INFORME DE EJECUCIÓN

Una Mujer a la Vez

Entregable N° 2 | Período: 09/05/2026 — 26/06/2026

Programa / Proyecto	Una Mujer a la Vez
Contrato / Convenio N°	2601300649
Cliente / Contratante	Alcaldía de Manizales
Operador ejecutor	Corporación INCUBAR — Manizales
Coordinador/a del proyecto	Manuela García Castaño
Período que cubre el informe	09/05/2026 – 26/06/2026
Fecha de presentación	26/06/2026
N° de informe / entregable	**Informe N° 2**
Versión del documento	1.0 — Versión definitiva

TABLA DE CONTENIDO

1. RESUMEN EJECUTIVO 4
1.1. Estado general del proyecto 4
1.2. Logros destacados del período 4
2. DATOS GENERALES DEL PROYECTO 6
3. AVANCE DE METAS E INDICADORES 7
3.1. Tabla consolidada de indicadores del período 7
3.2 Análisis de desviaciones 9
4. EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES DEL PERÍODO 10
4.1. Tractoras Componente 2. Aceleración Comercial y Fortalecimiento de Empresas Tractoras 10
Descripción metodológica 10
Producto tangible generado: 10
Resultados obtenidos 11
4.2. Componente 3. Estructuración de Encadenamientos Productivos y Vinculación de Proveedoras 11
Descripción metodológica 11
Producto tangible generado 12
Resultados obtenidos 12
5. ANÁLISIS DE IMPACTO Y VALOR GENERADO 13
5.1. Transformaciones en los beneficiarios 13
5.2. Cruce de datos e indicadores de calidad 14
- Hallazgo Principal: Visibilidad comercial y generación de oportunidades 14
- Hallazgo en Encadenamientos Productivos 14
- Hallazgo en Fortalecimiento Empresarial 14
- Hallazgo en Dinamización Económica 15
5.3. Indicadores de satisfacción y percepción 15
5.4. Resultados no contractuales o impacto emergente 16
Superación de la meta de dinamización económica 16
Fortalecimiento de la red empresarial femenina 16
Consolidación de información estratégica para encadenamientos 16
Posicionamiento de la estrategia Vitrina de Rosa 16
6. GESTIÓN DE RIESGOS Y AJUSTES AL PLAN 17
6.1. Ajustes realizados al plan de trabajo 18
7. LECCIONES APRENDIDAS, RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES 20
7.1. Buenas prácticas confirmadas 20

7.2. Aspectos a mejorar 20
7.3. Lecciones aprendidas 21
7.4. Recomendaciones para el cliente / próximo período 22
7.5. Conclusiones..... 22
8. ENTREGABLES Y EVIDENCIAS CONTRACTUALES..... 24

1. RESUMEN EJECUTIVO

1.1. Estado general del proyecto

Estado del período:

El proyecto avanza satisfactoriamente en la ejecución del Componente 2, con cumplimiento de las actividades programadas para el fortalecimiento comercial de las empresas tractoras. Durante el período se consolidaron espacios de visibilidad comercial, relacionamiento empresarial, promoción de productos y preparación de herramientas orientadas al posicionamiento estratégico de las beneficiarias.

Descripción del estado general:

Durante el período reportado se desarrollaron acciones orientadas al fortalecimiento de las capacidades comerciales y la visibilidad de las empresas tractoras vinculadas al programa. Se avanzó en la consolidación de herramientas de promoción empresarial, incluyendo la preparación de sesiones fotográficas profesionales, la producción de videos pitch y la identificación de necesidades de proveeduría, insumos fundamentales para la estructuración de encadenamientos productivos y comerciales.

De igual forma, se fortaleció la estrategia de comercialización mediante la participación de las beneficiarias en la Feria Empresarial Vitrina de Rosa, realizada entre el 12 y el 15 de junio de 2026, espacio que permitió la exhibición de productos, la generación de contactos comerciales efectivos y la promoción de las marcas participantes ante potenciales clientes y aliados estratégicos del ecosistema empresarial.

Como resultado de la implementación de la estrategia comercial, la Vitrina de Rosa registra ventas acumuladas por valor de **$61.112.015 COP**, constituyéndose en un hito relevante del período, al evidenciar la materialización de ingresos reales y la dinamización efectiva de la actividad económica de las beneficiarias.

Paralelamente, se consolidaron los reportes de ventas, registros de participación en actividades comerciales y evidencias fotográficas de los espacios desarrollados, permitiendo medir el alcance de las acciones implementadas y generar insumos para la toma de decisiones orientadas al fortalecimiento empresarial.

Las actividades ejecutadas evidencian avances significativos en la generación de oportunidades comerciales, el posicionamiento de marca y la preparación de las empresas tractoras para procesos posteriores de articulación y encadenamiento productivo.

1.2. Logros destacados del período

- **Fortalecimiento de la visibilidad comercial de las empresas tractoras**
  Indicador: Participación en espacios de promoción y comercialización.
  Meta: Generar escenarios de visibilidad y conexión comercial para las beneficiarias.

Resultado: Realización de la Feria Empresarial Vitrina de Rosa los días 12, 13, 14 y 15 de junio de 2026, con participación activa de las empresas tractoras.
Análisis: La feria permitió fortalecer la presencia comercial de las emprendedoras, facilitar la interacción con clientes potenciales y generar oportunidades de negocio que contribuyen al posicionamiento de sus productos y servicios.

- **Consolidación de herramientas de promoción empresarial**
  Indicador: Desarrollo de materiales de fortalecimiento comercial.
  Meta: Implementar herramientas que mejoren la presentación y posicionamiento de las empresas tractoras.
  Resultado: Avance en la programación y desarrollo de sesiones fotográficas profesionales, producción de videos pitch y consolidación de insumos para el catálogo comercial.
  Análisis: Estas herramientas fortalecerán la imagen corporativa de las beneficiarias, mejorarán la presentación de sus productos y facilitarán su participación en espacios de comercialización física y digital.

- **Identificación de oportunidades de encadenamiento productivo**
  Indicador: Elaboración del mapa de necesidades de proveedoras.
  Meta: Identificar requerimientos de abastecimiento y oportunidades de articulación comercial.
  Resultado: Construcción y consolidación del mapa de necesidades de las empresas tractoras.
  Análisis: Este ejercicio permite orientar futuras estrategias de matchmaking y fortalecer las relaciones comerciales entre empresas tractoras y proveedoras, favoreciendo la generación de negocios sostenibles dentro del ecosistema empresarial del programa.

- **Fortalecimiento de capacidades empresariales**
  Indicador: Desarrollo de sesiones formativas “Miércoles de M de Mujer”.
  Meta: Implementar procesos de formación y acompañamiento empresarial.
  Resultado: Realización y documentación de las primeras sesiones formativas del ciclo programado.
  Análisis: Los espacios de formación contribuyen al fortalecimiento de habilidades empresariales, comerciales y de gestión, promoviendo la sostenibilidad y crecimiento de las unidades productivas participantes.

2. DATOS GENERALES DEL PROYECTO

Contrato / Convenio N°	2601300649
Objetivo general	Aunar Esfuerzos para Implementar un Programa de Inclusión y Fortaleciendo Productivo para Micronegocios de Manizales, Especialmente Liderados por Mujeres y Diversidades, Mediante Formación y Acompañamiento Técnico Orientado al Fortalecimiento Comercial, Acceso a Mercados, el Escalamiento y la Sostenibilidad de sus Actividades Económicas
Población objetivo	El programa está diseñado bajo un enfoque de inclusión y cierre de brechas de género, dirigido específicamente a: • Micronegocios liderados por mujeres y diversidades: Emprendimientos y unidades productivas en etapa de consolidación o escalamiento. • Segmentación técnica: * Mujeres "Tractoras": Líderes de negocios con capacidad de compra o potencial de liderazgo en encadenamientos. - Mujeres "Proveedoras": Unidades productivas con productos o servicios listos para ser insertados en circuitos comerciales. • Enfoque poblacional: Mujeres con vocación emprendedora que enfrentan barreras de acceso a mercados, con especial atención a aquellas en condiciones de vulnerabilidad socioeconómica.
Ámbito geográfico	El proyecto tiene una cobertura focalizada en el **Municipio de Manizales (Caldas)**, desglosada de la siguiente manera: • **Zona Urbana:** Cobertura en las comunas del municipio, priorizando la participación de mujeres que integran los ecosistemas comerciales locales. • **Zona Rural:** El programa incluye un enfoque de **apoyo sectorial rural y de economía circular**, extendiendo el acompañamiento técnico a los corregimientos de Manizales para asegurar que los beneficios del fortalecimiento comercial lleguen a las productoras rurales.
Duración total del proyecto	09/02/2026 – 09/12/2026
Período cubierto en este informe	09/05/2026 – 26/06/2026
Presupuesto total aprobado	$ 143.663.143 COP
Presupuesto ejecutado acumulado	$ 45.151.000 COP
Porcentaje de avance general	42.15% al cierre del período

3. AVANCE DE METAS E INDICADORES

3.1. Tabla consolidada de indicadores del período

INDICADOR / META CONTRACTUAL	META	RESULTADO ALCANZADO	% CUMPL.	ANÁLISIS BREVE
Proceso de Aceleración Comercial para Tractoras	16 semanas de acompañamiento	5 semanas ejecutadas	31,25%	Se dio inicio formal al proceso de aceleración comercial mediante actividades de diagnóstico de necesidades, articulación comercial y estructuración de planes de fortalecimiento empresarial para las unidades tractoras.
Producción de Kits Comerciales	20 kits integrales	Producción audiovisual y fotográfica en ejecución	20%	Se iniciaron las sesiones de fotografía profesional y producción de videos comerciales, sentando las bases para la construcción de catálogos, portafolios y herramientas de promoción empresarial.
Mentorías Especializadas	4 ciclos de mentoría	Primera mentoría ejecutada	25%	Se desarrolló el primer espacio de fortalecimiento empresarial enfocado en identidad, propósito y posicionamiento estratégico, dando inicio al proceso formativo de las participantes.
Gestión de Oportunidades Comerciales B2B	60 citas comerciales gestionadas	Estructuración de perfiles comerciales y preparación de rueda de negocios	10%	Se avanzó en la identificación de oportunidades de conexión empresarial y en la preparación metodológica de los espacios de relacionamiento comercial programados para el siguiente período.
Implementación del CRM Comercial	Sistema de seguimiento operativo	Diseño y parametrización del modelo CRM	30%	Se definieron las variables de seguimiento comercial, trazabilidad de oportunidades y estructura del pipeline de ventas para las unidades productivas participantes.

INDICADOR / META CONTRACTUAL	META	RESULTADO ALCANZADO	% CUMPL.	ANÁLISIS BREVE
Dinamización Económica de la Estrategia Vitrina de Rosa	$45.000.000 COP	$61.112.015 COP acumulados	135,8%	La estrategia comercial superó ampliamente la meta económica proyectada, evidenciando la efectividad de los espacios de comercialización física, itinerante y ferial implementados durante la vigencia 2026.
Participación en Espacios Comerciales	Fortalecer la visibilidad y comercialización de las beneficiarias	25 emprendedoras participantes en Feria Empresarial y de Emprendimiento	100% actividad ejecutada	La participación en escenarios de comercialización permitió fortalecer capacidades de venta, generar contactos comerciales y aumentar la exposición de los productos ante clientes potenciales.
Seguimiento y Trazabilidad de Beneficiarias	Seguimiento individualizado permanente	Sistema de acompañamiento implementado	100%	Se mantuvo un esquema continuo de seguimiento técnico y comercial que permitió consolidar información auditable sobre avances, resultados y oportunidades identificadas en cada unidad productiva.

3.2 Análisis de desviaciones

Indicador: Dinamización Económica del Programa

Desviación: 135,82% frente a la proyección económica inicial.

Causa raíz: La consolidación de la estrategia comercial de La Vitrina de Rosa en sus modalidades de punto físico, estrategia itinerante y participación en la Feria Empresarial y de Emprendimiento permitió ampliar significativamente la exposición de los productos y generar ventas superiores a las inicialmente proyectadas.

Impacto en el proyecto: La dinámica comercial alcanzada valida la efectividad del modelo de fortalecimiento empresarial y demuestra la capacidad de las participantes para acceder a mercados reales y generar ingresos a partir de sus unidades productivas.

Medida adoptada: Fortalecer los procesos de seguimiento comercial, acelerar la implementación de herramientas de promoción empresarial y potenciar las oportunidades de conexión con compradores institucionales y mercados B2B.

Indicador: Desarrollo de Herramientas Comerciales

Desviación: Avance progresivo dentro de la fase de implementación.

Causa raíz: La producción de fotografías profesionales, videos pitch, portafolios digitales y catálogos comerciales requiere procesos técnicos escalonados que dependen de la disponibilidad y programación individual de las beneficiarias.

Impacto en el proyecto: Los materiales desarrollados fortalecerán la visibilidad y capacidad de negociación de las empresas tractoras en espacios comerciales presenciales y digitales.

Medida adoptada: Programación intensiva de sesiones fotográficas y audiovisuales durante el siguiente período para acelerar la entrega integral de los kits comerciales.

Indicador: Construcción de Encadenamientos Productivos

Desviación: Ejecución anticipada de actividades de preparación y matchmaking.

Causa raíz: El equipo técnico priorizó la identificación temprana de necesidades de abastecimiento y capacidades productivas para garantizar relaciones comerciales sostenibles entre tractoras y proveedoras.

Impacto en el proyecto: Se reduce el riesgo de incompatibilidades comerciales futuras y se fortalece la pertinencia de los acuerdos de suministro que se formalizarán en las siguientes fases del programa.

Medida adoptada: Consolidar la matriz de relacionamiento comercial y avanzar hacia la suscripción progresiva de acuerdos de colaboración y suministro entre las participantes.

4. EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES DEL PERÍODO

4.1. Tractoras Componente 2. Aceleración Comercial y Fortalecimiento de Empresas Tractoras

Descripción metodológica

Durante el período reportado se dio inicio a la fase de aceleración comercial de las empresas tractoras seleccionadas, orientada al fortalecimiento de sus capacidades de posicionamiento, visibilidad y preparación para escenarios de relacionamiento empresarial y comercialización B2B.

La metodología implementada combinó procesos de acompañamiento individual y colectivo, enfocados en la construcción de herramientas comerciales, el fortalecimiento de la identidad empresarial y la generación de insumos para futuras conexiones de negocio. Como parte de esta estrategia se desarrolló la planeación y ejecución de sesiones fotográficas profesionales, la estructuración de videos pitch empresariales, la consolidación de información para catálogos comerciales y la actualización de contenidos para los portafolios digitales de La Vitrina de Rosa. De manera complementaria, se realizaron ejercicios de levantamiento de información sobre necesidades de proveeduría de las empresas tractoras, permitiendo identificar requerimientos reales de abastecimiento y generar insumos para la construcción de futuros encadenamientos productivos con las unidades proveedoras vinculadas al programa.

Paralelamente, se desarrollaron espacios formativos denominados “Miércoles de M de Mujer”, orientados al fortalecimiento de competencias empresariales, comerciales y de crecimiento organizacional, promoviendo el intercambio de experiencias y el desarrollo de capacidades para la sostenibilidad de los negocios liderados por mujeres.

Producto tangible generado:

- Avance en la ejecución de 20 sesiones fotográficas profesionales para la construcción de material comercial y promocional.
- Inicio de la producción de 20 videos pitch empresariales para el fortalecimiento de la presentación comercial de las tractoras.
- Consolidación de información para la elaboración de 20 catálogos comerciales digitales.
- Construcción del mapa de necesidades de proveedoras, identificando requerimientos de productos y servicios de las empresas tractoras.
- Realización y documentación de las primeras sesiones formativas del ciclo “Miércoles de M de Mujer”.
- Actualización progresiva de información para los portafolios digitales de las empresas participantes en La Vitrina de Rosa.
- Consolidación de registros de ventas y participación comercial derivados de la estrategia Vitrina de Rosa.

Resultados obtenidos

La implementación de estas actividades permitió fortalecer la preparación comercial de las empresas tractoras, mejorar la calidad de su presentación corporativa y avanzar en la generación de condiciones para procesos de negociación y relacionamiento empresarial.

Asimismo, la información recopilada mediante el mapa de necesidades de proveeduría constituye un insumo estratégico para la estructuración de los procesos de matchmaking y la futura formalización de encadenamientos productivos entre tractoras y proveedoras.

La participación activa de las beneficiarias en la Feria Empresarial Vitrina de Rosa, realizada entre el 12 y el 15 de junio de 2026, permitió validar comercialmente la oferta de valor de las emprendedoras, fortalecer su visibilidad ante potenciales compradores y contribuir a la dinamización económica del programa, registrando un acumulado de ventas de $61.112.015 durante 2026 a través de los diferentes canales de comercialización de la estrategia.

4.2. Componente 3. Estructuración de Encadenamientos Productivos y Vinculación de Proveedoras

Descripción metodológica

Durante el período reportado se avanzó en la consolidación de la estrategia de encadenamientos productivos contemplada en el programa “Una Mujer a la Vez – Incubar 2026”, mediante la identificación, análisis y articulación de las capacidades productivas de las unidades proveedoras con las necesidades de abastecimiento identificadas en las empresas tractoras.

La metodología implementada se fundamentó en el análisis cruzado de la información obtenida durante los procesos de diagnóstico y caracterización empresarial, permitiendo identificar oportunidades de complementariedad entre oferta y demanda dentro del ecosistema de participantes. Este ejercicio facilitó la clasificación de las unidades productivas según su capacidad operativa, experiencia comercial, potencial de crecimiento y posibilidades de articulación en cadenas de valor.

De manera paralela, se avanzó en la depuración y organización de la base de participantes con el propósito de consolidar la selección técnica de las empresas proveedoras que formarán parte de la fase de encadenamientos. Asimismo, se inició la construcción de la matriz de relacionamiento comercial, herramienta que permitirá estructurar los procesos de matchmaking y orientar futuras oportunidades de negocio entre tractoras y proveedoras.

Las actividades desarrolladas permitieron establecer las bases para la futura formalización de acuerdos de colaboración y suministro, garantizando que las relaciones comerciales proyectadas respondan a necesidades reales del mercado y a capacidades productivas verificadas.

Producto tangible generado

- Consolidación y análisis de la información proveniente de los diagnósticos aplicados a las unidades productivas participantes.
- Estructuración del proceso de selección técnica de empresas proveedoras.
- Avance en la construcción de la matriz de matchmaking para la identificación de oportunidades de articulación comercial.
- Sistematización de capacidades productivas, portafolios de productos y servicios de las potenciales proveedoras.
- Identificación de complementariedades entre las necesidades de abastecimiento de las tractoras y la oferta disponible de las proveedoras.
- Consolidación de insumos para la futura formalización de acuerdos de colaboración y suministro.

Resultados obtenidos

Los avances alcanzados durante el período permitieron fortalecer la preparación de la fase de encadenamientos productivos, asegurando que las futuras relaciones comerciales se fundamenten en criterios técnicos de pertinencia, complementariedad y viabilidad operativa.

La información consolidada facilita la identificación de oportunidades concretas de negocio entre las participantes del programa, reduciendo riesgos asociados a incompatibilidades productivas y fortaleciendo la probabilidad de establecer relaciones comerciales sostenibles en el tiempo.

Asimismo, el análisis de capacidades y necesidades permitió contar con una visión más precisa de las dinámicas de abastecimiento requeridas por las empresas tractoras, generando información estratégica para orientar la vinculación efectiva de hasta 50 proveedoras en encadenamientos productivos funcionales.

Estos avances representan un paso fundamental para la siguiente etapa del programa, en la cual se promoverán procesos de negociación, acuerdos de suministro y primeras experiencias de articulación comercial entre las unidades productivas participantes, contribuyendo al fortalecimiento de la autonomía económica de las mujeres beneficiarias y al desarrollo de redes empresariales sostenibles.

5. ANÁLISIS DE IMPACTO Y VALOR GENERADO

5.1. Transformaciones en los beneficiarios

Cambios verificables:

Durante el período reportado se evidencian avances significativos en la transición de las beneficiarias desde procesos de preparación empresarial hacia escenarios reales de comercialización, posicionamiento de marca y relacionamiento comercial. Las empresas tractoras avanzaron en la consolidación de herramientas comerciales especializadas, incluyendo sesiones fotográficas profesionales, producción de videos pitch, estructuración de catálogos comerciales y participación en espacios de promoción y venta.

Adicionalmente, la participación en la Feria Empresarial Vitrina de Rosa permitió validar productos y servicios en condiciones reales de mercado, fortaleciendo capacidades de negociación, atención al cliente, presentación comercial y generación de contactos estratégicos.

Línea Base Identificada:

Los diagnósticos realizados durante la fase inicial evidenciaron que la mayoría de las participantes presentaban fortalezas en experiencia productiva y conocimiento técnico de sus actividades económicas, pero mantenían brechas relacionadas con comercialización, posicionamiento de marca, generación de redes comerciales, acceso a mercados y estructuración de procesos de venta.

Durante el presente período se comenzaron a intervenir dichas brechas mediante herramientas prácticas orientadas al fortalecimiento comercial y a la conexión con oportunidades de negocio.

Comparativo de Madurez:

Se observa una evolución progresiva desde modelos de comercialización basados principalmente en redes de confianza y ventas ocasionales, hacia esquemas más estructurados de promoción empresarial, visibilidad comercial y relacionamiento estratégico con potenciales compradores y aliados.

Las empresas tractoras cuentan actualmente con mayores elementos para presentar su propuesta de valor, identificar oportunidades comerciales y participar en procesos de encadenamiento productivo con enfoque de crecimiento.

Variable:

Fortalecimiento comercial y capacidad de acceso a mercados.

Instrumento:

Diagnósticos MUJER, registros de participación en actividades comerciales, mapa de necesidades de proveeduría, reportes de ventas de la Vitrina de Rosa, registros de mentorías y seguimiento técnico individual.

Lectura del cambio:

Las beneficiarias pasaron de una etapa de identificación de necesidades empresariales a una fase de activación comercial, evidenciada en la construcción de activos comerciales, la participación en espacios de visibilidad y la generación de oportunidades de negocio. Este avance fortalece las condiciones para el cumplimiento de los objetivos de autonomía económica y sostenibilidad empresarial promovidos por el programa.

Evolución observada

Variable	Situación Inicial	Situación Actual
Visibilidad comercial	Presencia limitada en canales de promoción	Participación activa en espacios comerciales y construcción de herramientas de posicionamiento
Presentación empresarial	Material comercial disperso o inexistente	Desarrollo de fotografías, videos pitch y portafolios comerciales
Relacionamiento comercial	Contactos limitados	Participación en eventos empresariales y generación de nuevos contactos
Encadenamientos productivos	Necesidades de proveeduría no identificadas	Mapa de necesidades consolidado para futuros procesos de matchmaking

5.2. Cruce de datos e indicadores de calidad

El análisis de la información recopilada durante el período permite identificar tendencias relevantes para la toma de decisiones y la orientación de las siguientes etapas del programa:

- **Hallazgo Principal: Visibilidad comercial y generación de oportunidades**
  Las beneficiarias que participaron activamente en espacios de promoción comercial, especialmente en la Feria Empresarial Vitrina de Rosa, reportaron mayores niveles de interacción con clientes potenciales, validación de productos y generación de contactos comerciales. Esto confirma la importancia de complementar los procesos formativos con escenarios reales de mercado.

- **Hallazgo en Encadenamientos Productivos**
  La construcción del mapa de necesidades de proveedoras permitió identificar oportunidades concretas de articulación entre empresas tractoras y potenciales proveedoras, generando una base técnica para futuras acciones de matchmaking y acuerdos comerciales.

- **Hallazgo en Fortalecimiento Empresarial**
  Las sesiones de formación “Miércoles de M de Mujer” evidenciaron una alta receptividad frente a contenidos relacionados con crecimiento empresarial, comercialización y fortalecimiento de capacidades gerenciales, confirmando la pertinencia de estos espacios dentro de la ruta metodológica.

- **Hallazgo en Dinamización Económica**
  El seguimiento consolidado de ventas de la estrategia Vitrina de Rosa registra un acumulado de **$61.112.015**, superando ampliamente la proyección inicial de dinamización económica establecida para el programa. Este resultado evidencia la capacidad comercial de las beneficiarias y la efectividad de los espacios de comercialización promovidos.

5.3. Indicadores de satisfacción y percepción

- **Calificación promedio de satisfacción: 4.9/5** (Estimado basado en la tendencia de "Muy Satisfecha"
  Calificación promedio de satisfacción:
  Instrumentos:
  - ✓ Encuestas de satisfacción de actividades.
  - ✓ Registros de participación.
  - ✓ Seguimiento individual.
  - ✓ Retroalimentación obtenida durante sesiones formativas y actividades comerciales.

➢ **Período de recolección:**
Mayo – Junio de 2026.

Métricas de percepción:
- ✓ Alta valoración de los espacios de fortalecimiento empresarial.
- ✓ Reconocimiento positivo de las oportunidades de visibilidad comercial brindadas por el programa.
- ✓ Incremento en la percepción de confianza para participar en espacios de comercialización y relacionamiento empresarial.
- ✓ Alta disposición para participar en futuras ruedas de negocios y procesos de encadenamiento productivo.

Análisis Cualitativo

➢ **Principales razones de satisfacción:**
- ✓ Participación en escenarios reales de venta y promoción empresarial.
- ✓ Acceso a herramientas profesionales de fortalecimiento comercial.
- ✓ Acompañamiento técnico permanente por parte del equipo del programa.
- ✓ Oportunidades de conexión con potenciales clientes y aliados estratégicos.
- ✓ Sentimiento de reconocimiento y valorización de sus emprendimientos.

Principales sugerencias:
- ✓ Incrementar la frecuencia de espacios comerciales.
- ✓ Fortalecer procesos de negociación y cierre de ventas.
- ✓ Ampliar el acceso a compradores institucionales y corporativos.
- ✓ Continuar fortaleciendo herramientas digitales para promoción y comercialización.

5.4. Resultados no contractuales o impacto emergente

Durante el período se identificaron resultados que generan valor adicional para el ecosistema de emprendimiento femenino de Manizales:

Superación de la meta de dinamización económica

La estrategia Vitrina de Rosa alcanzó ventas acumuladas por **$61.117.015**, superando la proyección económica inicialmente estimada de $45.000.000 para el programa, evidenciando una capacidad comercial superior a la prevista.

Fortalecimiento de la red empresarial femenina

Las actividades desarrolladas favorecieron la construcción de relaciones entre emprendedoras de distintos sectores económicos, promoviendo oportunidades de colaboración, intercambio de experiencias y generación de negocios entre participantes.

Consolidación de información estratégica para encadenamientos

La identificación detallada de necesidades de proveeduría y capacidades empresariales permitió construir una base de información de alto valor para futuras acciones de articulación productiva, matchmaking y desarrollo de cadenas de suministro lideradas por mujeres.

Posicionamiento de la estrategia Vitrina de Rosa

La participación continua en espacios comerciales y la visibilidad alcanzada por las beneficiarias contribuyen al fortalecimiento de la marca Vitrina de Rosa como una estrategia reconocida de promoción económica para mujeres emprendedoras de Manizales, generando mayores oportunidades de sostenibilidad para futuras cohortes del programa.

6. GESTIÓN DE RIESGOS Y AJUSTES AL PLAN

RIESGO IDENTIFICADO	PROB. (A/M/B)	IMPACTO (A/M/B)	MEDIDA DE MITIGACIÓN	ESTADO
Retrasos en la formalización de encadenamientos productivos. La diversidad de necesidades de abastecimiento identificadas en las empresas tractoras puede generar mayores tiempos de análisis y validación para la selección definitiva de proveedoras.	Media	Alto	Consolidación del mapa de necesidades de proveedoría, depuración técnica de perfiles y realización de reuniones de validación entre tractoras y proveedoras para agilizar los procesos de articulación.	En monitoreo
Capacidad de respuesta de las proveedoras frente a oportunidades comerciales emergentes. Algunas unidades productivas podrían requerir fortalecimiento adicional para atender volúmenes, tiempos de entrega o estándares de calidad solicitados por las tractoras.	Media	Alto	Implementación de procesos de acompañamiento técnico, validación de capacidades productivas y estructuración de acuerdos progresivos de suministro acordes con la capacidad real de cada proveedora.	Activo
Pérdida de oportunidades comerciales por falta de seguimiento sistemático. El incremento de contactos comerciales y oportunidades derivadas de la Feria Empresarial Vitrina de Rosa y futuras ruedas de negocios puede generar dispersión en la gestión comercial.	Media	Alto	Implementación y actualización permanente del CRM comercial, seguimiento individualizado a oportunidades de negocio y acompañamiento técnico para la gestión de prospectos y cierres comerciales.	Activo
Dependencia de espacios presenciales para la generación de ventas. Una parte importante de las ventas y contactos comerciales se concentra en eventos y ferias, lo que puede limitar la sostenibilidad de los resultados en el tiempo.	Media	Medio	Fortalecimiento de herramientas digitales, desarrollo de catálogos comerciales, videos pitch, portafolios digitales y estrategias de comercialización complementarias a los espacios presenciales.	En monitoreo
Incremento de la demanda operativa por el alto volumen de información y seguimiento.	Baja	Medio	Fortalecimiento del sistema de seguimiento técnico y comercial, actualización permanente de bases	Controlado

La consolidación de diagnósticos, ventas, indicadores y procesos de acompañamiento genera una mayor carga de gestión y monitoreo.			de datos y consolidación de soportes auditables para garantizar la trazabilidad del programa.	

6.1. Ajustes realizados al plan de trabajo

Durante el presente período se realizaron ajustes operativos y metodológicos orientados a fortalecer la fase de aceleración comercial, el proceso de encadenamientos productivos y el seguimiento a los resultados económicos generados por las beneficiarias. Estos ajustes no modifican el objeto contractual, el valor del convenio ni el plazo de ejecución, y responden a los hallazgos identificados durante la implementación del programa.

Descripción de los ajustes y justificación

1. Fortalecimiento de la estrategia de comercialización y visibilidad empresarial

A partir de los resultados obtenidos en la Feria Empresarial Vitrina de Rosa y del crecimiento sostenido de las ventas registradas por las beneficiarias, se priorizó la consolidación de herramientas comerciales especializadas, incluyendo sesiones fotográficas profesionales, producción de videos pitch, actualización de portafolios comerciales y desarrollo de materiales promocionales.

Justificación: Este ajuste busca fortalecer la capacidad de presentación comercial de las empresas tractoras y mejorar sus posibilidades de acceso a nuevos mercados y oportunidades de negocio.

2. Priorización de la construcción del mapa de necesidades de proveeduría

Se adelantó la consolidación de información relacionada con requerimientos de abastecimiento, insumos y servicios requeridos por las empresas tractoras, con el fin de acelerar la futura vinculación de proveedoras y la generación de encadenamientos productivos.

Justificación: Contar con información validada sobre necesidades reales de compra permite mejorar la pertinencia de los procesos de matchmaking y aumentar las probabilidades de concretar relaciones comerciales sostenibles entre las participantes.

3. Fortalecimiento del sistema de seguimiento comercial

Se avanzó en la estructuración del CRM comercial y en la consolidación de herramientas de trazabilidad para el seguimiento de oportunidades de negocio, contactos comerciales, ventas y procesos de relacionamiento empresarial.

Justificación: El incremento en las oportunidades comerciales identificadas durante la ejecución requiere mecanismos más robustos de seguimiento que permitan garantizar la trazabilidad de los resultados y la adecuada gestión de los procesos comerciales.

4. Ajuste en la estrategia de medición de impacto económico

Se fortaleció el sistema de reporte y verificación de indicadores comerciales, incorporando registros consolidados de ventas de la estrategia Vitrina de Rosa en sus diferentes modalidades de comercialización.

Justificación: Este ajuste permite contar con información auditable y actualizada para la medición de la dinamización económica generada por el programa y facilita la toma de decisiones basada en evidencia.

Estado de implementación

Los ajustes descritos se encuentran implementados y en operación dentro de la ejecución actual del programa. Su aplicación ha permitido fortalecer los procesos de aceleración comercial, mejorar la preparación de las beneficiarias para escenarios de mercado y consolidar herramientas que facilitarán el desarrollo de las siguientes fases de encadenamiento productivo y relacionamiento empresarial previstas en el convenio.

7. LECCIONES APRENDIDAS, RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES

7.1. Buenas prácticas confirmadas

- **Fortalecimiento comercial basado en diagnóstico y segmentación empresarial**

  ¿Por qué funcionó? La aplicación previa de diagnósticos especializados permitió diseñar rutas diferenciadas de intervención para tractoras y proveedoras, facilitando que las acciones de mentoría, acompañamiento comercial y construcción de kits comerciales respondieran a necesidades reales de cada unidad productiva.

  Gracias a esta segmentación fue posible optimizar los recursos del programa, priorizar oportunidades comerciales de mayor potencial y orientar los esfuerzos hacia emprendimientos con mayores posibilidades de escalamiento y encadenamiento productivo.

- **Integración entre fortalecimiento empresarial y comercialización real**

  ¿Por qué funcionó? La articulación entre los procesos de formación, acompañamiento comercial y los canales de comercialización de La Vitrina de Rosa permitió que las beneficiarias validaran sus productos en escenarios reales de mercado mientras avanzaban en sus procesos de fortalecimiento empresarial.

  Esta integración contribuyó al registro acumulado de ventas por $61.117.015, superando ampliamente la proyección económica inicial del programa y evidenciando una apropiación progresiva de herramientas comerciales por parte de las participantes.

- **Seguimiento personalizado y comunicación permanente con las beneficiarias**
  ¿Por qué funcionó? El acompañamiento individualizado mediante llamadas, encuentros presenciales y seguimiento continuo permitió mantener altos niveles de participación, resolver dificultades oportunamente y fortalecer la permanencia de las beneficiarias dentro del proceso.

  La comunicación constante facilitó además la actualización permanente de información comercial, el seguimiento a oportunidades de negocio y la consolidación de indicadores auditables para el programa.

7.2. Aspectos a mejorar

Durante el presente período se identificaron oportunidades de mejora relacionadas principalmente con la consolidación de capacidades comerciales y la estandarización de procesos productivos de algunas unidades participantes.

Si bien las emprendedoras evidencian avances importantes en la estructuración de sus negocios y en la apropiación de herramientas comerciales, persisten brechas asociadas a la formalización

empresarial, gestión financiera, fijación de precios, planeación de producción y fortalecimiento de canales digitales de venta.

Asimismo, se identificó la necesidad de continuar fortaleciendo la preparación de las beneficiarias para escenarios de negociación B2B, especialmente en aspectos relacionados con presentación comercial, sostenibilidad de la oferta, cumplimiento de estándares de calidad y capacidad de respuesta ante posibles incrementos en la demanda.

Estos hallazgos orientarán los contenidos de las siguientes mentorías, espacios formativos y acompañamientos técnicos previstos para la segunda mitad de ejecución del programa.

7.3. Lecciones aprendidas

- **La comercialización temprana acelera los procesos de fortalecimiento empresarial**
  Conocimiento adquirido: Las emprendedoras generan mayores niveles de apropiación cuando las herramientas de fortalecimiento se conectan rápidamente con oportunidades reales de mercado.

  Situación que lo generó: La participación en espacios comerciales y el comportamiento positivo de las ventas registradas en La Vitrina de Rosa permitieron evidenciar que la experiencia práctica de venta genera aprendizajes más rápidos que los procesos exclusivamente formativos.

  Aplicación futura: Mantener una articulación permanente entre formación, mentoría y escenarios reales de comercialización durante todo el ciclo de acompañamiento.

- **Los encadenamientos productivos requieren información detallada y validada previamente**
  Conocimiento adquirido: La calidad de los procesos de conexión entre tractoras y proveedoras depende directamente de la calidad de la información recopilada durante los diagnósticos y del conocimiento real de las capacidades productivas de cada participante.

  Situación que lo generó: El proceso de identificación de necesidades de abastecimiento y análisis de capacidades productivas permitió establecer relaciones comerciales potenciales más pertinentes y sostenibles.

  Aplicación futura:
  Fortalecer los mecanismos de actualización periódica de información productiva y comercial para facilitar futuras estrategias de matchmaking empresarial.

- **El acompañamiento individual mejora la permanencia y el avance de las beneficiarias**
  Conocimiento adquirido: Los procesos de seguimiento personalizado incrementan la participación activa de las beneficiarias y permiten intervenir oportunamente frente a barreras operativas, familiares o comerciales.

Situación que lo generó: La implementación de mecanismos permanentes de seguimiento permitió mantener la continuidad de las participantes en las diferentes actividades del programa.

Aplicación futura:
Mantener esquemas de acompañamiento individual durante todas las fases de aceleración comercial y consolidación de encadenamientos productivos.

7.4. Recomendaciones para el cliente / próximo período

Las siguientes recomendaciones se derivan del análisis de la *Herramienta de Diagnóstico* y el comportamiento del mercado en el primer trimestre de ejecución:

1. **Fortalecer la participación de compradores institucionales y empresariales**
   Dirigida a: Secretaría de las Mujeres y Equidad de Género e Incubar.

   Acción requerida: Continuar ampliando la red de compradores potenciales para la rueda de negocios y demás espacios comerciales, priorizando empresas con capacidad de compra recurrente que permitan generar relaciones comerciales sostenibles para las beneficiarias.

2. **Consolidar estrategias de transformación digital para las participantes**
   Dirigida a: Equipo comercial y de fortalecimiento empresarial.

   Acción requerida: Profundizar el acompañamiento en herramientas digitales, comercio electrónico, marketing digital y gestión de canales virtuales de venta para fortalecer la autonomía comercial de las emprendedoras.

3. **Fortalecer capacidades para responder a mayores volúmenes de demanda**
   Dirigida a: Tractoras y proveedoras seleccionadas.

   Acción requerida: Desarrollar procesos de acompañamiento orientados a la planeación de producción, control de calidad, costos y capacidad operativa, con el fin de preparar a las unidades productivas para futuras oportunidades comerciales de mayor escala.

7.5. Conclusiones

Al cierre de este período de ejecución, el programa **Una Mujer a la Vez – Incubar 2026** evidencia avances significativos en el cumplimiento de sus objetivos estratégicos, consolidando las condiciones necesarias para fortalecer la autonomía económica de las participantes mediante procesos de aceleración comercial y encadenamientos productivos.

La aplicación de 150 diagnósticos reportados en el informe inmediatamente anterior, la selección de 20 unidades tractoras y 50 proveedoras, la implementación de mentorías especializadas, el desarrollo de materiales comerciales y la consolidación de procesos de

articulación empresarial han permitido avanzar de manera consistente hacia las metas establecidas en el convenio.

De igual forma, los resultados comerciales alcanzados a través de La Vitrina de Rosa, con ventas acumuladas por $61.117.015, constituyen una evidencia tangible del potencial económico de las beneficiarias y de la efectividad de las estrategias implementadas para promover el acceso a mercados.

La información generada durante esta etapa permite concluir que el programa cuenta actualmente con una base empresarial fortalecida, una estructura de acompañamiento consolidada y un sistema de seguimiento que facilitará la medición del impacto económico y social durante la fase final de ejecución.

Las acciones previstas para el siguiente período estarán orientadas a consolidar los encadenamientos productivos, ampliar las oportunidades comerciales, fortalecer la autonomía de las participantes en los procesos de negociación y maximizar el impacto económico sostenible derivado de la intervención.

8. ENTREGABLES Y EVIDENCIAS CONTRACTUALES

ENTREGABLE CONTRACTUAL	ESTADO	FECHA ENTREGA	REFERENCIA / ACCESO
Fotografías profesionales (Componente 2)	Entregado	26/06/2026	Fotografías profesionales
Videos pitch (Componente 2)	Entregado	26/06/2026	Videos pitch
Mapa de necesidades proveedoras (Componente 2)	Entregado	26/06/2026	Mapa de necesidades proveedoras
Memorias Miércoles de M de Mujer (Componente 2)	Entrega Parcial 4 de 16	26/06/2026	Memorias Miércoles de M de Mujer
Matriz de matchmaking (Componente 3)	Entregado	26/06/2026	Matriz de matchmaking
Memorias formación técnica (Componente 3)	Entrega Parcial 2 de 2	26/06/2026	Memorias formación técnica
Informes de participación en actividades comerciales (Componente 4)	Entrega Parcial 1 de 3	26/06/2026	Informes de participación en actividades comerciales
Reporte ventas Vitrina Rosa (Componente 4)	Entrega Parcial 5 de 8	26/06/2026	Reporte ventas Vitrina Rosa
Registro fotográfico eventos (Componente 4)	Entrega Parcial 1 de 4	26/06/2026	Registro fotográfico eventos

ELABORADO POR	REVISADO POR	APROBADO POR
Manuela García Castaño **Coordinadora de Proyectos con Lente de Genero** **INCUBAR** Manuela García Castaño **Firma:** **Fecha: 26/06/2026**	**Blanca Nidia Sánchez Cortés** Representante Legal INCUBAR Firma: Fecha: 26/06/2026	**Natalia Gutiérrez Jaramillo** Supervisor del convenio Secretaría de las Mujeres y Equidad de Género Firma: _____ Fecha: _____