas, rótulos y empaques según normas, Crear o mejorar la marca o logo de mi negocio, Tomar mejores fotos de mis productos para vender	1		1
Asesoría en etiquetas, rótulos y empaques según normas, Crear o mejorar la marca o logo de mi negocio, Crear un catálogo de productos o servicios, Mejorar la presentación de mis productos para la venta	1		1
Suma total	49	36	85

Caracterización, marzo, abril del 2026, programa barrio amigo

4.5 OBLIGACIÓN 5: MANTENER EN FUNCIONAMIENTO EL PUNTO DE VENTA DEL PROGRAMA UBICADO EN EL CENTRO

OPERACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

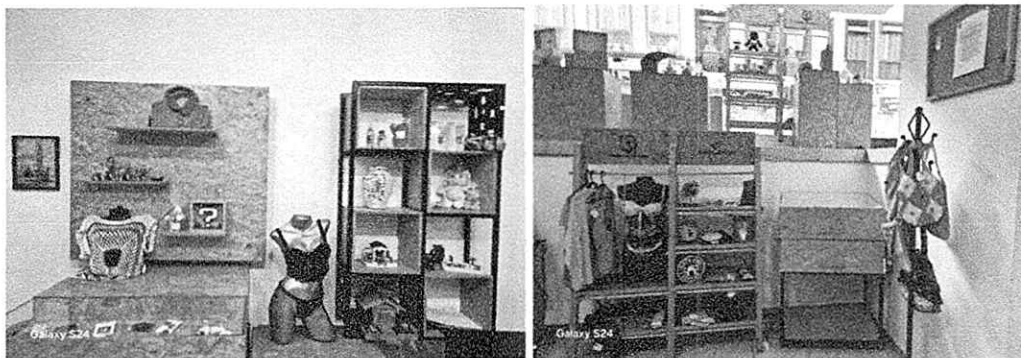
En el marco de la fase de ejecución del programa, durante el mes de abril se continuó fortaleciendo la operación del punto de venta como un espacio estratégico para la comercialización y visibilización de las unidades productivas.

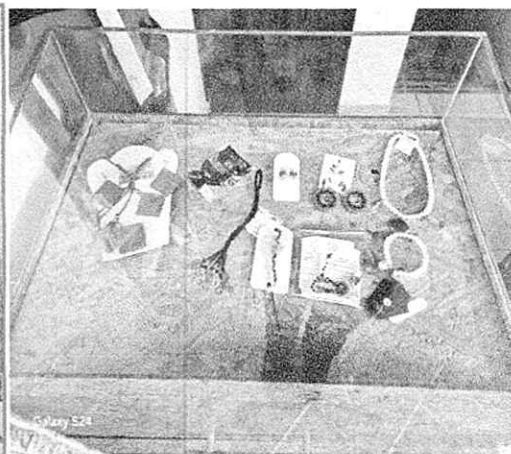
Durante este periodo, se siguieron recibiendo emprendedores en el punto de venta, ampliando progresivamente la oferta disponible y fortaleciendo la participación dentro del programa. La asistente administrativa lideró el registro, control y consolidación de la información derivada de la operación, garantizando 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.

En cuanto a la dinámica comercial, se apoyaron los procesos de venta mediante la promoción de productos en el punto, logrando una mayor movilización del inventario y fortaleciendo las ventas. Estas acciones se complementaron con la interacción directa con los visitantes, promoviendo voz a voz y generando mayor afluencia en el punto de venta.





Resultados:

Concepto	MARZO	ABRIL	TOTAL
Productos repcionados	110	90	200
Productos comercializados	4	11	13
Ventas	\$115.000	\$291.800	

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.

En este sentido, los ingresos reportados reflejan tanto la dinámica del punto de venta como los primeros resultados derivados de los espacios de comercialización implementados, evidenciando una activación progresiva de las unidades productivas.

Se proyecta un incremento sostenido en los niveles de ventas en los próximos meses, a partir de la continuidad de las ferias, el fortalecimiento de las estrategias comerciales y la consolidación de la participación de los emprendedores en el programa.

Clasificación:

CATEGORÍA DE EMPRENDEDORES	
CATEGORÍA	CANTIDADES
ACCESORIOS	13
ARTESANÍAS	7
MANUALIDADES	17

CONFECCIÓN	4
TEJEDURÍA	14
CUIDADO PERSONAL	7
ALIMENTOS	23
TOTAL	85

Para los emprendimientos de alimentos se realizó verificación general de condiciones de manipulación y presentación de productos, promoviendo buenas prácticas. Se recuerda que la responsabilidad del cumplimiento normativo recae en cada emprendedor.

Análisis:

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.

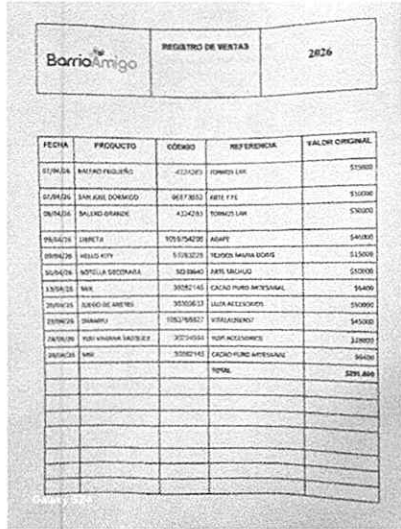
A través de este espacio, se ha fortalecido el reconocimiento de los productos, muchos de ellos de elaboración artesanal, permitiendo que un mayor número de personas conozcan la oferta local. Esto ha contribuido a dinamizar las ventas y a generar confianza en los emprendedores frente a sus procesos productivos y comerciales.

De manera complementaria, se realizó el cambio de la clave de la cerradura, con el fin de mejorar las condiciones de seguridad del punto de venta y garantizar la adecuada custodia de los productos.

Evidencia:

actividad	link del drive	Evidencia fotográfica
-----------	----------------	-----------------------

		
Exhibición vitrina	de https://drive.google.com/drive/u/3/folders/11m1xEuDjmO3DUH1gAXSd_oICC01_wuWo	

		
Reporte de ventas	https://drive.google.com/drive/u/3/folders/11m1xEuDjmO3DUH1gAXSd_oICC01_wuWo	
Convocatoria	https://drive.google.com/drive/u/3/folders/11WhjAKM_frQdyN4J2aeVwDmtXjZB54FQ	

4.6 OBLIGACIÓN 6 MANTENER AL DIA Y EN CONTINUO FUNCIONAMIENTO LA PÁGINA WEB A TRAVÉS DE LA CUAL SE BRINDA INFORMACIÓN DEL PROGRAMA

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.

BarrioAmigo

Nosotros Servicios Contacto

Iniciar sesión Contactenos

Sobre nosotros

Barrio Amigo: 20 años fortaleciendo los sueños de los emprendedores en Manizales

Barrio Amigo es una iniciativa liderada por la Secretaría de Desarrollo Social de la Alcaldía de Manizales y operada por ACOPI Caldas.

Durante más de 9 años hemos acompañado a los emprendedores locales con asesoría gratuita, formación práctica y estrategias efectivas para impulsar sus negocios desde los barrios.

Página web acceso: <https://barrioamigo.cetiia.com/about-us>

barrioamigocetiia.com/web/login

Correo electrónico

Contraseña

Iniciar sesión

¿No tiene una cuenta? Restablecer contraseña

¿Cómo podemos ayudar?

Contáctenos en cualquier momento

¿Llámenos?

+57 314 823 6675

Envíenos un mensaje

barrioamigocentro@gmail.com

Síguenos

Facebook Twitter Instagram

Página web acceso: <https://barrioamigo.cetiia.com/about-us>

Página web acceso: <https://barrioamigo.com/>

4.7 OBLIGACIÓN 7 REALIZAR 20 FERIAS DE COMERCIALIZACIÓN A TRAVÉS DE LAS CUALES SE DAN A CONOCER LOS PRODUCTOS DE LOS EMPRENDEDORES

Durante el mes de abril se dio inicio a la ejecución de las actividades de comercialización con la realización de dos ferias, llevadas a cabo los días 14 y 15 con la participación de 35 emprendedores y 29 y 30 de abril con la participación de 32 emprendedores, quienes estuvieron ubicados en la plazoleta de la Alcaldía, representando las siete categorías definidas por el programa.

Ambos procesos de selección se realizaron mediante convocatoria abierta, a través de formulario de preinscripción, publicación de lista de elegibles e inscripción presencial, garantizando transparencia y organización.

Las ferias generaron resultados positivos en términos de participación y visibilización de los emprendimientos, así como una dinámica comercial activa.

De manera complementaria, se avanzó en la gestión de nuevos escenarios para la realización de futuras ferias, incluyendo espacios como la Universidad de Caldas, la Terminal de Transportes, la Universidad de Manizales y el centro comercial Mall Plaza.

Asimismo, se establecieron acercamientos con una promotora de eventos para ampliar las oportunidades de comercialización. Paralelamente, se continúa con el seguimiento a los emprendedores, con el fin de fortalecer sus habilidades comerciales y aportar a la sostenibilidad de sus unidades productivas.

Durante los días 14 y 15 de abril de 2026 se realizó la primera feria comercial en la plazoleta de la Alcaldía de Manizales. En este espacio participaron 35 emprendedores del programa Barrio Amigo, quienes exhibieron y comercializaron sus productos ante un alto flujo de público.

La jornada permitió fortalecer la visibilización de los emprendimientos y generar una dinámica comercial activa, alcanzando ventas por un valor total de **\$11.540.800**. Asimismo, se contó con una oferta variada de productos, desde artesanías hasta alimentos preparados, consolidando este espacio como una oportunidad para el posicionamiento en el mercado local.

Nombre del emprendedor(a) o representante

Diana Lorena Castañeda Giraldo
Jannette Arcila Montes
Lina María Jiménez Guamizo
Luz Manna Tabares
María Cristina Mejía Giraldo
María del Pilar Muñoz Bedoya
Liliana Monsalve Valencia
Hernando Zuluaga Giraldo
Angelica María Parra García
Jacqueline Mendieta Díaz
Leidy Estefanía Corrales Franco
Albeiro Sánchez
Daniela Murillo
Carolina Montoya Grajales
Dora Alicia
Adina Sepúlveda Ahumada
Beatriz Alzate Castrillón
Yuli Viviana Vasquez Valencia
Dora Alicia Zuluaga Giraldo
LUZ ASTRID LEÓN CARDONA
Beatriz Elena Gil Osorio
María Patricia Barrante Otíz
Luz Manna
Bertha Loaiza Puerta
Diana Yaquelin Giraldo Vélez
Maura del Valle Morales
Ana Hurtado
Marleny Castrillón Ramírez
Melida Pulgarín
María Esperanza Gutiérrez Angel
Ana Manna Cardona Franco
Daisy Muriel Calvo
Juan Diego Mejía Morales
Myriam Londoño Benítez
Adriana Valencia
Alejandra Echeverry

Nombre del emprendimiento

Cuarzo accesorios
Dulce Luz
J.A. Creaciones
Lencería Magic
Tajaditos
JABUE-Limpieza Consciente
Chori lili
HZ Manillas y más
ARTE Y FE
Alcrocet
Velas Maley
Tierra vida, café, aromáticas, etc.
Mi Donita & más
Cielo nocturno
Lumier__73
Cacao Dulce Artesanal
Malucrochet
Yuri accesorios
Lumier__73
LUZA ACCESORIOS
LUAR
Creaciones pity
Lencería Magic
Florelis
Michua Jabón ArteSana
Lili crochet
Aroma Natural
"Mi-Lu" Bordados a mano
Extractos naturales
Angel chic
Askaffe
Relife
Alfajores Mar
Delicias Myrluz
Korte Sana
Simona

LISTA ELEGIBLES, FERIA 14 Y 15 ABRIL



feria de emprendedores 14 y 15 de abril

Para la feria de los días 29 y 30 de abril se dio continuidad a la lista de elegibles definida previamente, con una proyección inicial de 35 emprendedores. Sin embargo, 5 participantes se retiraron, por lo que se realizó una convocatoria interna

mediante grupo de chat, logrando vincular 2 nuevos emprendedores. A pesar de gestiones adicionales, no fue posible completar el cupo, contando finalmente con la participación de 32 emprendedores.

En cuanto a la organización, se elaboró la planimetría del espacio y la asignación de los puestos se realizó mediante sorteo tipo ruleta, transmitido en vivo por Instagram, garantizando transparencia en el proceso. Asimismo, se evidenció el agotamiento de los recursos disponibles durante la jornada.

Los días 29 y 30 de abril de 2026 se realizó una nueva feria de emprendimiento del programa Barrio Amigo en la plazoleta de la Alcaldía de Manizales, con la participación de 32 emprendedores y ventas por valor de 11.803.500

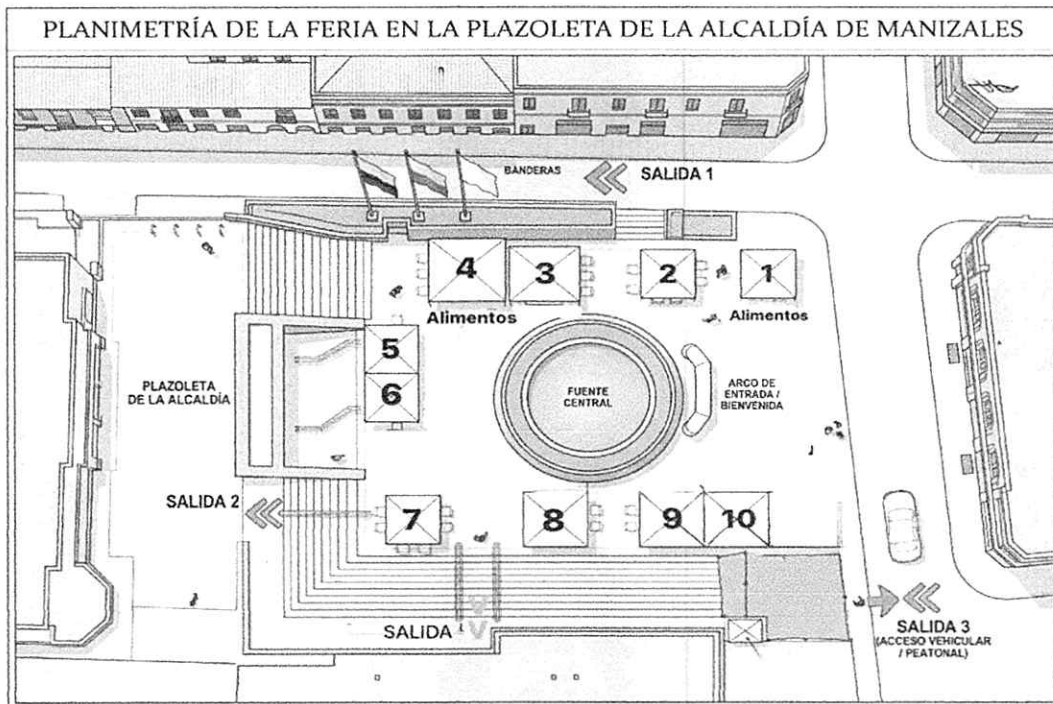
Nombre del emprendedor(a) o representante	Nombre del emprendimiento
Angelica Maria Parra	Arte y fe
Luz marina tabares	Lencería Magic
Diana Yaquelin Giraldo Vélez	Michua jabón ArteSana
Valeria Taborda	Ágape amordivino
Bertha Loaiza puerta	Florelis
Lina María Jiménez Guarnizo	J A creaciones
Melida pulgarin	Extractos naturales
Dora Alicia Zuluaga Giraldo	Lumiere__73
Erica	Vitalaurents
Adriana Valencia	Korte Sano
Leidy Estefania Corrales Franco	Velas Maley
Juan Diego Candamil	Mis Tesoros
Diana marcela vargas duque	Diamar
Beatriz alzate castrillon	Malucrochet y accesorios
Patricia Gutiérrez de González	Patricia Gutierrez
Marleny Castrillón Ramírez	"Mi-Lu" Bordados a mano
Albeiro de Jesus Sanchez osorio	Cafe tierra vida
María Cristina mejía Giraldo	Tajaditos
Beatriz Elena Gil Osorio	LUAR
Ana maria cardona franco	Askalfe
Claribel Gaona	Clarita manualidades
Beatriz Elena Arias Mejia	DISEÑOS TIZ
Yuly viviana vasquez valencia	Yuvi accesorios
Daissy Murillo Calvo	Relife
Myriam Londoño Benitez	Delicias myrluz
María Esperanza Gutiérrez Angel	Angel Chic
Alejandra Echeverry	Simona
María Belén Montes Morales	Jireth Provision de Dios
Liliana Monsalve	Chori lili
Maura Morales	Lili crochet
Ana Milena Hurtado	Aroma Natural
Dulces Maria	Flor Maria Betancur
Gustavo Galvis Martinez	Destell Art
Mauricio Castrillon Peña	La Tienda del Señor de la misericordia
OLGA LILIANA ORTIZ	CREACIONES KELITA
Total	35

LISTA ELEGIBLES, FERIA 29 Y 30 ABRIL

Este espacio permitió la promoción y comercialización de productos, fortaleciendo la visibilización del talento local y dinamizando la economía popular. Asimismo, contribuyó a consolidar la plazoleta como un escenario estratégico para la generación de oportunidades comerciales y el fortalecimiento de los emprendimientos del programa



live Instagram abril 28 del 2026



planimetría plazoleta alcaldía ferias Barrio amigo 2026



VENTAS DEL PERIODO

NRO	FECHA	LUGAR	ASISTENTES	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

Resultados:

Actividad	Link del drive	Evidencia fotográfica
Gestión del 8	https://drive.google.com/drive/u/3/folders/1Ext0LO0S3Gmzn2hdwUuBg1sKlxHNQeXu	
Gestión CC Parque Caldas	https://drive.google.com/drive/u/3/folders/1Ext0LO0S3Gmzn2hdwUuBg1sKlxHNQeXu	

Gestión Mall Plaza	https://drive.google.com/drive/u/3/folders/1Ext0LO0S3Gmzn2hdwUuBg1sKlxHNQeXu	
Gestión Terminal de transportes	https://drive.google.com/drive/u/3/folders/1Ext0LO0S3Gmzn2hdwUuBg1sKlxHNQeXu	
Publicaciones feria		

4.8 OBLIGACIÓN 8 GENERAR ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN QUE PERMITAN INGRESOS A LOS ARTESANOS POR VALOR DE \$200.000.000

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.

Adicionalmente, se han fortalecido acciones de comercialización mediante la organización de los productos, estrategias de exhibición y promoción directa, con el fin de incentivar la rotación del inventario y mejorar el desempeño en ventas.

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

PERIODO	VALOR ETIQUETA	VALOR VENTA
MARZO	\$98.000	\$50.500
ABRIL	\$28.000	\$14.000

TOTAL	\$126.000	\$64.500
--------------	------------------	-----------------

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.

De manera complementaria, se realizó la recepción de hasta tres productos por emprendimiento, correspondientes a unidades productivas no relacionadas con el sector de alimentos, con el fin de fortalecer la oferta comercial del punto de venta. Esta acción permitió mejorar la exhibición de productos, diversificar el portafolio disponible y contribuir al posicionamiento de la tienda como un espacio organizado, atractivo y representativo de los emprendimientos vinculados al programa. Para potenciar la comercialización, se implementan tácticas como la rotación semanal de mercancía destacada en vitrinas y stands del punto de venta, junto con etiquetado claro que incluye precios y descripciones breves.

En el marco del ecosistema Barrio Amigo, el propósito central de esta iniciativa ha sido catapultar el punto de venta como una vitrina vibrante y estratégica, ideal para exhibir y promover los innovadores productos y servicios generados por los emprendedores locales. Esta visión no solo fortalece la visibilidad de sus creaciones, sino que impulsa un impacto económico tangible de la comunidad, fomentando el crecimiento sostenible y la conexión directa con los consumidores.

INGRESOS GENERADOS EN EL AÑO 2026

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

No	Actividad	Meta General	Avance Marzo	% Cumplimiento	Evidencias / Soportes	Observaciones
1	Identificación y registro de unidades productivas	250 unidades registradas	85 emprendedores registrados y caracterizados	34,0%	Base de datos, formularios de registro	Avance correspondiente al segundo mes de ejecución del convenio
2	Caracterización y tipificación de unidades productivas	250 unidades caracterizadas	85 emprendedores caracterizados	34,0%	Fichas de caracterización, base de datos	Proceso en etapa de ejecución conforme al cronograma
3	Aplicación y seguimiento de batería de indicadores	250 unidades con seguimiento	Aplicación de batería a 85 emprendedores	34,0%	Instrumentos diligenciados, registros de aplicación	Se cuenta con línea base para análisis comparativo en abril
4	Acompañamiento a unidades productivas	750 unidades (mín. 3 asesorías/año por emprendedor)	108 emprendedores con revisión de productos y acompañamiento inicial	14,4%	Registros de asesoría, revisión de productos	Se inicia proceso de acompañamiento técnico individual a emprendimientos que ya se encuentran inscritos al programa.
5	Formación y capacitación	10 capacitaciones	1 capacitaciones ejecutadas	10%	Actas de gestión	proceso formativo el 9 de abril -Desarrollo Humano
6	Ferias y eventos de comercialización	20 ferias	2 ferias ejecutadas	10%	Oficios gestiones realizadas	Feria 14 y 15 de abril Plazoleta de la Alcaldía de Manizales. Feria 29 y 30 de Abril Plazoleta de la Alcaldía de Manizales.
7	Cualificación de emprendedores	30 emprendimientos cualificados	0 emprendimientos cualificados	0%	N/A	Actividad proyectada para fases posteriores; se requiere análisis comparativo de batería (abril)

8	Escalonamiento de unidades empresariales	30 emprendimientos escalonados	0 emprendimientos escalonados	0%	N/A	No aplica para el primer mes; depende del avance en cualificación
Tabla de cumplimiento de actividades – Abril						

LOGROS DEL PERIODO ABRIL

- Se logró la atención del 100% de los emprendedores vinculados durante el mes, mediante asesorías personalizadas orientadas al fortalecimiento de sus unidades productivas.
- Se continuó con el proceso de caracterización estructurado, consolidando información clave para la toma de decisiones y la proyección de estrategias de intervención.
- Se avanzó en la aplicación de la batería de indicadores, permitiendo identificar brechas y oportunidades de mejora en los emprendimientos.
- Se realizó la revisión y verificación de productos, fortaleciendo aspectos de calidad, presentación y competitividad.
- Se implementaron acciones orientadas a mejorar la **exhibición, organización y rotación de los productos** de los emprendedores, optimizando su visibilidad y presentación dentro del espacio comercial.
- Estas acciones han permitido avanzar en la organización de la oferta y en la disposición estratégica de los productos; sin embargo, **este proceso aún no se refleja de manera significativa en el comportamiento de las ventas**, por lo que se continúa trabajando en el fortalecimiento de estrategias comerciales que permitan mejorar la conversión y dinamización de las mismas.
- Se dio inicio a las actividades de comercialización con la realización de dos ferias exitosas los días 14 y 15 de abril, y 29 y 30 de abril, con la participación de 35 emprendedores en la plazoleta de la Alcaldía, representando las siete categorías del programa.
- Se adelantaron procesos de articulación para la gestión de nuevos espacios comerciales en escenarios estratégicos como universidades, la Terminal de Transportes y centros comerciales, ampliando oportunidades para los emprendedores.

DIFICULTADES Y ACCIONES DE MEJORA

Dificultades:

- Persisten inconsistencias en la información de contacto de algunos emprendedores, lo que dificulta su convocatoria oportuna.
- Baja estandarización de productos, evidenciada en diferencias en presentación, calidad y características dentro de un mismo emprendimiento.
- Debilidades en estrategias de venta en ferias, afectando la percepción del producto y su competitividad se fortalecerá a través de procesos de cualificación.

Acciones de mejora:

- Establecer lineamientos básicos de estandarización de productos, definiendo criterios mínimos de calidad, presentación y homogeneidad.
- Brindar acompañamiento técnico en el mejoramiento de empaques, abordando aspectos de diseño, funcionalidad y presentación.

CONCLUSIONES

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.

8. ANEXOS

Todos los anexos y evidencias correspondientes al cumplimiento de cada una de las obligaciones contractuales se encuentran consolidados y disponibles para su consulta en el siguiente enlace de almacenamiento en la nube (Google Drive):

https://drive.google.com/drive/u/3/folders/1JA_17OraHCtnK-C3I3W_Qi4i2qXrJT_E

Las evidencias allí contenidas incluyen los soportes documentales, registros fotográficos, listados de asistencia y demás documentos que respaldan la ejecución de las actividades reportadas en el presente informe.

De igual forma, se deja constancia de que la totalidad de estos soportes será entregada en medio físico (dispositivo USB o CD), una vez sea aprobado el presente informe, garantizando así la trazabilidad, integridad y disponibilidad de la información.

Elaboró	Aprobó
Diana Patricia Flórez Vélez Coordinadora Programa Barrio Amigo	María Carmenza Bermúdez Profesional Universitaria Supervisora convenio

LIDERAR UN PROCESO DE CUALIFICACIÓN DE 30 UNIDADES EMPRESARIALES TENDIENTE A MEJORAR SUS INGRESOS Y AUMENTAR SU ESCALAFÓN EN EL MERCADO

Descripción de la actividad:

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.

<u>NOMBRE DE LA EMPRESA</u>	<u>VALORACIÓN GENERAL</u>	<u>CALIFICACIÓN GENERAL</u>
<u>MI DONITA & MAS</u>	<u>68%</u>	<u>Muy Bueno</u>
<u>JABUE</u>	<u>71%</u>	<u>Muy Bueno</u>
<u>SALAMANDRA ART STUDIO</u>	<u>74%</u>	<u>Muy Bueno</u>

<u>DELICIAS MYRLUZ</u>	<u>70%</u>	<u>Muy Bueno</u>
<u>TAJADITOS</u>	<u>68%</u>	<u>Muy Bueno</u>
<u>MAJAMA CREACIONES</u>	<u>80%</u>	<u>Muy Bueno</u>
<u>WAFFLES TENTACIÓN</u>	<u>68%</u>	<u>Muy Bueno</u>
<u>SIMONA</u>	<u>67%</u>	<u>Muy Bueno</u>
<u>PIRAPOP</u>	<u>69%</u>	<u>Muy Bueno</u>
<u>CACAO DULCE ARTESANAL</u>	<u>72%</u>	<u>Muy Bueno</u>
<u>MACANIME 3D</u>	<u>76%</u>	<u>Muy Bueno</u>
<u>ACUARELA COSTURERO</u>	<u>69%</u>	<u>Muy Bueno</u>
<u>LENCERIA MAGIC</u>	<u>67%</u>	<u>Muy Bueno</u>
<u>EXCELSUS</u>	<u>76%</u>	<u>Muy Bueno</u>
<u>ASKALFE</u>	<u>71%</u>	<u>Muy Bueno</u>

15 emprendimientos con mejor calificación hasta el mes de Abril

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.

<u>Categoría</u>	<u>Emprendimientos</u>	<u>Porcentaje</u>
<u>Alimentos</u>	<u>7</u>	<u>47%</u>
<u>Accesorios</u>	<u>3</u>	<u>20%</u>
<u>Confección</u>	<u>2</u>	<u>13%</u>

<u>Cuidado personal</u>	<u>2</u>	<u>13%</u>
<u>Manualidades</u>	<u>1</u>	<u>7%</u>
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

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



Capacitación oficina empresarial, Abril 2026

Elaboró	Elaboró
---------	---------



Carlos Andrés Martínez
Asesor



Alexa Biviana Torres
Asesora
Programa Barrio Amigo

ANÁLISIS PRELIMINAR DIAGNÓSTICO DE LA CARACTERIZACIÓN DEL PROGRAMA BARRIO AMIGO

Enfoque metodológico

El presente diagnóstico se construye principalmente a partir del proceso de caracterización en curso, el cual se constituye como la principal fuente de información para comprender el estado actual de los emprendimientos. A través de este proceso se han identificado aspectos clave relacionados con las condiciones productivas, administrativas, comerciales y financieras de las unidades productivas.

Dado que corresponde al primer mes de ejecución y que aún no se cuenta con la población completa de emprendedores, el presente análisis tiene un carácter preliminar. En este sentido, permite identificar tendencias y condiciones generales que orientan la toma de decisiones iniciales y el fortalecimiento del programa.

DATOS PERSONALES

1. Ubicación geográfica y distribución territorial

Los emprendedores vinculados al programa presentan una amplia distribución en el territorio, con presencia en diferentes **barrios, comunas y corregimientos** lo que evidencia el alcance del programa como una estrategia descentralizada.

Se identifica una mayor concentración en zonas urbanas, aunque también existe participación de población rural, lo que implica condiciones diferenciadas en términos de acceso a oportunidades, conectividad, comercialización y movilidad.

Este componente permite orientar acciones territoriales focalizadas y fortalecer la presencia del programa en sectores estratégicos, describir cuantos rurales y urbanos y que comuna tiene mayor presencia

2. Barrios y comunas predominantes

Se identifica una mayor presencia de emprendedores en barrios como Alta Suiza, Aranjuez, Alcázares, Andes y 20 de Julio, ubicados en comunas urbanas que concentran dinámicas residenciales y comerciales. Estas zonas se caracterizan por facilitar el desarrollo de actividades productivas desde el hogar y el acceso a mercados locales, lo que favorece la circulación de productos y la cercanía con los clientes.

Esta concentración territorial permite al programa focalizar acciones de acompañamiento, formación y fortalecimiento empresarial, aprovechando las dinámicas propias de estos sectores. No obstante, también se reconoce la

presencia de emprendedores en otros barrios y comunas, lo que reafirma la necesidad de mantener un enfoque territorial amplio e inclusivo.

3. 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

Esto posiciona el programa como una estrategia de inclusión productiva con impacto social, donde el emprendimiento se configura como una alternativa de generación de ingresos y mejoramiento de la calidad de vida.

4. Nivel socioeconómico y socioeducativo

Se identifica una población ubicada principalmente en estratos medios y medios-bajos, 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

Lo anterior refuerza la necesidad de procesos formativos prácticos, accesibles y adaptados.

5. 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, principalmente en el régimen subsidiado, pero sin realizar aportes a pensión y riesgos laborales, lo que refleja condiciones de vulnerabilidad en términos de protección social.

Esta realidad representa un reto para el programa, en la medida en que limita la estabilidad y bienestar de los emprendedores, así como sus posibilidades de acceso a beneficios derivados de la formalización. En este sentido, se identifica como una línea prioritaria de intervención el fortalecimiento de procesos de sensibilización y formación en seguridad social, promoviendo la afiliación y los aportes como un elemento clave para la sostenibilidad personal y empresarial.

6. 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. Estas condiciones pueden estar asociadas a limitaciones físicas, sensoriales o cognitivas, las cuales influyen en la forma en que los emprendedores desarrollan sus actividades productivas, acceden a oportunidades de formación y participan en espacios comerciales.

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.

En este sentido, se hace necesario fortalecer estrategias inclusivas dentro del programa, tales como la adaptación de metodologías de capacitación, la flexibilización de los procesos de atención y la articulación con otras entidades que permitan garantizar el acceso a apoyos técnicos y sociales.

Este enfoque contribuye no solo al fortalecimiento de las unidades productivas, sino también a la promoción de la equidad, la participación y la inclusión de poblaciones con discapacidad en las dinámicas económicas locales.

7. Poblaciones especiales

En el proceso de caracterización se identifica la participación de emprendedores pertenecientes a poblaciones con condiciones especiales, como mujeres cabeza de hogar, personas en situación de vulnerabilidad socioeconómica, población con discapacidad y otros grupos con necesidades diferenciales.

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. Asimismo, se evidencia la necesidad de implementar enfoques diferenciales en los procesos de acompañamiento y formación, garantizando acciones más equitativas y pertinentes.

DATOS DEL EMPRENDIMIENTO

1. Titularidad de la empresa

En el proceso de caracterización se identifica que la mayoría de las unidades productivas son de **titularidad individual**, donde el emprendedor es el principal responsable de la gestión, toma de decisiones y operación del negocio. En algunos casos, estas iniciativas cuentan con apoyo familiar, configurándose como unidades productivas de carácter familiar.

Esta estructura evidencia modelos de negocio con baja formalización organizativa, donde no se cuenta con una división clara de roles o estructura

empresarial definida. No obstante, también refleja un alto nivel de autonomía y apropiación por parte del emprendedor, lo que representa una oportunidad para fortalecer procesos de organización, delegación y crecimiento empresarial.

2. Ubicación del emprendimiento

Se evidencia que la mayoría de los emprendimientos desarrollan sus actividades en espacios ubicados en zonas urbanas, principalmente desde el hogar, lo que responde a dinámicas de autoempleo y aprovechamiento de recursos disponibles. Esta condición permite reducir costos operativos, pero a su vez limita la visibilidad y el acceso a mercados más amplios.

En menor proporción, se identifican emprendimientos con presencia en puntos de venta o espacios comerciales, así como algunos ubicados en zonas rurales, lo que implica condiciones diferenciadas en términos de acceso, conectividad y oportunidades de comercialización. Esta diversidad en la ubicación plantea la necesidad de implementar estrategias flexibles que fortalezcan la circulación de los productos y amplíen los canales de venta.

3. Categorización del emprendimiento

De acuerdo con la información registrada en la caracterización, los emprendedores clasificaron sus unidades productivas principalmente en categorías como alimentos, confección, artesanías, manualidades, accesorios y comercio. Estas respuestas evidencian una alta concentración en actividades productivas de tipo artesanal, transformativo y de comercialización a pequeña escala.

Se observa que la mayoría de los emprendedores se identifican con categorías relacionadas con la elaboración de productos propios (artesanías, manualidades, confección y alimentos), mientras que un menor grupo se ubica en actividades netamente comerciales. Esto permite concluir que el programa cuenta con una base importante de emprendimientos con potencial de valor agregado, aunque con necesidades de fortalecimiento en procesos de estandarización, presentación y acceso a mercados.

4. Análisis de los sectores a los que pertenecen los emprendimientos

4.1 Caracterización empresarial

De acuerdo con la clasificación evidenciada, los emprendimientos del programa Barrio Amigo se concentran en sectores específicos como alimentos y bebidas (empacados, panadería, repostería, café), moda (ropa, calzado y accesorios), artesanías y manualidades, así como artículos religiosos y productos frescos. Esta distribución permite identificar una fuerte presencia en el **sector de alimentos**, especialmente en productos transformados como panadería, repostería y café, lo que evidencia oportunidades importantes en temas de manipulación, conservación, empaque y normatividad sanitaria. Asimismo, el sector de **moda y accesorios** refleja un enfoque creativo con potencial de diferenciación, mientras que las **artesanías y manualidades** destacan por su valor agregado y carácter cultural.

Por otro lado, la presencia de categorías como frutas, verduras y artículos religiosos muestra una diversificación en la oferta, aunque con dinámicas más orientadas al comercio directo. En conjunto, estos sectores evidencian un tejido productivo basado en la economía local, con amplias oportunidades de fortalecimiento en innovación, presentación, comercialización y posicionamiento en el mercado.

4.2 Sector económico

Los emprendimientos pertenecen principalmente a sectores como:

- Alimentos
- Confección
- Artesanías y manualidades
- Accesorios
- Comercio minorista

Esto refleja una economía basada en producción a pequeña escala y oficios tradicionales.

5. Ubicación del negocio

La mayoría de unidades productivas operan desde el hogar o en espacios informales, lo que limita su visibilidad y capacidad de expansión.

6. Tiempo del emprendimiento

Se evidencian emprendimientos en distintas etapas:

- Ideas en construcción
- Negocios en fase inicial
- Unidades en crecimiento
- Algunos con trayectoria

7. Comercialización y acceso a mercados

Los emprendimientos presentan dinámicas comerciales limitadas, caracterizadas por:

- Ventas directas
- Redes cercanas (familia, conocidos)
- Espacios ocasionales como ferias o puntos de venta

Mercados en los que participan

Se identifican mercados principalmente:

- Locales
- Comunitarios
- Informales

Con baja incursión en mercados más amplios o digitales.

De acuerdo con la caracterización, los emprendimientos del programa Barrio Amigo comercializan sus productos principalmente en mercados locales y de cercanía, como el barrio, redes familiares y espacios comunitarios, lo que refleja una dinámica basada en relaciones directas y de confianza.

No obstante, también se identifican casos puntuales de participación en mercados nacionales e incluso internacionales, lo que evidencia el potencial de algunos emprendimientos para ampliar su alcance y posicionarse en otros contextos. Adicionalmente, algunos emprendedores utilizan redes sociales y canales digitales como medio de comercialización, aunque aún de manera incipiente.

Este panorama muestra un tejido productivo con predominio local, pero con oportunidades de crecimiento hacia mercados más amplios, lo que refuerza la importancia de fortalecer estrategias comerciales, digitales y de posicionamiento.

8. Gestión administrativa y contable

De acuerdo con la caracterización, se evidencian debilidades en la gestión administrativa y contable de los emprendimientos, especialmente en el registro de ingresos y gastos, el manejo de costos, la separación de las finanzas personales y del negocio, y la planeación financiera. Estas limitaciones reflejan una administración empírica, sin herramientas ni procesos estructurados.

En la mayoría de los casos no existen registros contables formales, lo que dificulta el control financiero, la toma de decisiones informadas y la proyección de crecimiento, afectando la sostenibilidad y consolidación de los emprendimientos en los siguientes aspectos:

- Registro de ingresos y gastos
- Manejo de costos
- Separación de finanzas personales y del negocio
- Planeación financiera

En la mayoría de los casos, no existen **registros contables formales**, lo que limita la toma de decisiones y el crecimiento del emprendimiento.

9. Nivel de formalización

De acuerdo con la caracterización, se evidencia una condición mixta en el nivel de formalización de los emprendimientos. Aquellos que cuentan con RUT pueden ser identificados ante la DIAN, lo que les permite facturar, cumplir obligaciones tributarias y generar mayor confianza en clientes y proveedores. Por su parte, el registro en Cámara de Comercio les otorga existencia legal, visibilidad en el mercado y la posibilidad de acceder a contratos, alianzas y procesos comerciales formales.

Sin embargo, los emprendedores que permanecen en la informalidad enfrentan limitaciones importantes, como el acceso restringido a créditos, convocatorias, programas de fortalecimiento empresarial y mercados más amplios. Esta brecha evidencia la necesidad de promover la formalización, no solo como un requisito legal, sino como una oportunidad para mejorar la competitividad, el crecimiento y la sostenibilidad de los emprendimientos.

10. Tiempo de legalización de matrícula mercantil

De acuerdo con la caracterización, el año de matrícula mercantil permite identificar el nivel de antigüedad y trayectoria de los emprendimientos. Se observa que existe una diversidad, con negocios recientemente formalizados y otros con mayor tiempo en el mercado, lo que refleja diferentes niveles de experiencia y consolidación.

Este dato es clave para analizar el grado de madurez empresarial, ya que los emprendimientos con más años de registro tienden a tener procesos más estructurados, mientras que los más recientes requieren mayor acompañamiento en temas administrativos, comerciales y de posicionamiento para fortalecer su crecimiento.

11. Bancarización

De acuerdo con la caracterización, los emprendedores utilizan diferentes medios de pago como efectivo, transferencias y algunas plataformas digitales, lo que muestra que poco a poco se están adaptando a nuevas formas de vender. Sin embargo, estos medios se usan más por necesidad que por una estrategia clara para organizar mejor el negocio.

También se evidencian dificultades en educación financiera, ya que muchos no aprovechan herramientas como cuentas bancarias para el negocio, aplicaciones de control o medios de pago más formales. Esto dificulta llevar un buen control

del dinero, conocer realmente cuánto se gana y acceder a créditos o apoyos, afectando el crecimiento y la estabilidad del emprendimiento.

12. Capacidades productivas y calidad del producto

El proceso de caracterización evidencia que los emprendedores cuentan con fortalezas importantes en el conocimiento de su oficio, sustentadas principalmente en la experiencia empírica, la tradición y el aprendizaje autónomo. Esto se refleja en la elaboración de productos con identidad propia y en la capacidad de sostener procesos productivos de manera constante, especialmente en actividades artesanales, de confección y alimentos.

No obstante, se identifican debilidades estructurales que limitan la competitividad de los productos, especialmente en aspectos como la estandarización, donde no siempre se mantienen características uniformes en tamaño, calidad o presentación entre un producto y otro. Asimismo, el control de calidad es limitado, lo que dificulta garantizar condiciones homogéneas que generen confianza en el cliente.

En cuanto a la presentación, se evidencian oportunidades de mejora en la forma en que los productos son exhibidos, así como en el diseño y uso de empaques, los cuales en muchos casos no cumplen

13. Presencia de los productos de los emprendedores

De acuerdo a la caracterización, se evidencia que los clientes encuentran los productos principalmente a través de canales tradicionales como el voz a voz y redes de cercanía, lo que refleja una presencia del emprendimiento limitada y poco diversificada. Aunque algunos emprendedores utilizan redes sociales, estas no se gestionan de manera constante ni estratégica, reduciendo su impacto en la captación de nuevos clientes.

En este sentido, la presencia de los emprendimientos es aún básica, con baja visibilidad en entornos digitales y escaso posicionamiento de marca. Esto evidencia la necesidad de fortalecer el uso de herramientas comerciales y estrategias de difusión que permitan ampliar el alcance y mejorar el reconocimiento en el mercado.

14. Uso de redes sociales

A partir de la caracterización, se evidencia que el uso de redes sociales por parte de los emprendedores es aún incipiente y poco estratégico. Aunque algunos cuentan con perfiles activos, estos no se utilizan de manera efectiva para la comercialización, debido a debilidades en la creación de contenido, que suele

ser poco planificado, con baja calidad visual y sin un enfoque claro hacia la promoción o venta.

Asimismo, se identifican limitaciones en la implementación de estrategias digitales y en el posicionamiento de marca, reflejadas en la ausencia de identidad visual y de planificación en las publicaciones. Sumado a esto, existe un bajo aprovechamiento de las herramientas comerciales que ofrecen las plataformas, lo que restringe el alcance y las oportunidades de crecimiento de los emprendimientos en entornos digitales.

PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS DE EMPRENDIMIENTO Y CAPACITACIONES

15. Participación en otros programas

De acuerdo con los resultados de la caracterización, se evidencia que algunos emprendedores han participado en programas de la Alcaldía y en otras iniciativas transversales de entidades públicas y privadas, lo que les ha permitido acumular experiencia y acceder a procesos de formación previos que fortalecen sus capacidades.

Sin embargo, esta participación también refleja la necesidad de una mayor articulación institucional, ya que en algunos casos los apoyos no están conectados entre sí, generando posibles duplicidades o intervenciones aisladas. Fortalecer estas rutas permitiría optimizar recursos, dar continuidad a los procesos y potenciar de manera más efectiva el desarrollo de los emprendimientos.

16. Permanencia en el programa Barrio Amigo

Se identifican diferentes niveles de permanencia:

- Nuevos participantes
- Emprendedores con continuidad en el programa

Esto requiere estrategias diferenciales según el nivel de avance.

13. Intereses y necesidades de capacitación

De acuerdo con la caracterización, las necesidades de capacitación de los emprendedores se concentran principalmente en temas clave para el fortalecimiento de sus unidades productivas, como la gestión administrativa y

contable, el manejo de costos, el uso de redes sociales para la comercialización, y estrategias de ventas y posicionamiento de marca.

Asimismo, se identificó interés en recibir asesoría en educación financiera, formalización empresarial y uso de herramientas digitales, lo que evidencia la necesidad de fortalecer capacidades prácticas que les permitan mejorar la organización del negocio, aumentar sus ingresos y consolidar su presencia en el mercado.

14. Análisis transversal

A nivel general, y de manera transversal a toda la caracterización, se evidencia que los emprendimientos del programa Barrio Amigo presentan un alto potencial productivo, pero requieren fortalecimiento en múltiples dimensiones para lograr su consolidación, sostenibilidad y crecimiento. En este sentido, se identifican los siguientes ejes clave:

- ✓ **Formalización empresarial:** Se presenta una condición mixta, donde algunos emprendedores cuentan con RUT y registro en Cámara de Comercio, mientras otros permanecen en la informalidad, limitando su acceso a beneficios, mercados formales y oportunidades de crecimiento.
- ✓ **Gestión administrativa y contable:** Se evidencian debilidades en el registro de ingresos y gastos, manejo de costos, separación de finanzas personales y del negocio, y planeación financiera, lo que dificulta la toma de decisiones y el control del negocio.
- ✓ **Educación financiera y bancarización:** Aunque se utilizan medios de pago como efectivo, transferencias y billeteras digitales, su uso no es estratégico, limitando la trazabilidad, el acceso a financiamiento y el aprovechamiento de herramientas financieras.
- ✓ **Comercialización y ventas:** Predomina el voz a voz como principal canal de captación de clientes, lo que restringe el alcance y la posibilidad de expansión a nuevos mercados.
- ✓ **Presencia y posicionamiento de marca:** Los emprendimientos presentan baja visibilidad y reconocimiento, con debilidades en identidad de marca, diferenciación y estrategias de promoción.
- ✓ **Uso de redes sociales y herramientas digitales:** Se evidencia un uso incipiente y poco estratégico, con falencias en creación de contenido, planificación y aprovechamiento de plataformas para la venta.
- ✓ **Capacidades productivas y calidad:** Aunque existe conocimiento del oficio, se presentan debilidades en estandarización, control de calidad, presentación, empaque y diferenciación de los productos.
- ✓ **Trayectoria empresarial:** La diversidad en los años de matrícula mercantil refleja distintos niveles de madurez, desde emprendimientos emergentes hasta algunos más consolidados, lo que requiere intervenciones diferenciadas.

- ✓ **Participación en programas:** Algunos emprendedores han participado en iniciativas de la Alcaldía y otras entidades, evidenciando experiencia previa, pero también la necesidad de mayor articulación institucional para evitar duplicidades y fortalecer rutas de atención.
- ✓ **Necesidades de capacitación:** Se concentran en temas como gestión administrativa, costos, educación financiera, marketing, ventas, formalización y uso de herramientas digitales, evidenciando una demanda clara de fortalecimiento integral.

En conjunto, estos hallazgos reflejan la necesidad de implementar estrategias integrales, progresivas y diferenciales que respondan a las realidades de los emprendimientos, fortaleciendo sus capacidades, mejorando su competitividad y promoviendo su sostenibilidad e impacto en el desarrollo económico local.

Elaboró	Elaboró
 Carlos Andrés Martínez Asesor	 Alexa Biviana Torres Asesora Programa Barrio Amigo

10	Servicios públicos internet — teléfono El programa cuenta con un punto de venta ubicado en el primer piso de la Alcaldía de Manizales, en el mismo se lleva a cabo la recepción y entrega de productos de las unidades empresariales, la convocatoria de las unidades empresariales, la programación de asesorías, la revisión de productos de los emprendedores y el contacto permanente del programa con los beneficiarios, se requiere disponer de una línea telefónica, telefonía celular e internet para mantener una adecuada comunicación y planeación de asesorías y demás por el tiempo de duración del convenio.	1	10	\$175.000	\$1.750.000	\$0	\$1.750.000	\$ 1.750.000	\$ 33.000	\$ -	\$ 33.000	\$ -	\$ 66.000	\$0	\$1.684.000	
11	Elementos de aseo y cafetería para el punto de venta Elementos de aseo cafetería para el punto de venta por el tiempo de duración del contrato Para mantener adecuadamente el punto de venta se requiere contar con los insumos mensuales requeridos para el aseo del punto de venta como JABÓN, DESINFECTANTES, TRAPEROS, al igual que los elementos necesarios para la cafetería como el CAFÉ, AZÚCAR, AROMA TÍCAS, VASOS DESHECHABLES, revisar detalle en el ítem 4.1.3 Otros componentes de la propuesta	1	10	\$392.500	\$3.925.000	\$0	\$3.925.000	\$ 3.925.000	\$ 392.500	\$ -	\$ 392.500	\$ -	\$ 785.000	\$0	\$3.140.000	
12	Apoyo logístico y gastos operativos para el desarrollo de las actividades, Visita a las unidades empresariales Actividad artística y cultural para las ferias según sitio autorizado Transporte para el traslado de los stands del programa Sayco y Acinpro para la actividad y cultural de las ferias según sitio Personal para el cargue y descargue de los elementos para las ferias Personal de apoyo en seguridad en las ferias Daños en el punto de venta si se presentan como chapas, fugas de agua, entre otros Gastos de papelería de programa Recargas de tóner	1	10	\$2.238.500	\$22.385.000	\$14.999.000	\$7.386.000	\$ 22.385.000	\$ 1.499.900	\$ 738.600	\$ 1.499.900	\$ 738.100	\$ 2.999.800	\$ 1.476.700	\$11.999.200	\$5.909.300
VALOR TOTAL				\$ 428.472.500	\$ 299.928.500	\$ 128.544.000	\$ 428.472.500	\$ 20.574.900	\$ 1.164.100	\$ 30.074.900	\$ 11.171.100	\$ 50.649.800	\$ 12.335.200	\$249.278.700	\$116.208.800	

A	TOTAL GASTOS CON RECURSOS MUNICIPIO DE MANIZALES	VALOR DEL GASTO
		\$ 30.074.900

B	TOTAL APOORTE ASFAPAZ	VALOR CONTRAPARTIDA
		\$ 11.171.100

A+B	GRAN TOTAL INFORME 2	\$ 41.246.000
------------	-----------------------------	----------------------

BALANCE PRESUPUESTAL (RECURSOS MUNICIPIO -ASFAPAZ)

INFORME 2	
RECURSOS ALCALDIA	\$ 30.074.900
APOORTE ASFAPAZ	\$11.171.100
TOTAL EJECUCIÓN INFORME 2	\$ 41.246.000

VALOR TOTAL CONVENIO APORTES	\$ 428.472.500
VALOR TOTAL EJECUTADO	\$ 62.985.000
VALOR POR EJECUTAR/SOPORTAR	\$ 365.487.500
PORCENTAJE DE EJECUCIÓN	15%

BALANCE DE EJECUCIÓN		
N° INFORME	RECURSOS MUNICIPIO	RECURSOS ASFAPAZ
INFORME 1	\$ 20.574.900	\$ 1.164.100
INFORME 2	\$ 30.074.900	\$ 11.171.100
	\$ 50.649.800	\$ 12.335.200

Dirección Administrativa y Financiera I ASFAPAZ

CONCEPTO	BENEFICIARIO	VALOR	DESCRIPCION	ALCALDIA	ASFAPAZ
COORDINACION GENERAL	DIANA FLOREZ	\$ 3.550.000		\$ 3.550.000	
ASESORES	GERARDO DE JESUS VANEGAS	\$ 3.075.000		\$ 3.075.000	
	ALEXA BIVIANA TORRES ALZATE	\$ 3.075.000		\$ 3.075.000	
	CARLOS ANDRÉS MARTINEZ	\$ 3.075.000		\$ 3.075.000	
COMUNICACIÓN	SHECCID HURTADO CLAVIJO	\$ 3.100.000		\$ 3.100.000	
PUNTO DE VENTA	JACKELINE ARANGO	\$ 2.700.000		\$ 2.700.000	
FERIAS	GLORIA PATRICIA CASTILLO	\$ 770.000	Lavado de manteles, gloria castillo		\$ 770.000
	VIVIANA ANDREA BERRIO	\$ 1.000.000	Carpas 14 y 15		\$ 1.000.000
	VIVIANA ANDREA BERRIO	\$ 1.355.000	Carpas y logistica 29 y 30		\$ 1.355.000
	MAURICIO HENAO VASCO	\$ 260.000	Transporte		\$ 260.000
	DANID URUEÑA	\$ 260.000	Arreglo mobiliario		\$ 260.000
	BENZO NAE SAS	\$ 85.680	Banderines		\$ 85.680
	MARIA LIZ DARY SEPULVEDA	\$ 15.769.320	Carpas	\$ 10.000.000	\$ 5.769.320
REFRIGERIOS	JENNY PAOLA LOPEZ	\$ 507.500	Refrigerios		\$ 507.500
SERVICIOS PUBLICOS	CLARO	\$ 33.000	Datos		\$ 33.000
ELEMENTOS DE ASEO	HOME CENTER	\$ 180.500	Insumos		\$ 180.500
	D1	\$ 21.640	Insumos		\$ 21.640
	ARA	\$ 36.750	Insumos		\$ 36.750
	CLAUDIA PATRICIA VARELA	\$ 113.450	Insumos		\$ 113.450
	ARA	\$ 40.160	Insumos		\$ 40.160
APOYO LOGISTICO	GLORIA ISABEL VANEGAS	\$ 2.000.000	Apoyo logistico y operativo	\$ 1.499.900	\$ 500.100
	JACKELINE ARANGO	\$ 238.000			\$ 238.000
	TOTAL	\$ 41.246.000		\$ 30.074.900	\$ 11.171.100