

INFORME BARRIO AMIGO 2026

TABLA DE CONTENIDO

1. INFORMACIÓN GENERAL	2
2. OBJETIVO DEL INFORME	2
3. RESUMEN EJECUTIVO	2
4. CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES CONTRACTUALES	3
OBJETO CONTRACTUAL	3
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	3
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	31
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	48
ESCALONAMIENTO	48
4.4 OBLIGACIÓN 4: REALIZAR Y GESTIONAR 10 CAPACITACIONES QUE PROPENDAN POR EL EMPRENDIMIENTO	51
Componente de Formación y Fortalecimiento – Junio 2026	51
4.5 OBLIGACIÓN 5: MANTENER EN FUNCIONAMIENTO EL PUNTO DE VENTA DEL PROGRAMA UBICADO EN EL CENTRO	60
4.6 OBLIGACIÓN 6 MANTENER AL DÍA Y EN CONTINUO FUNCIONAMIENTO LA PÁGINA WEB A TRAVÉS DE LA CUAL SE BRINDA INFORMACIÓN DEL PROGRAMA	64
4.7 OBLIGACIÓN 7 REALIZAR 20 FERIAS DE COMERCIALIZACIÓN A TRAVÉS DE LAS CUALES SE DAN A CONOCER LOS PRODUCTOS DE LOS EMPRENDEDORES	66
4.8 OBLIGACIÓN 8 GENERAR ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN QUE PERMITAN INGRESOS A LOS ARTESANOS POR VALOR DE \$200.000.000	72
Novedades	75

1. INFORMACIÓN GENERAL

- Programa: Barrio Amigo
- Convenio: 2602270755
- Periodo: Junio
- Operador: ASFAPAZ
- **Coordinación:**
Diana Patricia Flórez Vélez
- Equipo de trabajo:
Asesor Empresarial:
Carlos Andrés Martínez Flórez
Gerardo Vanegas
Alexa Biviana 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, por lo que el periodo que se reporta corresponde del 2 de junio al 01 de julio, 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 junio 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

Durante el mes de junio, en el marco de la estrategia Barrio Amigo y correspondiente a la fase de ejecución para la vigencia 2026, se desarrollaron acciones orientadas al fortalecimiento de las unidades productivas vinculadas al programa.

En este periodo se realizaron tres ferias de emprendimiento, generando espacios de visibilización, promoción y comercialización de los productos ofertados por los emprendedores. Asimismo, se llevó a cabo una capacitación general enfocada en el módulo uno cree en ti, emprende con propósito, además de una jornada de capacitación en escalonamiento, orientada al crecimiento y proyección de las unidades productivas.

De igual manera, se continuó brindando acompañamiento técnico, social y comercial a los participantes, fortaleciendo la dinámica del punto de venta y promoviendo la participación activa de los emprendedores.

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 junio, en el marco de la estrategia Barrio Amigo, se continuó fortaleciendo el proceso de convocatoria, visibilidad y articulación institucional, mediante acciones orientadas a ampliar la participación de emprendedores y consolidar los canales de difusión y acompañamiento del programa. En este periodo se desarrollaron las siguientes actividades:

- Durante el mes de junio se fortaleció la convocatoria, la visibilidad y la articulación institucional de la estrategia Barrio Amigo mediante la difusión del formulario de inscripción a través de JAC, JAL y líderes comunitarios, ampliando el alcance territorial y la participación de nuevos emprendedores.
- Se consolidó una articulación con la Universidad de Manizales, que permitió gestionar auditorios dotados con equipos audiovisuales para el desarrollo de capacitaciones, asesorías y demás actividades dirigidas a los emprendedores del programa.

Inscripción de emprendedores:

Durante el mes de junio se fortaleció el proceso de inscripción mediante la implementación continua de la ficha oficial, herramienta que permitió consolidar de manera ordenada y precisa la información de cada participante. Este procedimiento facilitó la validación detallada de los requisitos establecidos, de acuerdo con las características y necesidades de cada tipo de emprendimiento. Gracias a esta estrategia se optimizó el seguimiento y la transparencia del proceso de vinculación, garantizando mayor eficiencia en la selección de los beneficiarios.

Como resultado de la gestión desarrollada durante el periodo, se logró la incorporación de 29 emprendedores al programa, reflejando un avance significativo en el fortalecimiento y acompañamiento al ecosistema emprendedor del municipio.

Adicionalmente, se fortaleció la estrategia de difusión y atención a potenciales beneficiarios mediante la implementación de una herramienta de envío masivo de mensajes a través de WhatsApp. Esta herramienta permitió brindar información oportuna y asesoría personalizada a emprendedores interesados en ingresar al programa, así como mantener contacto con personas que han estado vinculadas en diferentes etapas del proceso.

Para ampliar el alcance de la convocatoria, el enlace de inscripción fue socializado con Juntas de Acción Comunal (JAC), Juntas Administradoras Locales (JAL) y diversos grupos de

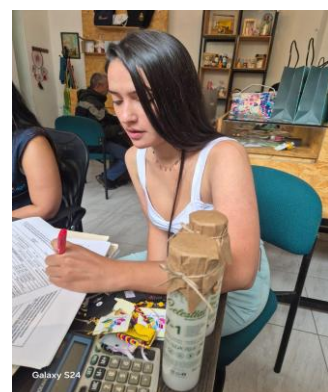
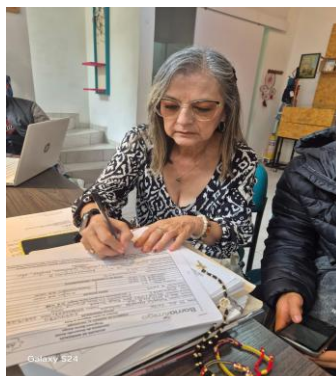
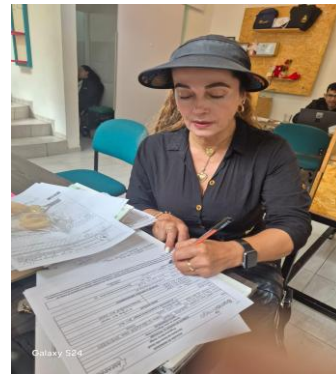
empreendedores del municipio, facilitando la difusión de la información y promoviendo una mayor participación de la comunidad en las actividades y beneficios ofrecidos por el programa Barrio Amigo.

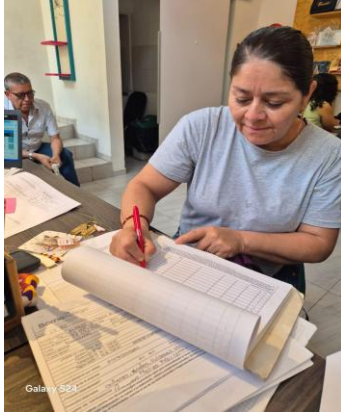
BASE DE DATOS BARRIO AMIGO 2026 MARZO CORREGIDA																	
Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Ayuda																	
Menús																	
100%																	
Predet...																	
- 10 +																	
B I																	
A																	
D113																	
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	
1	MES	N° DE DOCUMENTO	PRIMER NOMBRE	SEGUNDO NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO	GENERO	FECHA DE NACIMIENTO	EDAD	GRUPO POBLACIONA L AL QUE PERTENECE	TIENE ALGUNA DISCAPACIDAD	GRADO DE ESCOLARIDAD	ESTADO DE NEGOCIO	OCCUPACION ACTUAL	NOMBRE DE LA EMPRESA	DIRE	
2	1	17/03/2026	30281987	BEATRIZ	ALZATE	CASTRILLON	FEMENINO	16/9/1966	59	NINGUNA	NINGUNA	PREGRADO	INFORMAL	EMPRENDEDOR MALUCROCHET		CRA	
3	2	9/04/2026	1053766827	ERIKA	ARBELAEZ	LOPEZ	FEMENINO	31/5/1968	39	NINGUNA	NINGUNA	TECNICO	INFORMAL	EMPRENDEDOR VITALAURENT S		CLLI	
4	3	24/03/2026	30327512	JANETH	ARCILA	MONTES	FEMENINO	25/12/1961	64	NINGUNA	NINGUNA	PREGRADO	INFORMAL	EMPRENDEDOR DULCE LUZ		CLLI	
5	4	27/03/2026	24327440	BEATRIZ	ELENA	MEJIA	FEMENINO	1/6/1969	66	NINGUNA	NINGUNA	ESPECIALIZAC	INFORMAL	EMPRENDEDOR DISEÑOS TIZ		CLLI	
6	5	12/03/2026	52393719	ANGELA	MARIA	AYALA	FEMENINO	27/7/1979	46	NINGUNA	NINGUNA	TECNOLOGO	INFORMAL	EMPRENDEDOR EXCELSUS		CLLI	
7	6	26/03/2026	30312529	MARIA	PATRICIA	BARRANTE	ORTIZ	FEMENINO	25/7/1969	56	NINGUNA	NINGUNA	BACHILLER AC	INFORMAL	EMPRENDEDOR CREACIONES PTY		CLLI
8	7	18/03/2026	43460578	FLOR	MARIA	BETANCURT	DAVILA	FEMENINO	28/8/1976	49	NINGUNA	NINGUNA	BACHILLER AC	INFORMAL	EMPRENDEDOR DULCES MARIA		CLLI
9	8	30/03/2026	1002562454	SOFIA	BURTICA	QUINTERO	FEMENINO	6/7/2003	22	NINGUNA	NINGUNA	PREGRADO	INFORMAL	EMPRENDEDOR MUSCOOKIES		CLLI	
10	9	13/03/2026	34001155	DIANA	LORENA	CADIVID	GIRALDO	FEMENINO	9/22/1981	44	NINGUNA	NINGUNA	PREGRADO	INFORMAL	EMPRENDEDOR CUARZO ACCESORIOS		CLLI
11	10	26/03/2026	66983605	LUZ	ANGELA	CALVACHE	JARAMILLO	FEMENINO	19/1/1967	59	NINGUNA	NINGUNA	PREGRADO	INFORMAL	EMPRENDEDOR MAJAMA CREACIONES		CLLI
12	11	26/03/2026	1053871672	JUAN	DIEGO	CANDAMIL	RODRIGUEZ	MASCULINO	14/08/1999	26	NINGUNA	FISICA	TECNICO	INFORMAL	EMPRENDEDOR MIS TESOROS		CRA
13	12	7/04/2026	1022356932	NATHALIA	CAÑON	SANCHEZ	FEMENINO	24/03/1989	36	NINGUNA	NINGUNA	PREGRADO	INFORMAL	EMPRENDEDOR TIERRA DE MIELES		CLLI	
14	13	1/04/2026	1053792417	ANA	MARIA	CARDONA	FRANCO	FEMENINO	06/12/1988	37	NINGUNA	NINGUNA	TECNICO	INFORMAL	EMPRENDEDOR ASKALFE		CRA
15	14	20/04/2026	30297410	NUBIA	MARIA	CARDONA	ROJAS	FEMENINO	30/09/1965	60	VICTIMA DE CC	VISUAL	TECNICO	INFORMAL	EMPRENDEDOR ACUARELA COSTURERO		CRA
16	15	10/04/2026	36951360	MILENA	MAGALY	CASANOVA	GUERRERO	FEMENINO	09/04/1981	45	NINGUNA	NINGUNA	PROFESIONAL	INFORMAL	EMPRENDEDOR CASANOVA CROCHET		CRA
17	16	15/04/2026	24332244	YULLY	CASTAÑO	HERNANDEZ	FEMENINO	17/12/1981	44	NINGUNA	NINGUNA	PROFESIONAL	INFORMAL	EMPRENDEDOR PLATANACHOS		CLLI	
18	17	8/04/2026	51583228	MARIA	DORIS	CASTELBLANCO	SANCHEZ	FEMENINO	18/04/1958	67	NINGUNA	NINGUNA	TECNICO	INFORMAL	EMPRENDEDOR TEJIDOS MARIA DORIS		FNC
19	18	23/04/2026	99750573	MAURICIO	CASTRILLON	PEÑA	MASCULINO	16/01/1979	47	NINGUNA	NINGUNA	BACHILLER AC	INFORMAL	EMPRENDEDOR TIENDA DEL SEÑOR DE		CLLI	
20	19	17/03/2026	30290870	MARLENY	CASTRILLON	RAMIREZ	FEMENINO	27/08/1960	65	NINGUNA	NINGUNA	PREGRADO	INFORMAL	EMPRENDEDOR MILU BORDADOS A MANO Y ACCESORIOS		CLLI	

BASE DE DATOS BARRIO AMIGO 2026 MARZO CORREGIDA																
Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Ayuda																
Menús																
100%																
Predet...																
- 10 +																
B I																
A																
D113																
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	
1	MES	N° DE DOCUMENTO	PRIMER NOMBRE	SEGUNDO NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO	GENERO	FECHA DE NACIMIENTO	EDAD	GRUPO POBLACIONA L AL QUE PERTENECE	TIENE ALGUNA DISCAPACIDAD	GRADO DE ESCOLARIDAD	ESTADO DE NEGOCIO	OCCUPACION ACTUAL	NOMBRE DE LA EMPRESA	
27	26	9/04/2026	1036650192	ALEJANDRA	ECHVERRY	LOPEZ	FEMENINO	09/01/1994	32	NINGUNA	NINGUNA	PREGRADO	INFORMAL	EMPRENDEDOR SIMONA	CLLE 6	
28	27	20/03/2026	25107581	MARLENY	ESCOBAR	DE MONCADA	FEMENINO	25/01/1953	73	NINGUNA	VISUAL	BASICA PRIMA	INFORMAL	EMPRENDEDOR ENTRELAZADOS	CRA 3	
29	28	27/04/2026	24317406	MARILEA	ESCOBAR	MARIN	FEMENINO	10/11/1956	69	NINGUNA	NINGUNA	PREGRADO	INFORMAL	EMPRENDEDOR TELAS Y REGALOS	CRA 34	
30	29	18/03/2026	30404296	CLAUDIA	LILIANA	FRANCO	GUARIN	FEMENINO	21/03/1980	46	NINGUNA	NINGUNA	ESPECIALIZAC	INFORMAL	EMPRENDEDOR CLAUDIA FRANCO ACCESORIOS	CRA 7
31	30	17/04/2026	1130627806	CARLOS	ANDRES	GALARZA	MASCULINO	6/1/1966	40	NINGUNA	NINGUNA	TECNICO	INFORMAL	EMPRENDEDOR MACANIME 3D	CRA 28	
32	31	25/03/2026	91071062	GUSTAVO	GALVIS	MARTINEZ	MASCULINO	07/11/1967	58	NINGUNA	NINGUNA	BACHILLER AC	INFORMAL	EMPRENDEDOR DESTER ART	CLLE 2	
33	32	7/04/2026	30315427	ADRIANA	GALLEGO		FEMENINO	13/05/1970	55	NINGUNA	NINGUNA	PREGRADO	INFORMAL	EMPRENDEDOR TORTA DE PAN FRESCO	CRA 12	
34	33	6/04/2026	28741449	CLARIBEL	GAONA	AGUIRRE	FEMENINO	09/10/1965	60	NINGUNA	NINGUNA	BACHILLER AC	INFORMAL	EMPRENDEDOR CLARITA MANUALIDADE	CLLE 1	
35	34	20/03/2026	30404200	BEATRIZ	ELENA	GIL	FEMENINO	26/03/1989	37	NINGUNA	NINGUNA	TECNICO	INFORMAL	EMPRENDEDOR LUAR	CRA 34	
36	35	12/05/2026	30403832	PAULA	CRISTINA	GIRALDO	LOPEZ	FEMENINO	9/19/1979	46	NINGUNA	NINGUNA	TECNICO	INFORMAL	EMPRENDEDOR SAVIA SAGRADA	CLLE 4
37	36	1/04/2026	30292213	GLADIS	GIRALDO	PEREZ	FEMENINO	6/19/1964	61	NINGUNA	NINGUNA	BACHILLER AC	INFORMAL	AMA DE CASA RICOLANDIA CUPCAKE	CRA 10	
38	37	1/04/2026	1027880408	YQUELIN	GIRALDO	VELEZ	FEMENINO	7/22/1986	39	NINGUNA	NINGUNA	PROFESIONAL	INFORMAL	EMPRENDEDOR MICHUA JABON ARTES/	CRA 26	
39	38	12/05/2026	24738449	LUZ	NORALBA	GRANADA	HENAO	FEMENINO	4/4/1984	42	CUIDADOR	NINGUNA	PRIMARIA	INFORMAL	EMPRENDEDOR NO PARES DE SONAR	VILLA 1
40	39	6/04/2026	30272946	MARIA	ESPERANZA	GUTIERREZ	ANGEL	FEMENINO	9/18/1958	66	NINGUNA	NINGUNA	TECNICO	INFORMAL	EMPRENDEDOR ANGEL CHIC	CRA 11
41	40	21/04/2026	30407057	PATRICIA	GUTIERREZ	DE GONZALEZ	FEMENINO	11/6/1953	72	NINGUNA	NINGUNA	TECNICO	INFORMAL	EMPRENDEDOR PATRICIA GUTIERREZ	ARTO 4	
42	41	21/05/2026	16051731	JOSE	JESUS	GUTIERREZ	RENDON	MASCULINO	4/12/1964	62	NINGUNA	NINGUNA	BACHILLER AC	INFORMAL	EMPRENDEDOR DELICIAS DE ABUELA	CLLE 4
43	42	14/04/2026	30236495	ANGELA	MARIA	HENAO	CASTAÑEDA	FEMENINO	4/21/1963	42	NINGUNA	NINGUNA	BACHILLER AC	INFORMAL	EMPRENDEDOR NOELITA (arroz con leche	CLLE 2
44	43	17/04/2026	24386551	ALICIA	HENAO	DE SOSA	FEMENINO	04/08/1952	73	NINGUNA	NINGUNA	BACHILLER AC	INFORMAL	EMPRENDEDOR NINGUNO (amigurami)	CLLE 7	
45	44	22/05/2026	46847011	LUZ	ZORAIDA	HENAO	URIBE	FEMENINO	2/2/1979	47	NINGUNA	NINGUNA	BACHILLER AC	INFORMAL	EMPRENDEDOR SAVIA HECHO A MANO	CRA 30
46	45	13/03/2026	4861706	ANAIFER	GRACIELA	HERNANDEZ	MOLINA	FEMENINO	41	NINGUNA	NINGUNA	PREGRADO	INFORMAL	EMPRENDEDOR ANAIFER	CRA 4	

BASE DE DATOS BARRIO AMIGO 2026 MARZO CORREGIDA																	
Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Ayuda																	
Menús																	
100%																	
Predet...																	
- 10 +																	
B I																	
A																	
D113																	
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	
	MES	N° DE DOCUMENTO	PRIMER NOMBRE	SEGUNDO NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO	GENERO	FECHA DE NACIMIENTO	EDAD	GRUPO POBLACIONA L AL QUE PERTENECE	TIENE ALGUNA DISCAPACIDAD	GRADO DE ESCOLARIDAD	ESTADO DE NEGOCIO	OCCUPACION ACTUAL	NOMBRE DE LA EMPRESA	DIREC	
3	82	20/05/2026	10264155	JAIME	RESTREPO	MONTOYA	MASCULINO	04/13/1963	63	NINGUNA	NINGUNA	BACHILLER AC	INFORMAL	EMPRENDEDOR SALPIKUMIS	KILOM		
4	83	6/04/2026	1053844657	VALENTINA	RIOS	ARISTIZABAL	FEMENINO	7/8/1995	29	NINGUNA	NINGUNA	BACHILLER AC	INFORMAL	EMPRENDEDOR CREACIONES Y VARIED CRA 21	CLLE 1		
5	84	24/04/2026	30319050	AIDA	MERY	RODAS	FEMENINO	13/3/1971	55	NINGUNA	MULTIPLE	TECNICO	INFORMAL	EMPRENDEDOR MULTICLEAN	CLLE 1		
6	85	27/04/2026	1057787475	DANIELA	ALEJANDRA	RODRIGUEZ	FEMENINO	14/4/1997	29	NINGUNA	NINGUNA	BACHILLER AC	INFORMAL	EMPRENDEDOR GOMIC HOT	CRA 11		
7	86	20/03/2026	3434459	ALBEIRO	DE JESUS	SANCHEZ	MASCULINO	11/9/1958	67	NINGUNA	NINGUNA	BACHILLER AC	INFORMAL	EMPRENDEDOR TIERRA VIDA	CRA 6	12.46	
8	87	13/03/2026	30282145	ADINA	SEPUVEDA	AHUMADA	FEMENINO	4/8/1962	63	NINGUNA	NINGUNA	TECNICO	INFORMAL	EMPRENDEDOR CACAO DULCE ARTESANAL	CLLE 8		
9	88	6/05/2026	30275014	OLIVA	SOLANO	PINILLA	FEMENINO	19/10/1960	65	NINGUNA	NINGUNA	TECNICO	INFORMAL	EMPRENDEDOR OLIVARTE	CRA 11		
10	89	25/03/2026	27650705	JOSE	LUIS	SUAREZ	MASCULINO	22/2/1996	30	NINGUNA	NINGUNA	TECNICO	INFORMAL	EMPRENDEDOR SALAMANDRA ARTSTUDIO	CRA 36		
11	90	20/04/2026	1053812890	DAVID	TABAREZ	QUINTERO	MASCULINO	05/06/1991	36	NINGUNA	NINGUNA	TECNICO	INFORMAL	EMPRENDEDOR DECOR ARTE	CLLE 6		
12	91	13/03/2026	30308408	LUZ	MARINA	TABAREZ	FEMENINO	16/8/1967	58	NINGUNA	NINGUNA	BACHILLER AC	INFORMAL	EMPRENDEDOR LENCERIA MAYI	CRA 36		
13	92	25/03/2026	1065754206	VALERIA	TABORDA	FLOREZ	FEMENINO	10/1/2006	19	NINGUNA	NINGUNA	TECNICO	INFORMAL	ESTUDIANTE AGAPE. AMOR DIVINO	CLLE 4		
14	93	24/03/2026	1053776761	ELIZABETH	UVA	HENAO	FEMENINO	21/04/1987	38	NINGUNA	NINGUNA	BACHILLER AC	INFORMAL	EMPRENDEDOR SALOME CREACIONES	CLLE 4	QUEBIE	
15	94	27/03/2026	43162833	ADRIANA	MARIA	VALENCIA	ARBOLEDA	FEMENINO	20/12/1979	46	NINGUNA	NINGUNA	TECNOLOGO	INFORMAL	EMPRENDEDOR KORTESANO	CLLE 4	
16	95	13/05/2026	70728175	CARLOS	FREDY	VALENCIA	HENAO	MASCULINO	27/02/1975	51	VICTIMA DE CC	NINGUNA	PRIMARIA	INFORMAL	EMPRENDEDOR OBLAS MANIA	CLLE 4	
17	96	15/05/2026	22507313	NELSY	ESTHER	WANEAS	ARROLLO	FEMENINO	12/06/1980	45	NINGUNA	NINGUNA	TECNICO	INFORMAL	EMPRENDEDOR A LA MODA CROCHET	CRA 36	
18	97	14/04/2026	1151934261	DIANA	MARCELA	VARGAS	DUQUE	FEMENINO	10/01/1990	36	NINGUNA	NINGUNA	BACHILLER AC	INFORMAL	EMPRENDEDOR DIAMAR ACCESORIOS	TORRE	
19	98	21/05/2026	30338795	BLANCA	ELSA	VASCO	GOMEZ	FEMENINO	25/04/1976	50	NINGUNA	NINGUNA	TECNICO	INFORMAL	ENPRENDEDOR HUELLAS DE FE	CLLE 3	
20	99	6/04/2026	30234594	YULI	VIVIANA	VAZQUEZ	VALENCIA	FEMENINO	09/09/1983	42	NINGUNA	VISUAL	BACHILLER AC	INFORMAL	EMPRENDEDOR YULI ACCESORIOS	CLLE 3	
21	100	13/03/2026	10212592	HERNANDO	ZULUAGA	GIRALDO	MASCULINO	06/02/1948	78	NINGUNA	NINGUNA	TECNOLOGO	INFORMAL	EMPRENDEDOR HERNANDO ZULUAGA GIRALDO	CRA 3		
22	101	19/03/2026	30293259	DORA	ALICE	ZULUAGA	GIRALDO	FEMENINO	27/11/1954	61	NINGUNA	NINGUNA	PRENEDOR	INFORMAL	EMPRENDEDOR LIMIEL-73	CRA 4	

Registros de inscripción





Durante el periodo reportado se fortalecieron las actividades orientadas a la verificación y cumplimiento de requisitos específicos por parte de los emprendimientos vinculados al programa, garantizando el adecuado desarrollo de sus procesos productivos y comerciales. En este marco, se llevó a cabo una revisión detallada de la documentación y condiciones exigidas para las iniciativas del sector alimentario, validando la vigencia y pertinencia de los certificados relacionados con la manipulación de alimentos, como elemento fundamental para asegurar la calidad, inocuidad y cumplimiento normativo de sus operaciones.

Asimismo, se brindó seguimiento a los emprendimientos enfocados en actividades de las diferentes categorías, promoviendo la adopción de prácticas responsables asociadas al manejo de insumos, organización de los procesos y aplicación de medidas básicas de seguridad. Estas acciones permitieron reforzar los estándares operativos de los participantes, contribuyendo a una gestión más sólida y alineada con los lineamientos establecidos por el programa.

Como resultado, se consolidaron mecanismos de control y validación que favorecieron una mayor confiabilidad en la información recopilada, optimizando la trazabilidad de los procesos y facilitando la toma de decisiones en las etapas posteriores de acompañamiento. Este ejercicio fortalece la eficiencia operativa del programa, generando condiciones más favorables para una gestión ágil, organizada y orientada al fortalecimiento sostenible de los emprendimientos participantes.

Registro en base de datos:

Durante el periodo de reporte se ejecutaron acciones integrales orientadas al fortalecimiento de los procesos de gestión, control y administración de la información de los emprendedores vinculados al programa, garantizando la actualización permanente de los registros y mejorando la calidad de los datos disponibles para el seguimiento de las diferentes estrategias de acompañamiento.

Como parte de las actividades desarrolladas, se impulsó la identificación de nuevos potenciales participantes mediante la implementación de una estrategia de divulgación que permitió ampliar el alcance de la convocatoria. Para ello, se promovió un formulario de inscripción a través de distintos canales de comunicación, incluyendo redes sociales y espacios comunitarios, facilitando el acceso de personas interesadas en fortalecer sus iniciativas productivas a través del programa.

Gracias a esta gestión se obtuvo el registro de 54 nuevos interesados, quienes ingresaron al proceso de verificación inicial. Posteriormente, se realizaron acciones de contacto y validación de la información suministrada con el propósito de conocer el estado de sus emprendimientos, socializar las condiciones de participación y determinar su interés en continuar dentro de la ruta de atención establecida.

Adicionalmente, se brindó asesoría y orientación a otros emprendedores que manifestaron interés en participar, proporcionando información clara sobre los criterios de elegibilidad y las líneas productivas priorizadas. En aquellos casos donde no se cumplían las condiciones requeridas para el ingreso, se realizó la respectiva retroalimentación, garantizando un proceso transparente, respetuoso y oportuno.

De manera complementaria, se realizó revisión y depuración de la base de datos institucional del año anterior, permitiendo identificar registros desactualizados, casos sin respuesta, emprendedores que desistieron de continuar en el proceso y situaciones en las que las

condiciones iniciales de participación habían cambiado. Esta actividad contribuyó a optimizar la calidad de la información disponible y a fortalecer la trazabilidad de los procesos desarrollados.

Finalmente, las personas que cumplieron con los requisitos establecidos y formalizaron su interés de participación fueron incorporadas y actualizadas dentro de la base de datos institucional, asegurando la consistencia de la información y facilitando el monitoreo de su proceso de acompañamiento. En conjunto, las acciones ejecutadas permitieron consolidar una base de datos más eficiente, fortalecer los mecanismos de seguimiento y promover una participación más activa y organizada de los emprendedores, contribuyendo al fortalecimiento y sostenibilidad de las estrategias implementadas por el programa.

INTERESADOS						
Form_Responses						
1	Marca temporal	Nombre del emprendedor(a) o representante	Nombre del emprendimiento	Telefono	Corre electronico	Que tipo de emprendimie
2	8/05/2026 10:18:23	Yuly Viviana Vasquez Valencia	Yuvi accesorios	3162416148	Yuviviana27@gmail.com	Bisuteria
3	16/06/2026 18:03:43	Yuly Viviana Vasquez Valencia	Yuvi accesorios	3162416148	yuviviana27@gmail.com	Bisuteria
4	27/05/2026 20:16:58	Yesica Valeria López Valencia	Creando prenda cómoda	3104193303	valerialopezvalencia5@gmail.com	Confección
5	24/06/2026 12:52:10	Yanina Perdomo Arellano	Kireya hand made	3103466115	kireya.handmade@gmail.com	Bisuteria
6	13/05/2026 8:36:05	Verónica Natalia Vanegas Montoya	Nayi Accesorios	3104581761	verito3019@hotmail.com	Bisuteria
7	28/05/2026 8:15:08	Vanessa Grisales Osorio	Manualidades Quetzal	3145293684	manualidadesquetzal@gmail.com	Manualidades
8	22/06/2026 11:25:04	Valentina Serna	Lyra	3115533186	valentinaserinah3nao@gmail.com	Artesanías
9	16/06/2026 17:08:17	Valentina Parra Arias	Toque de Felicidad	3175050572	toquedefelicidadcafe@gmail.com	Alimentos
10	9/06/2026 13:23:18	Valentina Giraldo	ZANTO Leather Goods	3224948067	zantoleather@gmail.com	Artesanías

INTERESADOS						
Form_Responses						
1	Marca temporal	Nombre del emprendedor(a) o representante	Que tipo de emprendimiento tiene	Telefono adicional	Columna 1	Columna 2
2	8/06/2026 10:02:41	Carlos Uriel Salazar Giraldo	Bisuteria	3113338145	SISTEMA CORREO DE VOZ 04/06/2026	
3	8/06/2026 14:29:33	Sofia Cuervo	Manualidades	3217805283	NO CONTESTA 10/06/2026	
4	9/06/2026 7:19:33	Lorena Gómez	Alimentos	3042030519	AGENDA 24 DE JUNIO 3:00 PM	
5	9/06/2026 9:51:57	Angela Arboleda	Cuidado personal	3128576269	SISTEMA CORREO DE VOZ 04/06/2026	
6	9/06/2026 9:55:16	Luisa Fernanda Meza Rodriguez	Manualidades	3148647095	AGENDA 16 JUNIO 3:00 PM	
7	9/06/2026 10:17:41	Alexandra carmona arenas	Cuidado personal	3207210295	SISTEMA CORREO DE VOZ 04/06/2026	es terapia respiratoria, no fabrica los productos
8	9/06/2026 13:23:18	Valentina Giraldo	Artesanías	3115294462	SISTEMA CORREO DE VOZ 04/06/2026	banar en la mañana 16/05/2026
9	9/06/2026 13:24:32	Elizabeth Giraldo	Alimentos	3137187152	SISTEMA CORREO DE VOZ 04/06/2026	no contesta
10	11/06/2026 10:01:58	Sofia Cuervo	Manualidades	3207194658	TIENE AMIGURUMIS ACCESORIOS	AGENDADA POR COORDINACION
11	11/06/2026 13:40:22	Miryam Arango Osorio	Confección	3128158991		
12	16/06/2026 13:30:19	María Idaly Buitrago Orrego	Cuidado personal	3113209275	maria idaly tienen dos proyectos	utero que favorece productos de aromaterapia 24/ se llama para confirmar el asistio hoy a las 11:30 inscripcio no contesta se da mensaje wh ALEXA
13	16/06/2026 13:31:03	Juan Camilo López Galeano	Alimentos	3147813249	maria idaly tienen dos proyectos	comida al barri
14	16/06/2026 17:08:17	Valentina Parra Arias	Alimentos	3148925503	SISTEMA CORREO DE VOZ JACKY 22/06/2026	
15	16/06/2026 17:44:28	Dalissy Murillo Galvo	Manualidades	3166549671	YA INSCRITA JACKY 22/06/2026	
16	16/06/2026 18:03:43	Yuly Viviana Vasquez Valencia	Bisuteria	3122943876	YA INSCRITA JACKY 22/06/2026	
17	16/06/2026 19:07:13	Patricia Martínez Vargas	Alimentos	3128533891	YA INSCRITA JACKY 22/06/2026	
18	16/06/2026 19:23:41	Ana maria cardona franco	Alimentos	3174875691	YA INSCRITA JACKY 22/06/2026	
19	16/06/2026 19:46:56	Sandra Milena Noriega sanchez	Cuidado personal	3022254618	AGENDA JACKY 23/06/2026	
20	16/06/2026 19:48:59	Sandra Milena Noriega Sánchez	Cuidado personal	3116782056	REPETIDA	
21	16/06/2026 19:51:58	Alexa maría Buitrago	Cuidado personal	3155685793	YA INSCRITA JACKY 22/06/2026	

INTERESADOS						
Form_Responses						
1	Marca temporal	Nombre del emprendedor(a) o representante	Que tipo de emprendimiento tiene	Telefono adicional	Columna 1	Columna 2
2	17/06/2026 13:22:01	Carol Tatiana Gil López	Artesanías	3243541393	NO SE ENCUENTRA DISPONIBLE JACKY 22/06/2026	
3	18/06/2026 15:36:34	Erika ossa Lopez	Cuidado personal	300 2512510	ACABA DE LLEGAR A LA CIUDAD Y 22/06/2026	
4	22/06/2026 11:23:05	Sara Gampo Aguirre	Alimentos	3223593904	NO TIENE MANIPULACION DE ALIMENTOS JACKY 22/06/2026	
5	22/06/2026 11:23:30	Andrea Ramirez Amaya	Bisuteria	312 231 92 04	NO CONTESTO JACKY 22/06/2026	22 / NO CONTESTO ALEXA - desp me devuelva la llamada
6	22/06/2026 11:23:41	Juan Uribe	Artesanías	305 353 6398	NO CONTESTO JACKY 22/06/2026	22/ NO CONTESTO ALEXA
7	22/06/2026 11:25:04	Valentina Serna	Artesanías	3146769830	AGENDA JACKY 22/06/2026	
8	22/06/2026 11:25:20	Claudia Patricia Chávez Jaramillo	Cuidado personal	3012018648	NO SE ENCUENTRA ACTIVADO JACKY 22/06/2026	NC
9	22/06/2026 11:25:39	Ana María Toro Díaz	Bisuteria	3146424216	BUZON DE MENSAJES JACKY 22/06/2026	22 AGENDA martes 25- 8:00 a- artesanal - ALEXA
10	22/06/2026 11:26:17	Olga Hernández	Alimentos	3136470530	SISTEMA CORREO DE VOZ JACKY 22/06/2026	
11	22/06/2026 11:26:44	Leidy Beatriz Montes Castañeda	Manualidades	3011403058	NO SE ENCUENTRA DISPONIBLE JACKY 22/06/2026	
12	22/06/2026 11:26:45	Julietta Otilora Duque	Alimentos	3025968986	NO SE ENCUENTRA DISPONIBLE JACKY 22/06/2026	dejo un mensaje en el correo, contestado y regresé la llamada
13	22/06/2026 11:27:55	Erika Ceballos	Bisuteria	3105422690	AGENDA JACKY 23/06/2026	INSCRITA JACKY
14	22/06/2026 11:29:26	Leidy Camila Jaramillo Galviz	Artesanías	3218776693	COMERCIALIZACION Y SERVICIOS JACKY 22/06/2026	
15	22/06/2026 11:30:18	Juliana diaz	Artesanías	3001882557	NO CONTESTO JACKY 22/06/2026	22/ NC
16	22/06/2026 11:32:06	Luz estela Aguirre	Manualidades	3154654645	NO CONTESTO JACKY 22/06/2026	22 AGENDA 24 junio - (bisuteria) ALEXA
17	22/06/2026 11:38:22	Maria Angelica Recalde	Cuidado personal	314 737 0507	AGENDA JACKY24/06/2026	
18	22/06/2026 11:49:18	Sofia Vergara Serrano	Alimentos	3143989755	SISTEMA CORREO DE VOZ JACKY 22/06/2026	
19	22/06/2026 11:49:49	Santiago Giraldo Martinez	Artesanías	3167477157	CONTESTADOR JACKY 22/06/2026	NO ESTA INTERESADO JACKY 24/06/2026

Identificación y registro

INSCRIPCIÓN DE EMPRENDEDORES					
CATEGORÍA	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
NUEVOS	8	13	13	27	61
ANTIGUOS	41	23	5	2	71
TOTAL	49	36	18	29	132

Durante el presente periodo, el programa Barrio Amigo 2026 mantiene una participación consolidada de **132 emprendedores**, reflejando la capacidad del proceso para fortalecer y ampliar el ecosistema de emprendimiento del municipio. De este total, **71 participantes** corresponden a emprendedores que continúan su proceso desde versiones anteriores del programa, evidenciando el compromiso con la permanencia, el fortalecimiento de capacidades y la consolidación progresiva de sus modelos de negocio.

Por su parte, **61 emprendedores se vinculan por primera vez al programa**, representando aproximadamente el **45 %** del total de participantes, Este resultado evidencia el alcance de las estrategias de difusión, acompañamiento y articulación implementadas, permitiendo ampliar la cobertura del programa, dinamizar el ecosistema emprendedor e incorporar nuevas iniciativas con propuestas innovadoras que fortalecen la diversidad, el intercambio de conocimientos y las oportunidades de crecimiento para todos los participantes.

La articulación entre emprendedores con trayectoria dentro del proceso y nuevos participantes ha favorecido un entorno de aprendizaje colaborativo, donde el intercambio de experiencias, la construcción de redes de apoyo y el fortalecimiento de capacidades se convierten en elementos fundamentales para potenciar el crecimiento de cada iniciativa. En este contexto, el acompañamiento técnico y personalizado continúa representando un componente estratégico que impulsa la sostenibilidad, la proyección comercial y la consolidación de los emprendimientos, promoviendo un desarrollo integral acorde con las necesidades y objetivos de cada participante.

De manera complementaria, el programa continúa fortaleciendo las acciones orientadas a la identificación, acercamiento y vinculación de nuevos emprendedores, mediante estrategias de articulación con diferentes actores del territorio y procesos permanentes de difusión y convocatoria. Estas acciones han permitido ampliar las oportunidades de acceso al programa, incrementar su alcance y consolidar escenarios de participación más incluyentes, favoreciendo la incorporación de nuevas iniciativas productivas.

Durante el mes de junio se consolidó la estrategia de comunicación y acompañamiento a los emprendedores mediante la gestión permanente del canal de WhatsApp, herramienta que continuó desempeñando un papel fundamental en la coordinación, orientación y seguimiento de las actividades desarrolladas dentro del programa. Este medio permitió mantener una comunicación directa, eficiente y accesible, favoreciendo la conexión constante entre los participantes y el equipo de trabajo.

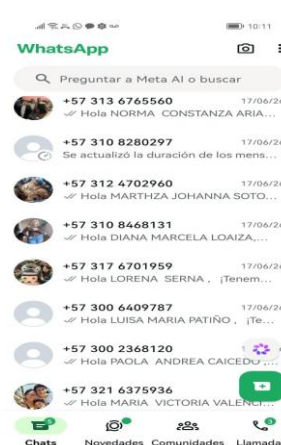
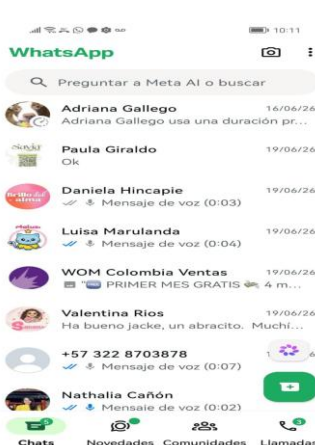
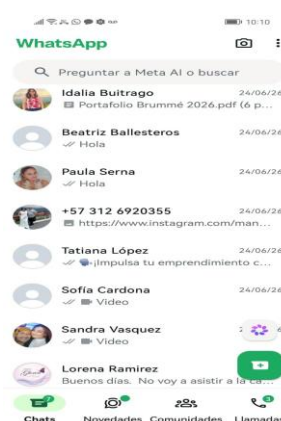
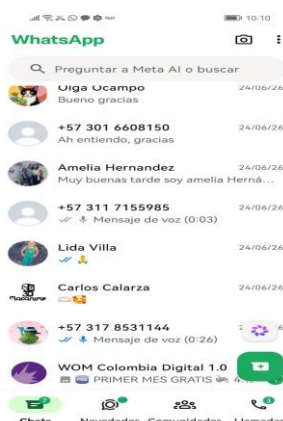
La estrategia de atención fue fortalecida gracias al compromiso articulado de todo el equipo de Barrio Amigo. La coordinadora, la asistente de punto y los asesores dispusieron diferentes momentos de su jornada para brindar orientación y resolver oportunamente las inquietudes de los emprendedores, garantizando una atención cercana, ágil y personalizada. Este acompañamiento permanente permitió ofrecer respuestas oportunas frente a consultas relacionadas con procesos de inscripción, participación en ferias comerciales, actividades de

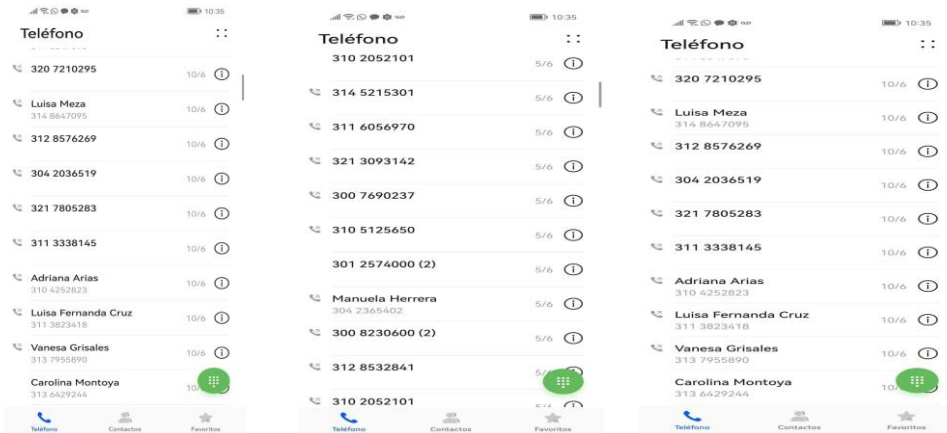
formación, asesorías especializadas, entrega de documentación y demás aspectos operativos del programa.

Como parte del fortalecimiento de esta estrategia, se implementó el envío de mensajes automatizados dirigidos a emprendedores interesados, facilitando la entrega oportuna de información sobre convocatorias, requisitos, recordatorios y actividades programadas. Asimismo, se desarrolló una estrategia de búsqueda activa en campo, mediante la cual el equipo realizó acercamientos directos con potenciales participantes para socializar la oferta institucional, resolver inquietudes e incentivar su vinculación al programa, ampliando así el alcance de las acciones de convocatoria.

De igual manera, el canal de WhatsApp fue aprovechado como un mecanismo estratégico para la divulgación de información de interés, permitiendo compartir de manera efectiva convocatorias, novedades institucionales, ajustes de cronograma, recordatorios y oportunidades de participación. Gracias a esta dinámica, se fortaleció el flujo de información, asegurando que los emprendedores contaran con acceso oportuno a los contenidos y actividades promovidas por el programa.

La utilización constante de estos mecanismos de comunicación favoreció la construcción de vínculos más sólidos con los participantes, promoviendo una interacción cercana, participativa y orientada a la resolución efectiva de necesidades. Como resultado, se fortaleció la confianza en los procesos desarrollados, se incrementó el nivel de involucramiento de los emprendedores y se optimizó la articulación entre los diferentes actores vinculados a la ejecución de las actividades.





Componente de Comunicaciones – Programa Barrio Amigo

Metodología de gestión de contenidos:

Durante el mes de junio se dio continuidad a la metodología implementada para la gestión de contenidos digitales, consolidando los procesos de planificación, organización y seguimiento de publicaciones en los canales oficiales del programa: Instagram, Facebook y grupos de WhatsApp con emprendedores. Como resultado, se publicaron 14 piezas de contenido distribuidas en formatos de post, carrusel y reel, abarcando contenido informativo, de cercanía y de invitación a ferias, lo que permitió mantener una comunicación activa, variada y alineada con los objetivos institucionales del programa.

Parrilla de contenidos:

Se elaboró la parrilla de contenidos de manera mensual, garantizando una frecuencia mínima de tres publicaciones semanales, con semanas en las que se superó dicha meta. A través del cuadro de novedades se registraron y gestionaron oportunamente los ajustes requeridos durante el periodo: una semana completa de contenido fue reemplazada, una publicación de la primera semana fue modificada y dos publicaciones de la tercera semana fueron ajustadas. Este registro sistemático permitió responder con agilidad a los cambios sin afectar la continuidad de la estrategia comunicacional.

Flujo de aprobación de contenidos:

Durante este periodo, las 14 piezas producidas pasaron por el flujo de aprobación establecido, lo que permitió validar cada contenido antes de su publicación y fortalecer la organización interna del proceso.

La implementación del esquema de envío los lunes con recepción de observaciones durante la tarde del mismo día redujo los tiempos de respuesta y favoreció una programación más ágil y coordinada, consolidando una dinámica de trabajo más eficiente entre la comunicadora y el programa.

Producción audiovisual continua:

Este mes se produjeron un total de 50 piezas de contenido, distribuidas en 36 historias efímeras de 24 horas y 14 publicaciones en formato de post, carrusel y reel. Los contenidos estuvieron orientados a la promoción de los emprendimientos, la difusión de productos y servicios, la

cobertura de actividades del programa y el acompañamiento comunicacional de las diferentes jornadas realizadas durante el mes.

En materia de protagonismo emprendedor, los reels contaron con la participación directa de los emprendedores, quienes tomaron la voz para presentar sus productos y experiencias; adicionalmente, su imagen estuvo presente en la totalidad de las piezas producidas. Esta estrategia favoreció una comunicación más auténtica y representativa de la comunidad, contribuyendo al fortalecimiento del vínculo entre el programa y la ciudadanía, al impulso de las ventas en el punto físico y al posicionamiento de Barrio Amigo en el top of mind de la comunidad manizaleña.

Estrategia de acompañamiento a emprendedores:

Se avanzó en la implementación del plan de acompañamiento a emprendedores mediante acciones enfocadas en el fortalecimiento de sus capacidades digitales, entre ellas:

- Atención a preguntas e inquietudes recibidas durante las ferias del programa.
- Asesoría virtual personalizada en creación de contenido digital.
- Agendamiento de asesorías individuales solicitadas por emprendedores interesados en profundizar sus aprendizajes, a realizarse en el mes de julio.
- Producción de dos videos educativos en proceso de edición, los cuales serán compartidos de forma exclusiva con los emprendedores del programa a través de su grupo privado, como parte de los beneficios de pertenecer a Barrio Amigo.

Estas actividades buscan facilitar el acceso a conocimientos prácticos que contribuyan al fortalecimiento de las competencias digitales de los participantes, respondiendo a las necesidades identificadas a partir de los espacios de formación realizados durante el mes.

Desarrollo de piezas institucionales:

Durante este periodo se continuó con el diseño, actualización y producción de diferentes piezas institucionales que fortalecen la identidad visual y la comunicación del programa, entre las cuales están:

- Tres post de invitaciones a feria y dos piezas informativas sobre convocatorias a capacitaciones.
- Un reel y un carrusel orientados a la promoción y dinamización del punto físico del programa.
- Dos reels de invitación a feria.
- Cuatro carruseles de cobertura de actividades con presencia de los emprendedores participantes.

La producción de estas piezas permitió mantener la uniformidad gráfica, mejorar la calidad visual de la información y fortalecer la comunicación en los diferentes escenarios de interacción con la ciudadanía.

Optimización de redes sociales:

Durante el mes de junio se continuó implementando acciones enfocadas en mejorar el desempeño de los canales digitales, destacándose:

- Ajuste de los horarios de publicación al mediodía y a partir de las 5:00 p. m., franjas identificadas como las de mayor interacción de la audiencia, a partir de un proceso de análisis y prueba que reemplazó los horarios anteriores de la mañana y las 3:00 p. m.
- Fortalecimiento del uso de historias para apoyar los procesos de inscripción al programa, generando consultas directas de personas interesadas y clics en los enlaces de preinscripción.
- Incremento de la participación de los emprendedores en las publicaciones, favoreciendo una comunicación más cercana y espontánea.

Estas acciones hacen parte de un proceso permanente de optimización basado en el análisis de resultados y en las necesidades de posicionamiento del programa.

Articulación institucional:

Asimismo, se mantuvo una comunicación activa y permanente con la Alcaldía, bajo cuyos lineamientos fueron revisadas y validadas la totalidad de las piezas institucionales producidas. En el marco de esta articulación, se gestionó la participación de emprendedores del programa en dos emisiones de Telecafé, con emprendedores distintos en cada aparición, ampliando así la visibilidad del programa en medios de comunicación regionales. También, en articulación con ASFAPAZ, se gestionaron propagandas radiales y una entrevista en Radio Manizales.

Estas acciones posicionaron a Barrio Amigo en medios de mayor alcance y contribuyeron a fortalecer su presencia en el ecosistema comunicacional de la ciudad.

Seguimiento y análisis de métricas:

En el análisis de métricas correspondiente al periodo del 01 al 30 de junio se evidenció un comportamiento positivo en la comunidad digital. Durante este periodo se registraron un total de 20.572 visualizaciones del contenido publicado y un alcance de 3.284 cuentas, lo que evidencia una adecuada exposición de las publicaciones y el mantenimiento de una presencia activa en los canales digitales del programa.

Asimismo, se contabilizaron 301 visitas al perfil y clics en los enlaces externos, lo que demuestra que el contenido publicado continúa generando interés entre los usuarios y promoviendo el acceso a la información disponible a través de los canales digitales del programa.

Estos resultados evidencian la efectividad de la estrategia de contenidos implementada, logrando alcanzar un volumen de cuentas equivalente aproximadamente al 143,8 % de los seguidores actuales (2.285), lo que demuestra que el contenido no solo mantiene el interés de la comunidad existente, sino que también continúa llegando a nuevas audiencias y generando interacciones valiosas con el perfil del programa.

En conjunto, la gestión estratégica del contenido y la interacción con los usuarios han contribuido a fortalecer la presencia digital, mejorar la comunicación con la comunidad y ampliar el impacto de la estrategia digital de Barrio Amigo.

Automatización de mensajes e interacción con seguidores:

Durante este mes se dio continuidad a la estrategia de automatización de mensajes en redes sociales, fortaleciendo los procesos de atención a los usuarios y optimizando la gestión de las interacciones recibidas a través de las plataformas digitales.

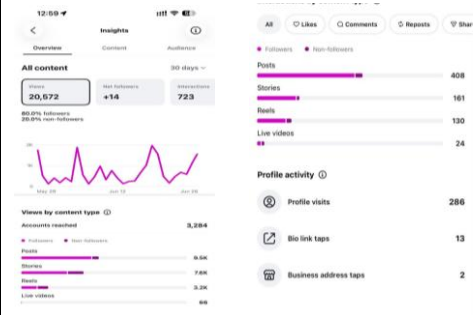
Las acciones incluyeron:

- Mensajes automáticos de bienvenida a nuevos seguidores e interesados en el programa.
- Respuestas rápidas a preguntas frecuentes sobre el programa y sus actividades.
- Orientación inicial a personas interesadas en vincularse a Barrio Amigo.
- Seguimiento y gestión permanente de comentarios y mensajes recibidos.

De manera complementaria, se mantuvo la atención personalizada para aquellos casos que requerían un acompañamiento más específico, especialmente en consultas relacionadas con los procesos de inscripción y participación en el programa, garantizando respuestas claras, oportunas y ajustadas a las necesidades de cada usuario. Estas acciones contribuyeron a generar un primer vínculo cercano y positivo con el programa, mejorando su experiencia de atención desde el primer contacto.

Evidencias:

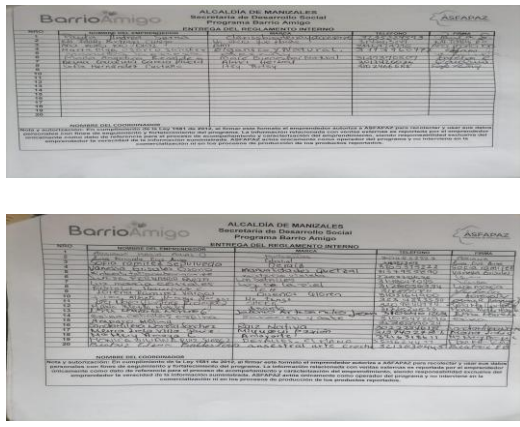
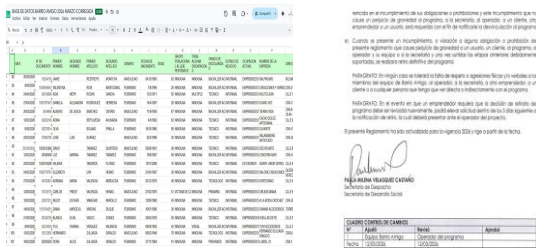
Actividad	Link del drive	Evidencia fotográfica
Automatización e interacción	https://drive.google.com/drive/folders/1av9kiTNWVQxHeFDQiJN1EPhzI0wRGjx6?usp=drive_link	
Capacitación	https://drive.google.com/drive/folders/1zPb0s2kFFfY-gky3l5zHSxzcEYsYG5qT?usp=drive_link	
Ferias	https://drive.google.com/drive/folders/1JEzGqy2uQ3ySK4nCqhxtlsULRg9Fg1f8?usp=drive_link	

Métricas junio	https://drive.google.com/drive/folders/1nclThbfDRSUQ4kdIRm2ImL6qBUqWNiyQ?usp=drive_li nk	
----------------	---	--

Durante el periodo evaluado se mantuvo la implementación del reglamento interno del programa Barrio Amigo, como parte de las acciones orientadas a fortalecer la organización, la convivencia y el correcto desarrollo de las actividades entre los emprendedores vinculados.

En este marco, se llevó a cabo la entrega formal del reglamento a los nuevos participantes, junto con la suscripción del acta de compromiso, mediante la cual cada emprendedor deja constancia de haber recibido, comprendido y aceptado las normas, lineamientos y procedimientos establecidos para el funcionamiento del programa.

De forma complementaria, se continuó con la socialización permanente de esta información a través de los canales de comunicación internos, especialmente los grupos de WhatsApp, lo que permitió mantener una difusión constante de los lineamientos, reforzar el acompañamiento institucional y garantizar una comunicación más ágil y efectiva con los participantes.

Actividad	Link del drive	Evidencia fotográfica
Reglamento interno		
Base de datos	https://drive.google.com/drive/u/3/folders/11m1xEuDimO3DUH1gAXSd_oICCO1wuWo	

CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS

Durante el mes de junio, se continuó fortaleciendo el proceso de caracterización de los emprendimientos, consolidando una base de datos con información diagnóstica que permite establecer una línea base para el acompañamiento integral de los emprendedores del programa Barrio Amigo.

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

- **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 realizó 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 Formulario de Google	https://forms.gle/SQUskfLoNZwEiqFo9	

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, abril, mayo y junio.

DATOS PERSONALES

1. Ubicación geográfica y distribución territorial

Esta distribución territorial sigue mostrando que los emprendedores vinculados al programa están distribuidos en todas las comunas, el mes de junio sigue evidenciando la comuna atardeceres con mayor presencia, seguido por la fuente, estación y ciudadela. Así mismo se nota un aumento en la zona rural respecto del mes anterior.

COMUNA	mes				Suma total
	marzo	abril	mayo	junio	
Atardeceres	9	5	2	3	19
La Fuente	4	3	4	4	15
La Estación	6	4	2	1	13
Ciudadela del norte	6	4	1	1	12
Universitaria	5	3	1	2	11
Nuevo Horizonte	4	1	3	3	11
Cumanday	2	5	1	3	11
Palogrande	3	4		2	9
ZONA RURAL (VEREDA)	3	1	1	3	8
Tesorito	2	3	1	2	8
Ecoturístico Cerro de Oro	2	1	1	4	8
La Macarena	3	2	1	1	7
Suma total	49	36	18	29	132

Tabla comuna emprendedores caracterización, junio 2026

La ubicación de los emprendedores por sectores es la siguiente:

13. Barrio	mes				Suma total
	marzo	abril	mayo	junio	
ARBOLEDA	1				1
ARRAYANES		1		1	2
BAJA SUIZA				1	1
BELÉN		1			1
BOSQUES DEL NORTE	2				2
CAMELIA		1			1
CAMPOHERMOSO		1	1		2
CENTENARIO	2				2

CENTRO	1	5	1		7
CERVANTES			1	2	3
CHIPRE	3	1		1	5
COLSEGUROS				1	1
EL BOSQUE			1		1
EL CARIBE	1	1		1	3
EL CARMEN		1			1
EL PARAISO			1		1
FANNY GONZALEZ		1			1
FATIMA	2		1	1	4
GUAMAL		1			1
KENNEDY	1				1
LA ARGENTINA	1				1
LA CAROLA	3		3	2	8
LA CUMBRE	1				1
LA ENEA	2	3	1	2	8
LA ESTRELLA				1	1
LA FRANCIA	2			1	3
LA FUENTE			1		1
LA LINDA	1	1			2
LA SULTANA		1			1
LAS AMERICAS				3	3
LAS COLINAS		2			2
LAURELES		1			1
LLERAS	1				1
LOS AGUSTINOS	1				1
LOS CEDROS	1		2		3
MALHABAR	2	1			3
MILAN				1	1
MINITAS				2	2
MONTANA	1				1
MORROGACHO			1		1
NEVADO				1	1
NOGALES				1	1
PALERMO	2	1			3
PALO NEGRO	1				1

PANAMERICANA	1				1
PANORAMA	1	1			2
PIO XII				1	1
PORVENIR	1				1
PUERTA DEL SOL	2		1		3
SAN CAYETANO		1			1
SAN JORGE	2	3		1	6
SAN SEBASTIÁN		1			1
SANTOS	1				1
URIBE		1			1
VÉLEZ	1				1
VERSALLES	1	1			2
VILLA NUEVA	1		1		2
VILLAHERMOSA		1		1	2
VILLAPILAR	2	2		1	5
VIVEROS	1		1		2
ZONA RURAL (VEREDA)	3	1	1	3	8
Suma total	49	36	18	29	132

Tabla de ubicación Urbana, emprendedores caracterización junio 2026

14. Corregimiento	mes				Suma total
	marzo	abril	mayo	junio	
MANIZALES URBANO	46	35	17	25	123
CORREGIMIENTO REMANSO	2		2		4
CORREGIMIENTO PANORAMA		1	1		2
CORREGIMIENTO AGROTURISTICO EL TABLAZO	1		1		2
LA ROCHELA			1		1
Suma total	49	36	18	29	132

Tabla de ubicación Rural, Caracterización junio 2026, programa barrio amigo

Con respecto a los corregimientos en el mes de junio se tuvo nuevas inscripciones de emprendedores de las zonas el remanso, panorama y la rochela. lo que demuestra que las estrategias implementadas durante el mes han tenido mayor alcance y resultados positivos. La zona urbana sigue mostrando las mayores vinculaciones al programa.

Tipo de población y condiciones sociales

En cuanto a la población atendida y condiciones se siguen configurando las siguientes:

2. Nivel socioeconómico y socioeducativo

Con respecto al nivel educativo en el mes de junio, aumentaron las vinculaciones con escolaridad en pregrado, tecnologías y maestría.

16. Nivel de Escolaridad	mes				Suma total
	marzo	abril	mayo	junio	
PREGRADO	12	10	2	9	33
TÉCNICO	13	10	6	2	31
BACHILLER ACADEMICO	10	8	3	8	29
TECNÓLOGO	5	3	1	3	12
BÁSICA SECUNDARIA	3	1	3	2	9
ESPECIALIZACIÓN	4	2		1	7
BÁSICA PRIMARIA	2	2	2	1	7
MAESTRÍA			1	2	3
NINGUNO (SIN ESTUDIO)				1	1
Suma total	49	36	18	29	132

Caracterización Junio 2026, programa barrio amigo

3. Aportes al sistema de salud

Frente al sistema de salud, durante la ejecución del convenio se han reportado a la fecha un total de 132 emprendedores afiliados al sistema, de los cuales 49 son beneficiarios en salud, 36 aportan a salud y pensión, 26 no realizan aportes actualmente y sólo 21 emprendedores aportan a salud.

42. ¿Actualmente realiza aportes a seguridad social (salud y pensión)?	mes				Suma total
	marzo	abril	mayo	junio	
Soy beneficiario(a) en salud	11	13	10	15	49
Sí, apporto a salud y pensión	14	11	4	7	36
No realizo aportes actualmente	13	9	2	2	26
Solo apporto a salud	11	3	2	5	21
Suma total	49	36	18	29	132

Caracterización Junio 2026, programa barrio amigo

19. Nombre de la EPS a la que se encuentra afiliado.	mes				
	marzo	abril	mayo	junio	Suma total
SURA	17	16	10	10	53
NUEVA EPS	11	5	5	6	27
SALUD TOTAL	9	6	1	8	24
SANITAS	5	7	1	3	16
OTRO	2	1	1	1	5
SISBEN	1	1			2
SANIDAD MILITAR	2				2
FOMAG	1			1	2
FAMISANAR	1				1
Suma total	49	36	18	29	132

Caracterización Junio 2026, programa barrio amigo

Con las afiliaciones a EPS, Sura muestra tener las mayores vinculaciones al sistema con (53) personas, seguida por la nueva EPS con (27), salud total con (24) y sanitas con (16)

4. Condición de discapacidad

De acuerdo a esta condición se nota una variación en el mes con disminución respecto de los meses anteriores y aumenta 2 emprendedores vinculados con discapacidad física.

21. Discapacidad	mes				
	marzo	abril	mayo	junio	Suma total
NO POSEO NINGUNA DISCAPACIDAD	47	29	16	26	118
DISCAPACIDAD VISUAL	1	3		1	5
DISCAPACIDAD MÚLTIPLE		3	2		5
DISCAPACIDAD FÍSICA	1	1		2	4
Suma total	49	36	18	29	132

Caracterización Junio 2026, programa barrio amigo

5. Poblaciones especiales

En cuanto a la población especial atendida las vinculaciones variaron con respecto del mes anterior y se tuvo 1 persona atendida de la población LGTBIQ+. Sigue mostrando 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	mes				
	marzo	abril	mayo	junio	Suma total
Ninguna	44	33	14	28	119
Inmigrante	2	1	2		5
Víctima de conflicto armado	1	2	1		4
Cuidador (a)	1		1		2
Víctima de violencia de género	1				1
LGTBIQ+				1	1
Suma total	49	36	18	29	132

Caracterización Junio 2026, programa barrio amigo

DATOS DEL EMPRENDIMIENTO

A la fecha las vinculaciones al programa siguen evidenciando que el género femenino participa más en estos procesos con un total de 114 inscritas, respecto del género masculino sólo con 18 hombres vinculados.

24. Titularidad de la empresa	mes				
	marzo	abril	mayo	junio	Suma total
Femenino	43	30	13	28	114
Masculino	6	6	5	1	18
Suma total	49	36	18	29	132

Caracterización junio 2026, programa barrio amigo

Del total de los 132 emprendedores inscritos a la fecha de junio, 122 muestran la mayor concentración en la zona urbana y 10 en zona rural. Esta ubicación del emprendimiento corresponde a la oficina principal, planta de proceso, taller o tienda diferente al domicilio donde vive la persona titular del emprendimiento.

25. Ubicación del emprendimiento	mes				
	marzo	abril	mayo	junio	Suma total
Urbana	44	35	17	26	122
Rural	5	1	1	3	10
Suma total	49	36	18	29	132

Caracterización Junio 2026, programa barrio amigo

- Categorización del emprendimiento**

De acuerdo con la información registrada en la caracterización en el mes de junio, los emprendedores clasificaron sus unidades productivas principalmente en categorías de manualidades, alimentos, accesorios y tejeduría mientras que las categorías de artesanías y confección muestran las menores vinculaciones.

En el mes de junio se continuó aplicando la estrategia de tener mayor revisión y control en el proceso de vinculación de unidades productivas del sector alimentos, realizando mayor énfasis en la revisión de la materia prima, sus procesos de transformación, la verificación de ingredientes y la validación de la documentación requerida para su participación dentro del programa.

Frente a este proceso, en el mes se le brindó capacitación especial al grupo de emprendedores vinculados en sector de alimentos en temas rigurosos como: Normativa alimentaria, resolución de requisitos sanitarios generales (2674 de 2013) y resolución de condiciones de higiene (plan de saneamiento básico), cumplimiento de normas y requisitos y especial cuidado con la manipulación de alimentos, vigilancia y control. Ley anti trámites 019 de 2012 alimentos que deben clasificarse por riesgos, clasificación de alimentos para consumo resolución 719 de 2015.

28. Categorización de su emprendimiento	mes				
	marzo	abril	mayo	junio	Suma total
Manualidades	10	7	5	10	32
Alimentos	12	11	4	1	28
Accesorios	10	3	3	6	22
Tejeduría	6	8	4	3	21
Cuidado personal	3	4	1	8	16
Artesanías	5	2		1	8
Confección	3	1	1		5
Suma total	49	36	18	29	132

Caracterización junio 2026, programa barrio amigo

Durante este mes se evidencia un incremento de emprendedores de la categoría manualidades superando en un 3% a los emprendedores de alimentos (24% y 21% respectivamente)

Se continua con la estrategia para el sector de alimentos, donde se restringe más el ingreso de nuevos emprendedores puesto que esta categoría presentaba mayor número de inscritos, por los cual en el mes de junio solo ingresó 1 emprendimiento.

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 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 en el mes de mayo, hay mayor reporte de emprendimientos que superan los 5 años seguido por los de menos de un año con su etapa de inicio de negocio.

Comercialización y acceso a mercados – Los emprendimientos se clasifican 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. Del total de los emprendimientos, 8 reportan ventas a nivel nacional y 1 ventas internacionales.

COUNTA de 32. ¿En qué mercados vende su empresa?					
32. ¿En qué mercados vende su empresa?	mes				
	marzo	abril	mayo	junio	Suma total
Local (en su municipio o ciudad)	41	23	9	13	86
Local (en su municipio o ciudad), Nacional (en otras ciudades del país)	4	10	1	12	27
Nacional (en otras ciudades del país)	3		5	2	10
Local (en su municipio o ciudad), Nacional (en otras ciudades del país), Internacional (en otros países)	1	2	3	2	8
Local (en su municipio o ciudad), Internacional (en otros países)		1			1
Suma total	49	36	18	29	132

Caracterización junio 2026, programa barrio amigo

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?	mes				Suma total
	marzo	abril	mayo	junio	
Manual en un cuaderno	15	19	7	16	57
Hoja de cálculo en excel	21	13	4	10	48
No llevo registro de los movimientos contables	12	4	6	3	25
Con aplicaciones digitales	1		1		2
Suma total	49	36	18	29	132

Caracterización junio 2026, programa barrio amigo

Nivel de formalización – junio

Del acumulado de emprendimientos inscritos a la fecha, 20 cuentan con registro mercantil en cámara y comercio y 112 no cuentan con registro, lo que sigue evidenciando que la mayoría de los emprendimientos registrados mes a mes operan en la informalidad, esto representa una oportunidad para trabajar con cámara y comercio en programas de incentivos.

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.	mes				Suma total
	marzo	abril	mayo	junio	
Es un emprendimiento que aún NO cuenta con registro en la Cámara de comercio	40	30	14	28	112
Si cuenta con registro en la Cámara de comercio	9	6	4	1	20
Suma total	49	36	18	29	132

Caracterización junio 2026, programa barrio amigo

Tiempo de legalización de matrícula mercantil – junio

Del total de los emprendimientos registrados hasta la fecha (111 **emprendimientos**) registraron que no cuentan con matrícula mercantil, lo que evidencia un alto nivel de informalidad en las unidades productivas.

46. Si cuenta con cámara de comercio ¿qué año de Matrícula tiene?	mes				Suma total
	marzo	abril	mayo	junio	
2013	1		1		2
2015	1				1
2017		1			1

2018	1				1
2019	1				1
2021		1			1
2022	1		1		2
2024	2	2	1		5
2025	1	2			3
2026	1		1	2	4
No Tiene CC	40	30	14	27	111
Suma total	49	36	18	29	132

Caracterización junio 2026, programa barrio amigo

● Bancarización

De acuerdo con la caracterización, en el mes de junio los emprendedores registrados muestran que casi todos utilizan 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?	mes				Suma total
	marzo	abril	mayo	junio	
Sí (mixta, efectivo, cuenta bancaria y/o digitales)	36	34	17	24	111
No (solo efectivo)	13	2	1	5	21
Suma total	49	36	18	29	132

Caracterización junio 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, no sistemática o no planificada. 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. Por tanto, se ha ido focalizando grupos de emprendedores en los que se les ha capacitado en el tema específico para aplicarlos en sus emprendimientos, así como la capacitación del plan de formación de la vigencia al grupo general.

En conjunto, estos elementos indican que los emprendimientos se encuentran en una fase de **consolidación**, 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.

COUNTA de Redes sociales	mes				Suma total
	marzo	abril	mayo	junio	
Redes sociales					
Si	38	33	16	28	115
No	11	3	2	1	17
Suma total	49	36	18	29	132

Caracterización Junio 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 identifica permanencia de la siguiente manera: De los 132 emprendimientos inscritos el 56% ya han participado en años anteriores. Con respecto al mes anterior se tuvo un incremento de nuevos ingresos de casi el 50%.

56. ¿Ha participado en el programa Barrio Amigo en años anteriores?	mes				Suma total
	marzo	abril	mayo	junio	
Si	42	23	5	4	74
No	7	13	13	25	58
Suma total	49	36	18	29	132

Caracterización junio 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.

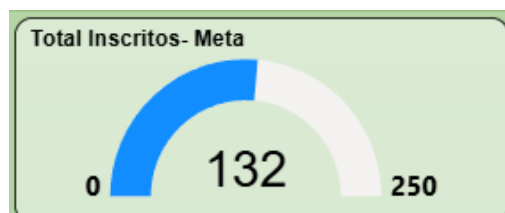
Asimismo, se identificó interés en recibir asesoría en educación financiera, formalización empresarial y uso de herramientas digitales, lo que evidencia la necesidad de fortalecer capacidades prácticas que les permitan mejorar la organización del negocio, aumentar sus ingresos y consolidar su presencia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

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

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 y terceras asesorías evidenciar los avances el proceso (**ver obligación 2**)

Los resultados de esta caracterización durante el mes de junio nos permiten tener los siguientes resultados así: **Resultados – Diagnóstico y seguimiento**



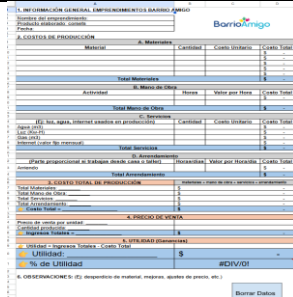
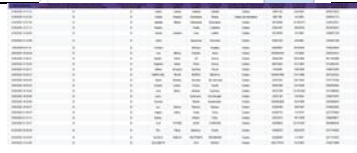
1. Emprendimientos Inscritos - Meta 2026 Fuente: Power Bi



2. Asesorías Validas- Meta 2026 Fuente: Power BI

Total Asesorías
226

3. Total Asesorías 2026 Fuente: Power Bi

Actividad	Link del drive	Evidencia fotográfica
Formato asesoría	https://docs.google.com/document/d/1IGJpnXzk_BGoqcPaeM0XdbwYWbGlqgxi/edit?usp=drive_link&ouid=111390604423419263042&rtpof=true&sd=true	
Plantilla de costeo asesores	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1qdlECqQ0B7N0o0lrEil3DReTllyqehUi/edit?usp=drive_link&ouid=111390604423419263042&rtpof=true&sd=true	
Tabla de caracterización.	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1_I59ldepZbL-HculX9zZ65OBTWolCimS/edit?gid=1446268021#gid=1446268021	
Batería Indicadores	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1YFBuo9eX8y9qASxyAUbrA9ZZOQSWZRyb/edit?rtpof=true	

Evidencia, Equipo asesor, junio 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 productos con buena presentación, acabados y empacados por la oportunidad de venta ya sea en punto o en ferias. así como a los emprendedores de alimentos se les hace seguimiento y recomendaciones del envasado y presentación de sus productos y buenas prácticas de manipulación e higiene en sus puntos de producción.

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.

Tabla Inscritos y Asesorías	Asesorías diagnóstico y de seguimiento	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total
Total, Asesorías	Asesorías Iniciales = 1ra asesoría	49	36	18	29	132
	Asesorías de seguimiento 1ra, 2da y 3ra	0	23	19	49	94
	Asesorías 4tas en adelante	0	0	0	3	3
	Total Asesorías	0	59	37	81	226
Total Asesorías Válidas del cumplimiento (1ra, 2da, 3ra)		49	59	37	78	223

Total, de asesorías de diagnóstico inicial y de seguimiento a mes de junio

Hasta el momento (a cierre de mes de junio) se tienen 223 asesorías de la meta de 750 durante el año, esto corresponde al 29,73% de cumplimiento. se tiene también 3 sobrecumplimientos con 3 emprendimientos que concluyeron su cuarta asesoría durante el mes de junio, siendo así un total de 226 asesorías entregadas por parte del equipo asesor.

A continuación, se presenta el resumen detallado de las asesorías de primera, segunda, tercera y de sobrecumplimiento por la cantidad de emprendimientos beneficiados al respecto y la descripción de las gestiones realizadas para que esto se logre.

hay que tener en cuenta que se dieron 81 asesorías, pero se asesoraron 75 personas, ya que 6 personas repitieron asesoría el mismo mes.

Número de Asesorías	Cierre mes de mayo (Periodo Anterior)	Cierre mes de Junio (Periodo Actual)	Avance durante el mes de junio (Descripción del Estado del Proceso)
Emprendimientos con 1 Asesoría	68	58	Al inicio del mes de junio se identificaron 68 emprendimientos que contaban únicamente con una asesoría realizada. Como estrategia para promover la continuidad del proceso de fortalecimiento, se implementó un contacto masivo a través de WhatsApp con el fin de programar las asesorías pendientes. Como resultado de esta gestión, 39 emprendimientos (57 %) avanzaron en su proceso de acompañamiento. De ellos, 34 emprendimientos completaron su segunda asesoría, mientras que 5 emprendimientos lograron desarrollar la segunda y tercera asesoría durante el mismo mes, evidenciando un avance significativo en su ruta de fortalecimiento. Los 29 emprendimientos restantes no registraron un nuevo avance durante junio debido a diferentes situaciones: algunos no respondieron al contacto realizado, otros programaron su asesoría para el mes de julio y, en algunos casos, las citas previamente agendadas fueron canceladas por motivos personales.
		29 nuevos y 29 antiguos	Es importante precisar que este análisis corresponde exclusivamente a los 68 emprendimientos que iniciaron junio con una sola asesoría. Los 29 emprendimientos vinculados por primera vez durante el mes no se incluyen en este indicador, ya que apenas iniciaron su proceso de acompañamiento durante junio, encontrándose en la etapa inicial de la ruta de fortalecimiento y, por tanto, aún no era posible evaluar avances adicionales dentro del mismo periodo
Emprendimientos con 2 asesorías	28	57	Se evidenció un incremento de 29 emprendedores que avanzaron de su primera asesoría de diagnóstico a la segunda asesoría, en comparación con el periodo anterior. Este resultado se logró gracias al seguimiento realizado a los emprendedores que presentaban mayor rezago en su proceso, mediante recordatorios y acompañamiento para resaltar la importancia de programar sus asesorías de acuerdo con las necesidades y la etapa de desarrollo de cada emprendimiento.
Emprendimientos con 3 Asesorías	7	14	Durante el mes de junio se registró un incremento de 7 emprendimientos que alcanzaron la meta anual de tres asesorías, como resultado del acompañamiento y seguimiento realizado. Este avance se distribuye de la siguiente manera: Cinco (5) emprendimientos pasaron de contar con una sola asesoría en el periodo anterior a completar las tres asesorías

			establecidas como meta anual: Vitalaurents, Torta de Pan Fresco, Patricia Gutiérrez, A la Moda Crochet y Dulces María. Cuatro (4) emprendimientos que contaban con dos asesorías completaron su tercera asesoría durante el mes de junio: Mi-Lu, JA Creaciones, Extractos Naturales S.B. y Diseños TIZ. Adicionalmente, dos (2) emprendimientos superaron la meta anual, pasando de tres a cuatro asesorías: Destellarte y Cacao Dulce Artesanal.
Emprendimientos con 4 Asesorías	0	3	Durante el mes de junio, tres (3) emprendimientos superaron la meta anual de tres asesorías, alcanzando una cuarta sesión de acompañamiento. De estos, Destellarte y Cacao Dulce Artesanal pasaron de contar con tres asesorías en el periodo anterior a completar una cuarta asesoría durante junio. A ellos se suma Luar, emprendimiento de accesorios, que durante el mes de junio avanzó de dos asesorías a superar la meta anual, alcanzando también una cuarta asesoría.
TOTAL	103	132	

Se brindó asesoría inicial de ingreso a los 29 emprendedores nuevos en el mes de junio, para completar un total de 132 emprendimientos vinculados al programa, 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.

Con respecto a los meses anteriores, se evidencia un avance significativo en las asesorías de segunda que se han realizado, esto es gracias a concertar citas programadas de manera masiva con los emprendedores, buscándolos y recordándoles la importancia de ser miembros activos del programa como requisito de inscripción

De los **69 emprendimientos** que registran una sola asesoría, **17** no respondieron a los mensajes enviados por WhatsApp y **12** reprogramaron o no asistieron a la cita debido a compromisos personales o por olvido.

Durante el próximo periodo se continuará realizando seguimiento a estos emprendimientos mediante nuevos intentos de contacto y la reprogramación de las asesorías pendientes. Asimismo, se implementarán estrategias complementarias, como visitas de seguimiento y otras acciones de acercamiento, con el fin de promover la continuidad de su proceso de fortalecimiento y avanzar en el cumplimiento de las asesorías programadas.

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

A continuación, se muestra el cuadro resumen de las calificaciones obtenidas después de aplicar batería a los emprendedores a cierre del mes de junio.

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

Del total de asesorías realizadas a la fecha, en el mes de junio se realizaron 52 asesorías de seguimiento a emprendedores inscritos en meses anteriores, en donde 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.

El cuadro resumen a continuación presenta el número de emprendimientos con sus respectivas categorías de calificación a cierre de cada uno de los meses en los cuales se ha ejecutado el proyecto.

Métrica	marzo	abril	mayo	junio
Emprendedores con puntajes bajos 0 a 33	7	10	9	6
Emprendedores con puntajes medio a altos 34 a 66	33	60	73	87
Emprendedores con puntajes altos 67 a 100	9	15	21	39
Emprendimientos evaluados	49	85	103	132

Resumen Batería de indicadores 2026

Durante el mes de junio 10 emprendimientos salieron de la calificación buena (amarillo) y pasaron a calificación muy bueno (verde) los cuales fueron: **DULCES MARIA, DISEÑOS TIZ, KORTE SANO, TORTA DE PAN FRESCO, VITALAURENT S, ATELIER STUDIO ART, ESCENCIA, PLATANACHOS y PATRICIA GUTIERREZ.**

Durante el mes de junio 1 emprendimiento en rojo, 16 emprendedores en amarillo y 6 emprendimientos en verde lograron avances en el porcentaje de calificación, pero sin avanzar al siguiente nivel de valoración (color)

Durante el mes de junio llegaron 29 emprendimientos nuevos con diferentes etapas de madurez de negocio los cuales van así: 20 emprendimientos con calificación “Bueno” (amarillos), 1 emprendimiento de calificación “Por Mejorar” (rojo) y 8 emprendimientos de calificación “Muy Bueno” (verdes)

Emprendedores con puntajes bajos 0 a 33 (ROJO)

De los **seis (6) emprendimientos** que iniciaron el mes de junio con una calificación en **nivel rojo**, únicamente **un (1) emprendimiento** recibió asesoría durante el periodo.

La emprendedora **Alma Luniis** completó su segunda asesoría y logró mejorar su puntuación respecto al periodo anterior; sin embargo, este avance no fue suficiente para alcanzar una calificación media (nivel amarillo).

Por otra parte, el emprendimiento de **Amparo Molina Orozco**, dedicado a la elaboración de accesorios e incorporado al programa durante el mes de junio, permanece en nivel rojo debido a que aún presenta aspectos básicos por fortalecer, entre ellos la definición del nombre de su emprendimiento, lo que incide en su valoración actual.

Emprendedores con puntajes medio a altos 34 a 66 (AMARILLO)

A inicio del mes de junio hay **87 emprendimientos en amarillo** de los cuales **47 emprendedores fueron asesorados** en el mes de junio que concluyeron en calificación media “Amarillo” de estas 47 personas, **20 son personas nuevas** cuya calificación fue amarillo desde el diagnóstico inicial. y **27 personas de seguimiento** fueron asesoradas, pero no avanzaron al siguiente nivel

durante el mes de junio 4 emprendimiento salieron de la calificación Por mejorar (rojo) a calificación Bueno (Amarillo) los cuales fueron: **JIREH PROVISION DE DIOS, MIL CREACIONES, GOMI HOT, EMPODERARTE**

Emprendedores con puntajes altos 67 a 100

Los **39 emprendimientos** que a cierre de mes de mayo concluyeron con calificación Verde “Muy Buenos” **26 emprendimientos fueron asesorados durante el mes de junio** dentro de los cuales **18 los que recibieron asesoría** de seguimiento en junio con calificación verde, **de los cuales 8 personas ingresaron nuevas** en el mes de junio.

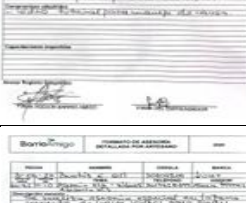
Durante el mes de junio 10 emprendimientos salieron de la calificación buena (amarillo) y pasaron a calificación muy bueno (verde) los cuales fueron: **DULCES MARIA, DISEÑOS TIZ, KORTE SANO, TORTA DE PAN FRESCO, VITALAURENT S, ATELIER STUDIO ART, ESCENCIA, PLATANACHOS y PATRICIA GUTIERREZ.**

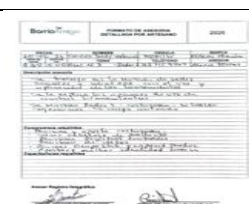
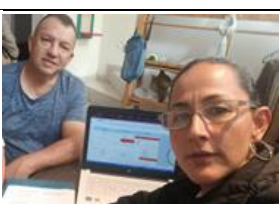
Documentación emprendedores:

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.

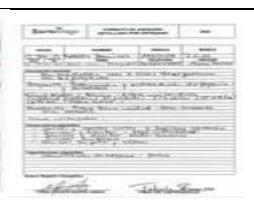
A continuación, se presenta una breve imagen de la batería de indicadores donde se logra evidenciar los emprendimientos inscritos por mes y el avance en la madurez de su negocio. no todos los emprendimientos han avanzado en su puntaje; algunas personas mantienen su calificación y algunos emprendimientos donde sí han cambiado de calificación y color mes a mes.

EVIDENCIA PROCESO DE ASESORÍA A EMPRENDEDORES

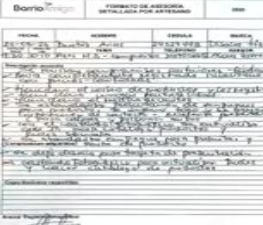
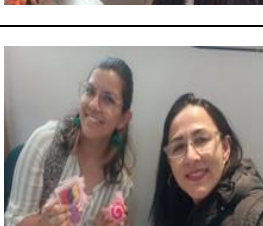
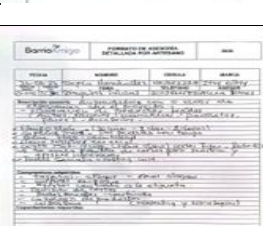
Nro	FECHA	NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	EVIDENCIA FOTOGRÁFICA
1	2/06/2026	TORTA DE PAN FRESCO N.2	 
2	2/06/2026	MIL CREACIONES N.2	 
3	3/06/2026	DESTELLART N.4	 
4	3/06/2026	A LA MODA CROCHET N.2	 
5	3/06/2026	CHORILILI N.2	 
6	3/06/2026	J.A CREACIONES N.3	 
7	3/06/2026	LUAR N.3	 

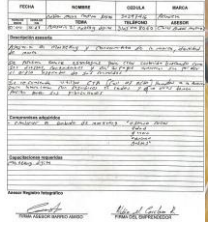
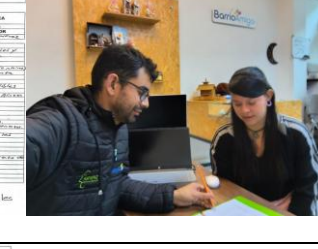
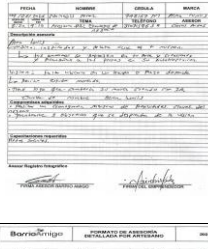
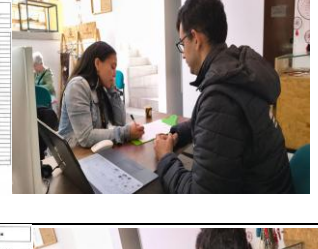
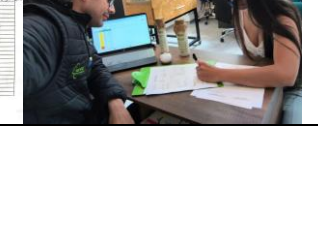
8	9/06/2026	MUÑEQUITAS		
9	9/06/2026	JIREH PROVISIÓN DE DIOS N.2		
10	9/06/2026	PATRICIA GUTIERREZ N.2		
11	9/06/2026	YUVI ACCESORIOS N.2		
12	10/06/2026	ARTES LINA N.2		
13	10/06/2026	OBLEAS MANIA N.2		
14	10/06/2026	DULCES MARIA N.3		

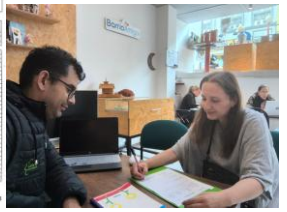
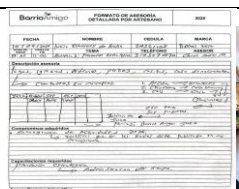
15	10/06/2026	MILU N.3	 
16	11/06/2026	EMPODERARTE N.2	 
17	11/06/2026	A LA MODA CROCHT N.3	 
18	11/06/2026	MI DONITA N.2	 
19	12/06/2026	PLATANACHOS N.2	 
20	16/06/2026	LM-DETALLES CREATIVOS	 
21	17/06/2026	APÍCOLA DEL CAMPO N.2	 

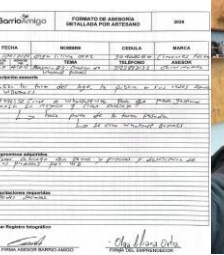
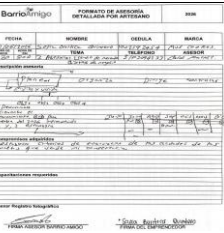
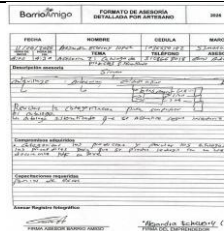
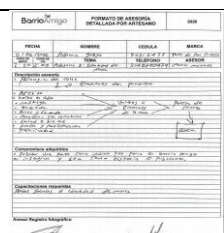
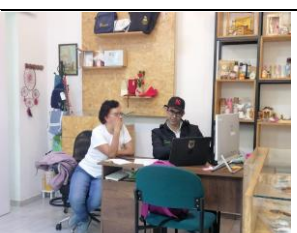
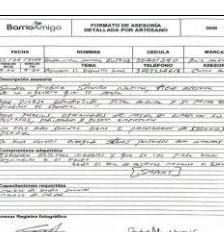
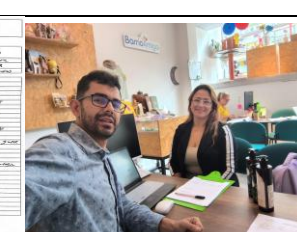
22	17/06/2026	ESCENCIA N.2		
23	18/06/2026	ATELIER STUDIO N.2		
24	16/06/2026	LUZ DE LA PIEL		
25	17/06/2026	JAIME ALBERTO NARANJO (ninguno)		
26	17/06/2026	JCH		
27	18/06/2026	ANANTA		
28	18/06/2026	OLIVARTE N.2		

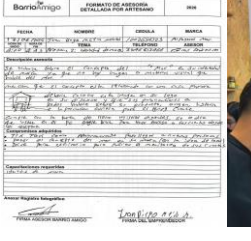
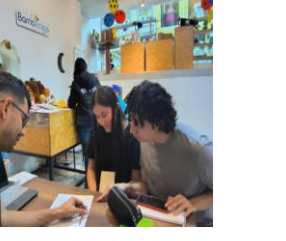
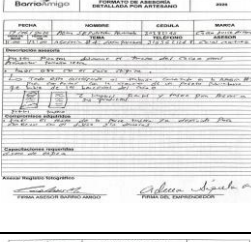
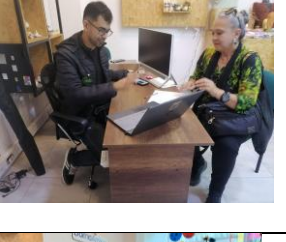
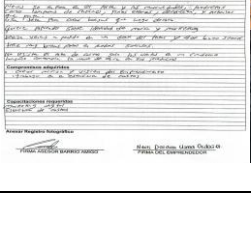
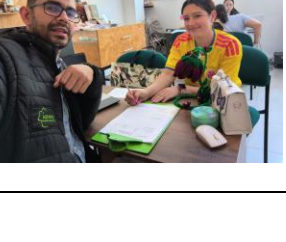
29	19/06/2026	SHEEP	 
30	19/06/2026	KORTESANO N.2	 
31	23/06/2026	AMAYARTE	 
32	23/06/2026	MIYUKY PAXION	 
33	23/06/2026	SANACIÓN Y ARTE	 
34	24/06/2026	ANCESTRAL	 
35	24/06/2026	CLARISS BISUTERIA	 

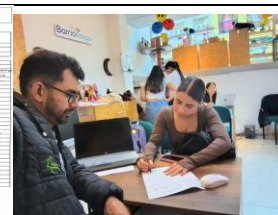
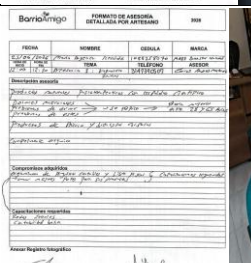
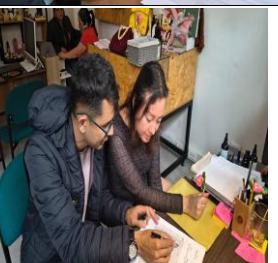
36	24/06/2026	DETALLES EL MANÀ		
37	24/06/2026	OLGANICO Y NATURAL		
38	24/06/2026	UN ÚTERO QUE FLORECE		
39	24/06/2026	ETERNITY		
40	25/06/2026	DISEÑOS TIZ N.3		
41	26/06/2026	ITSY BITSY		
42	02/06/2026	SALAMANDRA STUDIO ART N.2		

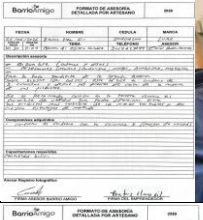
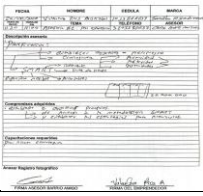
43	03/06/2026	MISTERIO VIOLETA N.1	 
44	04/06/2026	DULCES MARIA N.2	 
45	05/06/2026	ACUARELA N.2	 
46	05/06/2026	MANTRA N.2	 
47	09/06/2026	ALMA LUNIIS N.2	 
48	09/06/2026	CAFE TIERRA VIDA N.2	 
49	09/06/2026	CELESTIAL N.1	 

50	09/06/2026	CIELO NOCTURNO N.2	 
51	09/06/2026	DE RAIZ N.1	 
52	09/06/2026	GOMI HOT N.2	 
53	10/06/2026	BELENES LUCIA N.2	 
54	10/06/2026	EXTRACTOS SB N.3	 
55	10/06/2026	HZ MANILLAS Y MAS N.2	 
56	10/06/2026	MANUALIDADES QUETZAL N.1	 

57	10/06/2026	PAULIS CROCHET N.1	 
58	10/06/2026	VITALAURENTS N.2	 
59	11/06/2026	CREACIONES KELITA N.2	 
60	11/06/2026	MUS COOKIES	 
61	11/06/2026	SIMONA N.2	 
62	11/06/2026	TORTA DE PAN FRESCO N.3	 
63	13/06/2026	RAIZ NATIVA N.1	 

64	16/06/2026	DIAMAR ACCESORIOS N.2	 
65	16/06/2026	PATRICIA GUTIERREZ N.3	 
66	17/06/2026	ALFAJORES MAR N.2	 
67	17/06/2026	CACAO DULCE ARTESANAL N.4	 
68	17/06/2026	GLOREN N.1	 
69	22/06/2026	AMPARO (NINGUNO) N.1	 
70	23/06/2026	LEBAB N.1	 

71	23/06/2026	SAVIA SAGRADA N.2	 
72	23/06/2026	VITALAURENTS N.3	 
73	24/06/2026	AROMA NATURAL N.2	 
74	24/06/2026	AMT N.1	 
75	25/06/2026	EL TALLER DE GUEL N.1	 
76	25/06/2026	AGAPE AMOR DIVINO N.2	 
77	25/06/2026	MARE BIENESTAR NATURAL N.1	 

78	25/06/2026	TIERRA DE MIELES N.2		
79	26/06/2026	ALMA HERBAL N.1		
80	26/06/2026	LUAR N.4		
81	26/06/2026	SAMANTHA TEJIENDO MEMORIAS N.2		

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 continuado con 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 productivas está previsto como una fase posterior a la consolidación de las etapas de caracterización, diagnóstico, acompañamiento y cualificación de los emprendimientos. Esta estrategia permitirá orientar a los emprendedores hacia otros programas de la Administración Municipal y de la Secretaría TIC y Competitividad, facilitando su acceso a nuevas oportunidades de fortalecimiento, crecimiento y posicionamiento en el mercado.

Con corte al mes de junio, se han identificado **30 emprendimientos** con calificaciones sobresalientes y el potencial para ser postulados al proceso de escalonamiento correspondiente a la vigencia 2026. No obstante, aunque ya se cuenta con el número máximo de unidades

productivas previsto para este proceso, es necesario continuar fortaleciendo estos emprendimientos, enfocando el acompañamiento en sus aspectos de mejora para consolidar su nivel de preparación.

De manera paralela, se mantendrá la evaluación permanente de los demás emprendimientos del programa, con el fin de priorizar aquellos que evidencien un mejor desempeño y que cumplan con los requisitos establecidos. Esto permitirá actualizar la lista de postulados cuando sea necesario, garantizando que, al finalizar el periodo, los **30 emprendimientos** seleccionados sean los que presenten las mejores condiciones para avanzar al proceso de escalonamiento.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MAX. VALORACIÓN GENERAL	Nombres	Apellidos
APÍCOLA DEL CAMPO	93%	JHONATAN STIVEN	OSPINA QUINTERO
ATELIER STUDIO ART	88%	CAMILO	LINARES SIERRA
MI DONITA & MAS	86%	DANIELA	MURILLO
PLATANACHOS	80%	YULLY	CASTAÑO HERNANDEZ
MAJAMA CREACIONES	80%	LUZ ANGELA	CALVACHE
KORTE SANO	80%	ADRIANA MARIA	VALENCIA
LUZ DE LA PIEL	79%	LUZ MARIA	CORRALES HENAO
MALÙ CROCHET	78%	BEATRIZ ALZATE	CASTRILLÓN
DULCES MARIA	77%	FLOR MARIA	BETANCUR
UN ÚTERO QUE FLORECE	77%	MARIA IDALLY	BITRAGO ORREGO
SALAMANDRA ART STUDIO	76%	JOSE LUIS	SUAREZ ROJAS
DESTELLART	76%	GUSTAVO	GALVIS
MUÑEQUITAS	76%	ADRIANA MARIA	ARIAS OSORIO
EXCELSUS	76%	ANGELA MARIA	AYALA CHICA
MACANIME 3D	76%	CARLOS ANDRES	GALARZA
TORTA DE PAN FRESCO	73%	ADRIANA	GALLEGO
CACAO DULCE ARTESANAL	72%	ADINA	SEPULVEDA AHUMADA
MARE BIENESTAR NATURAL	72%	MARIA ANGELICA	RECALDE
ASKALFE	71%	ANA MARIA	CARDONA FRANCO
A LA MODA CROCHET	71%	NELSY ESTER	VANEGAS ARROLLO
BRILLO DEL ALMA	71%	DANIELA	HINCAPIE GAVIRIA
ANCESTRAL	71%	BEATRIZ ELENA	BALLESTEROS ALVAREZ
JABUE	71%	MARIA DEL PILAR	MUÑOZ BEDOYA
CLARISS BISUTERIA Y ACCESORIOS	70%	PAULA ANDREA	SERNA BALLESTEROS
LUAR	70%	BEATRIZ ELENA	GIL

ESENCIA	70%	BEATRIZ EUGENIA	MEDINA PATIÑO
VITA LAURENT S	70%	ERIKA	ARBELAEZ LOPEZ
DELICIAS MYRLUZ	70%	MYRIAM DEL SOCORRO	LONDOÑO BENITEZ
ACUARELA COSTURERO	69%	NUBIA MARIA	CARDONA ROJAS
SALPIKUMIS	69%	JAIME	RESTREPO MONTOYA
Total	30		

30 emprendimientos con mejor calificación hasta el mes de junio

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.

Durante el mes de junio no se desarrollaron actividades de formación exclusivas para el grupo de emprendimientos escalonados. Esta decisión respondió a que, durante el mismo periodo, se estructuró e inició la implementación del plan anual de formación del programa, el cual incluyó temáticas de interés común para todos los emprendedores, tales como planeación estratégica, normativa INVIMA y fortalecimiento de redes sociales. En consecuencia, se prioriza la participación de este grupo en dichas capacitaciones generales, evitando convocatorias adicionales sobre contenidos similares y optimizando el tiempo de los participantes.

Como parte de la estrategia de acompañamiento, se definió que a partir del mes de julio se continuará con la formación específica para los emprendimientos escalonados, orientado a profundizar en herramientas de fortalecimiento empresarial, especialmente en el desarrollo del modelo de negocio Canvas, así como en capacitaciones experienciales con emprendedores y empresarios de la ciudad que compartirán casos reales de crecimiento, consolidación y buenas prácticas.

Adicionalmente, durante el mes de junio se brindaron asesorías personalizadas a algunos emprendimientos que se encontraban en proceso de escalonamiento. Este acompañamiento permitió fortalecer aspectos específicos de sus unidades productivas, mejorar sus porcentajes de calificación y lograr que nuevos emprendimientos cumplieran los criterios para incorporarse al grupo de escalonados.

Gestión y articulación para capacitación:

Como parte de las acciones de fortalecimiento empresarial y en articulación con la Universidad de Manizales, durante el mes de junio se promovió entre los emprendedores del programa la participación en espacios de formación orientados al fortalecimiento de sus unidades productivas. A través de los canales de comunicación del programa se divulgó oportunamente la información relacionada con estas actividades, facilitando el acceso de los emprendedores interesados.

Dentro de las temáticas ofertadas se destacó la capacitación "**¿Cómo contar historias en redes sociales sin caer en lo innecesario?**", orientada a fortalecer las estrategias de comunicación y posicionamiento digital de los emprendimientos.

Esta articulación interinstitucional permitió ampliar la oferta de formación disponible para los beneficiarios del programa y fortalecer el acceso a espacios académicos complementarios, contribuyendo a la generación de oportunidades de aprendizaje y al fortalecimiento de las capacidades empresariales de los emprendedores.



Capacitación Universidad de Manizales junio 2026

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

Para el mes de junio se desarrollaron los siguientes módulos de acuerdo a los ejes temáticos propuestos:

Componente de Formación y Fortalecimiento – junio 2026

Descripción de la actividad:

En el marco del **Plan de Formación 2026 "Cree en ti, un enfoque para emprendedores apasionados"**, durante el mes de junio se desarrolló el **Módulo 2: "Administrando mi negocio de manera efectiva"**.

Este módulo estuvo orientado al fortalecimiento de las competencias empresariales de los participantes mediante el desarrollo de temáticas enfocadas en la administración y consolidación de sus unidades productivas, abordando los siguientes ejes de formación:

- Gestión financiera básica.
- Organización y planificación estratégica.
- Requisitos para la constitución de empresa, registro de marca y procesos de formalización.
- Taller especializado para emprendimientos de alimentos sobre requerimientos sanitarios y exigencias normativas del INVIMA.

- Marketing y publicidad, incluyendo marketing digital, manejo de redes sociales, construcción de marca y presentación del producto como herramientas para fortalecer la comercialización y el posicionamiento de los emprendimientos.

Durante las jornadas de formación se brindaron herramientas prácticas para el manejo adecuado de ingresos, costos, gastos, capital de trabajo, pasivos y control financiero, permitiendo a los emprendedores comprender la importancia de una adecuada administración de los recursos para la sostenibilidad de sus negocios. Asimismo, se fortalecieron conocimientos relacionados con la planeación estratégica, orientando a los participantes en la formulación de objetivos, metas y planes de acción que contribuyan al crecimiento y consolidación de sus emprendimientos.

De igual manera, se socializaron los principales aspectos relacionados con la formalización empresarial, incluyendo los requisitos para la constitución de empresa, el registro de marca y otros trámites necesarios para avanzar en procesos de fortalecimiento empresarial.

Considerando que una proporción importante de los beneficiarios del programa desarrolla actividades relacionadas con la producción y comercialización de alimentos, se llevó a cabo un espacio especializado sobre la normativa sanitaria aplicable al sector, en el cual se abordaron los principales requerimientos establecidos por el INVIMA para plantas y empresas productoras de alimentos, brindando orientación sobre el cumplimiento de la legislación vigente y las condiciones necesarias para avanzar hacia procesos de formalización.

Finalmente, se desarrolló el componente de marketing y publicidad, mediante el cual los emprendedores fortalecieron conocimientos sobre marketing digital, redes sociales, construcción de marca y presentación del producto, proporcionando herramientas para mejorar la promoción, visibilidad y posicionamiento comercial de sus unidades productivas.

Metodología:

Las jornadas se desarrollaron mediante una metodología teórico-práctica y participativa, combinando exposiciones magistrales, ejercicios aplicados, análisis de casos, actividades grupales y espacios de resolución de inquietudes, permitiendo que los emprendedores apropiaran los contenidos de manera dinámica y aplicable a la realidad de sus negocios.

La convocatoria a las capacitaciones se realizó a través de los canales oficiales del programa, incluyendo grupos de WhatsApp, llamadas telefónicas y seguimiento personalizado, favoreciendo la participación activa de los beneficiarios durante el proceso de cualificación.

Como parte de la logística de cada encuentro, se suministró refrigerio a los emprendedores asistentes, a los integrantes del equipo técnico del programa y al personal de la Universidad de Manizales que facilitó los espacios para el desarrollo de las jornadas de formación, garantizando condiciones adecuadas para la permanencia de los participantes y el desarrollo de las actividades programadas.

Descripción de la actividad: PLAN DE FORMACIÓN AÑO 2026

“Cree en ti, un enfoque para emprendedores apasionados”

Módulo 2. Administrando mi negocio de manera efectiva

Tema 1: Gestión financiera básica y Organización y planificación (Requisitos para constituir empresa, registro de marca y afines)

Temas 3: Taller para emprendimiento de alimentos: Requerimientos y exigencias para emprendimientos de alimentos

Tema 4: Marketing y publicidad: Marketing digital, redes sociales, Marca y presentación del producto

En el tema: “Gestión Financiera Básica, Planeación Estratégica y Normativa Invima”. La jornada se desarrolló en horario de 2:00 p.m. a 4:30 p.m. en la Universidad de Manizales, espacio en el que se trabajó con los emprendedores en manejo básico de finanzas y planeación estratégica orientado a generar planes efectivos direccionados al logro de objetivos y planificación del negocio para el alcance de metas.

Esto permite fortalecer un plan estratégico durante el año que ayude a organizar y planificar sus actividades para que contribuyan el logro de los objetivos planteados, en el desarrollo de la capacitación por parte del asesor Gerardo Vanegas también se socializó fundamentos básicos de finanzas empresariales de tal manera que los emprendedores manejen sus cuentas, capital, pasivos, ventas y cuentas para mejora de sus emprendimientos.

La actividad incluyó ejercicios y actividades que se detallan en documento minuto a minuto orientado a incentivar la participación y trabajo en equipo de los emprendedores.

Para esta actividad se contó con la confirmación de 59 emprendedores, convocatoria realizada mediante el grupo de WhatsApp del programa, llamadas telefónicas y seguimiento presencial. Finalmente, participaron 32 emprendedores, quienes asistieron y desarrollaron activamente las actividades programadas durante la jornada.

En el tema: Requerimientos y exigencias para emprendimientos de alimentos Se desarrolló la capacitación de Normativa Invima dirigido a emprendedores en alimentos, en el cual se habló sobre la legislación colombiana en temas sanitarios para plantas y empresas productoras de alimentos, este tipo de capacitaciones es fundamental en el momento de avance del programa ya que a las fechas estamos en 21% de emprendedores que suman 28 personas que se dedican a esta categoría empresarial.



Capacitación en planeación estratégica y normativa invima (módulo del plan de formación)

En el Tema: Marketing y publicidad denominado “De la marca a la venta”. se desarrolló el 24 de junio de 2026, en horario de 9:00 a.m. a 2:00 p.m., en la Universidad de Manizales, espacio en el que se trabajó con los emprendedores en el fortalecimiento de sus conocimientos en marketing digital, redes sociales y creación de contenido estratégico, orientado a potenciar la presencia digital de sus emprendimientos y generar mayores oportunidades de venta.

Esto permitió fortalecer las capacidades de los emprendedores en el uso de herramientas digitales para la promoción de sus negocios, brindándoles conocimientos sobre la construcción de una marca, la importancia de una imagen que genere confianza, la creación de contenido con enfoque comercial, el desarrollo de planes de contenido, la fotografía de producto con dispositivos móviles y la redacción de textos persuasivos para redes sociales. Durante la capacitación, liderada por la comunicadora Sheccid Hurtado Clavijo, también se socializaron estrategias para optimizar el uso de plataformas digitales, el aprovechamiento de herramientas gratuitas y la aplicación de buenas prácticas que contribuyan al crecimiento y posicionamiento de los emprendimientos.

La actividad contó con el desarrollo de tres bloques temáticos, cada uno acompañado de talleres y ejercicios prácticos, orientados a incentivar la participación, el aprendizaje aplicado y el trabajo colaborativo entre los emprendedores, además de la entrega de refrigerios durante la jornada.

Para esta actividad se contó con la confirmación de 63 emprendedores, convocatoria realizada mediante encuesta en el grupo de WhatsApp del programa. Finalmente, participaron 59 emprendedores, quienes asistieron y desarrollaron activamente las actividades programadas, fortaleciendo sus competencias para gestionar de manera más estratégica la comunicación digital de sus negocios y recibiendo de manera positiva los contenidos desarrollados durante la capacitación.



Capacitación de marketing digital (módulo del plan de formación)



Información power bi de marzo a junio, capacitación 2026

En este sentido, se consolida en el mes de junio el componente del Plan de capacitación proyectado para el año del programa, así como avances en su desarrollo con los encuentros de formación.

PLAN DE FORMACIÓN PROGRAMA BARRIO AMIGO "CREE EN TI: UN ENFOQUE PARA EMPRENDEDORES APASIONADOS"										
Eje	Módulo	Temáticas	Capacitación	Fecha	Objetivo	Duración	Metodología	Materiales	Estado	Responsable
Desarrollo humano	Módulo 1: Emprender / Desarrollando mi mentalidad de	Socialización como operador, reglamento y modelo PAN	1	09 de abril 2026	Reconocer qué es emprender y sus características	2 horas	Exposición + reflexión grupal	Presentación, video, tablero	Realizada	Diana Flores
Desarrollo humano	Módulo 1: Emprender / Desarrollando mi mentalidad de empresario	Identificación mis fortalezas y debilidades Tema 2: Desarrollando una mentalidad resiliente	2	22 de mayo del 2026	Desarrollar habilidades y mentalidad de empresario para enfrentar los desafíos del negocio	4 horas	Taller participativo + cine	Presentación, hojas de trabajo, tarjetas, tijeras, papeles	Realizada	Alexa
Desarrollo empresarial	Módulo 2: "Administrad o mi negocio de manera efectiva"	Tema 1: Gestión financiera básica Tema 2: Organización y planificación / Requisitos para constituir empresa, registro de marca y otros	3	11 de junio	Aprender tomar decisiones para administrar el emprendimiento de manera efectiva. Comprender costos, precios y control financiero	3 horas	Taller participativo + cine	Calculadora, plumilla		Andrés
Desarrollo empresarial	Módulo 2: "Administrad o mi negocio de manera efectiva"	Taller para emprendimiento de alimentos: Requisitos para constituir empresa de alimentos		16 de junio	Identificar trámites legales necesarios (RUT, INVIMA, etc.)	1 hora	Cine + guía práctica/Taller aplicado			Andrés
Desarrollo comercial	Módulo 3: "Creciendo y comercializa do mi negocio"	Tema 1: Marketing y publicidad: Marketing digital, redes sociales, Marca y presentación del producto. Tema 2: Ventas	4	24 de junio	Mejorar uso de redes para ventas, Fortalecer imagen de marca y presentación. Aprender a vender y negociar	3 horas	Taller práctico	Cólibra, internet		Stecid

Plan de formación 2026 - Mes de junio

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. Las respuestas que dan los emprendedores son de elección múltiple, por lo que en la primera columna de la tabla se pueden ver opciones de capacitación repetidas.

51. ¿En cuáles de los siguientes temas le gustaría recibir asesoría para fortalecer su emprendimiento?	marzo	abril	mayo	junio	Suma total
Otro	25	29	17	20	91
Obtención de código de barras para productos	6	4		3	13
Registro sanitario o trámites ante INVIMA	6	1	1	1	9
Gestión o actualización del RUT	4	1		3	8
Registro sanitario o trámites ante INVIMA, Obtención de código de barras para productos	3	1		1	5
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
Gestión o actualización del RUT, Otro				1	1
Suma total	49	36	18	29	132

La pregunta 51. *¿En cuáles de los siguientes temas le gustaría recibir asesoría para fortalecer su emprendimiento?* Está relacionada con los trámites legales de varias entidades de control de calidad, fiscal, tributario y de comercio.

los resultados muestran que la mayoría de personas escoge también la opción de otro, con necesidad de saber algo más relacionado con cualquier tipo de trámite obligatorio.

también tienen la necesidad de capacitarse en otros temas, a pesar que el nivel de escolaridad de la mayoría de los emprendedores es técnico y profesional. mucha normativa de este tipo se va actualizando y es importante mantenerse al día en requisitos.

● Necesidades de capacitación en Administración y finanzas

52. Administración y finanzas	mes				Suma total
	marzo	abril	mayo	junio	
Organización de registros contables o libro fiscal	17	18	11	15	61
Definición de costos de mis productos o servicios	8	9	4	7	28
Orientación sobre impuestos, contabilidad y seguridad social	1	5	1	4	11
Otro	7				7
Organización de registros contables o libro fiscal, Definición de costos de mis productos o servicios	3	2	1		6
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			1	4
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	2
Organización de registros contables o libro fiscal, Orientación sobre impuestos, contabilidad y seguridad social			1		1

Organización de registros contables o libro fiscal, Definición de costos de mis productos o servicios, Asesoría sobre financiamiento, deudas y capacidad de pago				1	1
Definición de costos de mis productos o servicios, Asesoría sobre financiamiento, deudas y capacidad de pago	1				1
Suma total	49	36	18	29	132

caracterización, Marzo/ junio del 2026, programa barrio amigo

las necesidades principales de la mayoría de negocios está relacionado con temas de contabilidad. Hay que tener en cuenta que en las asesorías se logra evidenciar el uso de cuadernos para llevar registros, por este motivo, muchos optan por querer aprender sobre Organización de registros contables y libro fiscal. además, para satisfacer esta necesidad, en junio se dio una breve capacitación sobre gestión financiera por parte del profesional Asesor Gerardo Vanegas Alzate.

● Necesidades de capacitación en Modelo de negocio y crecimiento

53. Modelo de negocio y crecimiento	marzo	abril	mayo	junio	Suma total
Estrategias para el crecimiento y sostenibilidad del negocio	16	22	15	20	73
Mejorar mi presentación de ventas (Pitch de negocio)	9	10	2	2	23
Mejorar o rediseñar mi modelo de negocio	11	2		1	14
Mejorar o rediseñar mi modelo de negocio, Estrategias para el crecimiento y sostenibilidad del negocio, Mejorar mi presentación de ventas (Pitch de negocio)	8			3	11
Estrategias para el crecimiento y sostenibilidad del negocio, Mejorar mi presentación de ventas (Pitch de negocio)	2	2		3	7
Otro	2				2
Mejorar o rediseñar mi modelo de negocio, Estrategias para el crecimiento y sostenibilidad del negocio	1		1		2
Suma total	49	36	18	29	132

caracterización, Marzo/ junio del 2026, programa barrio amigo

Modelo de negocio y crecimiento – junio

En total 73 emprendimientos (55%) a la fecha optan por avanzar en Estrategias para el crecimiento y sostenibilidad del negocio. **(23 emprendimientos, 17%)** buscan mejorar la presentación evidencian un enfoque claro en la implementación de estrategias para el

crecimiento y la sostenibilidad del negocio, en este aspecto sólo dos emprendimientos mostraron interés en el mes de junio.

Del total de los emprendimientos a la fecha 14 emprendedores buscan rediseñar el modelo de negocio.

En términos generales, durante el mes de junio se observa una tendencia hacia la consolidación y sostenibilidad de los emprendimientos, que en otras palabras refleja su interés para que el emprendimiento perdure en el tiempo con mayor consolidación.

Necesidades de capacitación en Marketing digital y ventas

54. Marketing digital y ventas	mes				Suma total
	marzo	abril	mayo	junio	
Estrategias para redes sociales (contenido, publicaciones e interacción)	14	21	14	17	66
Mejorar el perfil de mis redes sociales (biografía, fotos, enlaces)	12	10	1	2	25
Estrategias para redes sociales (contenido, publicaciones e interacción), Mejorar el perfil de mis redes sociales (biografía, fotos, enlaces)	7	3	2	6	18
Crear canales de pago digital (Nequi, Daviplata, QR, etc.)	6	2	1	1	10
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			3	9
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	18	29	132

Caracterización, Marzo/ Mayo del 2026, programa barrio amigo

Necesidades de capacitación en marketing digital y ventas – junio

De los 132 emprendimientos inscritos a la fecha, la mitad (66) buscan capacitarse en estrategias para redes sociales (publicaciones), el 18% que son 25 emprendedores buscan en mejorar el perfil de redes sociales y 13% que son 18 emprendedores en contenido, publicación e interacción. (solo 1 emprendimiento) optó por un enfoque en medios de pago alternativos como billeteras digitales y sistemas QR.

En general durante todo este tiempo hasta junio los emprendimientos buscan en su mayoría optar por mejorar su capacidad en manejo de redes sociales.

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

55. Producto y presentación	mes				Suma total
	marzo	abril	mayo	junio	
Tomar mejores fotos de mis productos para vender	8	20	13	6	47
Crear un catálogo de productos o servicios	7	3	1	7	18
Asesoría en etiquetas, rótulos y empaques según normas	9	3		2	14
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	1	4	13
Tomar mejores fotos de mis productos para vender, Crear un catálogo de productos o servicios	2	3	2	1	8
Crear o mejorar la marca o logo de mi negocio	1	4		2	7
Mejorar la presentación de mis productos para la venta	3		1	1	5
Otro	4				4
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
Asesoría en etiquetas, rótulos y empaques según normas, Crear un catálogo de productos o servicios, Mejorar la presentación de mis productos para la venta				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
Crear o mejorar la marca o logo de mi negocio, Crear un				1	1

catálogo de productos o servicios					
Asesoría en etiquetas, rótulos y empaques según normas, 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
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				1	1
Asesoría en etiquetas, rótulos y empaques según normas, Crear o mejorar la marca o logo de mi negocio				1	1
Suma total	49	36	18	29	132

caracterización, marzo a junio del 2026, programa barrio amigo

En las necesidades de capacitación en Producto y presentación:

Los emprendedores siguen solicitando capacitarse en los primeros 3 aspectos, las capacidades de presentación del producto, creación de catálogo de productos y crear etiquetas llamativas y empaques.

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

OPERACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

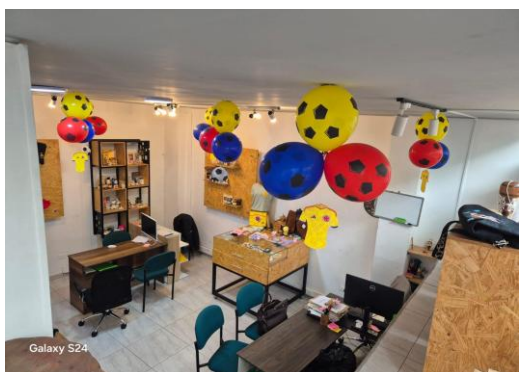
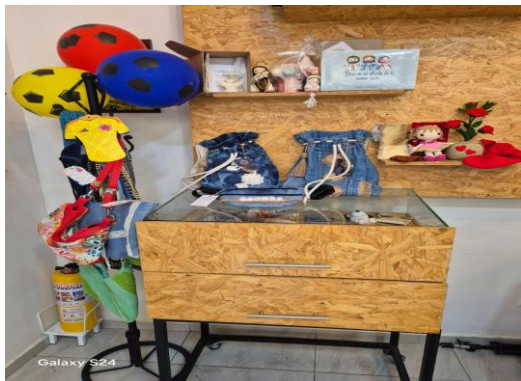
Durante el mes de junio, el punto de venta continuó consolidándose como una estrategia de fortalecimiento comercial para los emprendimientos vinculados al programa. Se incorporaron nuevos emprendimientos al espacio de exhibición, se actualizaron los inventarios y registros administrativos y se realizó seguimiento permanente a la organización, exhibición, rotación y comercialización de los productos, garantizando una oferta variada, organizada y atractiva para los visitantes.

En el marco de la temporada del **Mundial de Fútbol**, se implementó una estrategia comercial orientada a incentivar las ventas, promoviendo entre los emprendedores la rotación e incorporación de productos alusivos a la **Selección Colombia** y a esta celebración deportiva.

Esta iniciativa permitió generar una experiencia de compra acorde con la temporada, aumentar el interés de los clientes y fortalecer la visibilidad de los emprendimientos participantes.

Como complemento a esta estrategia, durante las ferias comerciales se entregaron bonos de descuento del **10 %**, **15 %** y **20 %**, los cuales fueron asumidos exclusivamente sobre el porcentaje correspondiente al sostenimiento del punto de venta, **sin afectar el valor final recibido por los emprendedores por la venta de sus productos**. De esta manera, se incentivó la compra por parte de los visitantes, se aumentó la rotación de productos y se fortaleció la dinámica comercial en el punto de venta.

Adicionalmente, se brindó atención y orientación permanente a los visitantes, promoviendo la oferta comercial de los emprendedores y los servicios del programa. Asimismo, se verificó la calidad, presentación y condiciones de exhibición de los productos, y se fortaleció la difusión del punto de venta mediante redes sociales y canales institucionales, contribuyendo al posicionamiento del espacio como una vitrina de comercialización y promoción para los emprendimientos beneficiarios.



Resultados:

Concepto	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
Productos recepcionados	110	90	32	82	314
Productos comercializados	4	11	11	18	44
Ventas	\$115.000	\$291.800	468.400	444.400	1.319.600

Durante junio, acorde con la fase de ejecución del convenio, las estrategias de comercialización continuaron su despliegue y consolidación. El punto de venta siguió funcionando como un canal activo de ingresos y las ferias de emprendimiento, que ya se realizan de manera periódica, se afianzaron como espacios clave para la visibilización y venta de los productos locales.

Los ingresos reportados durante el mes reflejan la dinámica sostenida del punto de venta y los efectos acumulados de las jornadas de comercialización. Estos resultados muestran una activación progresiva de las unidades productivas y una tendencia positiva que se espera mantener conforme se profundicen las estrategias comerciales y se sostenga la participación de los emprendedores.

Se proyecta un crecimiento gradual en las ventas para los próximos meses, sustentado en la continuidad de las ferias periódicas, la optimización de canales de promoción y la consolidación de la oferta. Estas acciones buscan no solo aumentar el volumen de ventas, sino también mejorar la estabilidad y la proyección comercial de los emprendimientos vinculados.

Para los emprendimientos del sector alimentario se realizó una verificación general de condiciones higiénico sanitarias, manipulación y presentación de productos, promoviendo buenas prácticas operativas. Se recuerda que el cumplimiento normativo aplicable corresponde a la responsabilidad de cada emprendedor, quien debe mantener y certificar las condiciones exigidas por las autoridades competentes.

Análisis:

Durante el presente mes el punto de venta continuó desempeñando un papel fundamental como escenario para la promoción, exhibición y comercialización de los productos elaborados por los emprendedores participantes. Este espacio ha permitido fortalecer la conexión entre la oferta local y los consumidores, facilitando la visibilidad de los productos y ampliando las oportunidades de venta.

El funcionamiento permanente del punto de venta ha favorecido el posicionamiento de los emprendimientos, especialmente aquellos que ofrecen productos artesanales, resaltando su calidad, identidad y valor agregado. Como resultado, se ha impulsado el reconocimiento de las iniciativas productivas y se han generado mayores oportunidades para consolidar procesos comerciales sostenibles.

En materia de fortalecimiento operativo, se implementó el cambio de la cerradura de acceso al establecimiento, una acción orientada a reforzar las condiciones de seguridad y garantizar una mejor protección de los productos exhibidos. Esta medida contribuye a optimizar el manejo del espacio y brinda mayor confianza tanto a los emprendedores como a la administración del punto de venta.

Evidencia:

Actividad	link del drive	Evidencia fotográfica
Publicaciones	https://drive.google.com/drive/folders/16dha5e-ONvtS65drSVH37e6JtoaP33qV?usp=drive_link	
Exhibición de vitrina	https://drive.google.com/drive/u/3/folders/11m1xEuDjmO3DUH1gAXSd_oICC01_wuW	

Actividad	link del drive	Evidencia fotográfica
Reporte de ventas	https://drive.google.com/drive/u/3/folders/11m1xEuDjmO3DUH1gAXSd_oIC01_wuWo	
Convocatoria	https://drive.google.com/drive/u/3/folders/1IWhjAKM_fRQdyN4J2aeVwDmtXjZB54FQ	

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

Durante el presente periodo se dio continuidad al proceso de desarrollo de la página web del programa, avanzando en la consolidación de los contenidos y en la construcción de la estructura del nuevo sitio, con el propósito de garantizar el cumplimiento de la obligación contractual asociada a este componente.

Como parte de este proceso, se llevó a cabo una reunión inicial con el ingeniero encargado del desarrollo de la página web, en la cual se definieron los requerimientos técnicos, la información necesaria y los insumos requeridos para iniciar el diseño del sitio. En atención a estas necesidades, se creó un Drive para centralizar la documentación y garantizar un acceso organizado a todos los archivos requeridos para el desarrollo del proyecto.

La primera semana de junio se realizó una primera entrega de la información solicitada, permitiendo al ingeniero iniciar el proceso de diseño y construcción de la página web.

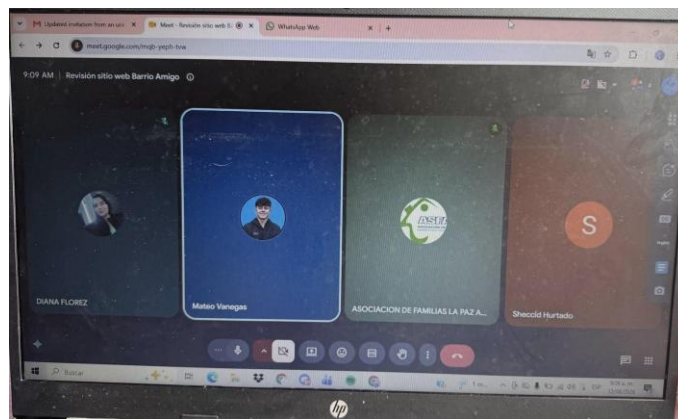
Durante el desarrollo del proyecto, se realizó una reunión de seguimiento con representantes de ASFAPAZ, la coordinadora del proyecto, la comunicadora y el ingeniero encargado, en la cual se presentaron los avances alcanzados del sitio web, se formularon observaciones y recomendaciones de mejora, y se identificó la necesidad de incorporar material fotográfico y audiovisual adicional de los emprendedores para fortalecer el contenido de la página. Esto permitió verificar la estructura inicial de la página y continuar con el proceso de construcción.

Con el fin de atender estos requerimientos, durante las diferentes actividades desarrolladas con los emprendedores se recopiló el material solicitado, cuya entrega fue completada el 22 de

junio, permitiendo continuar con la actualización de contenidos y la incorporación de nuevas secciones dentro de la página.

Finalmente, el ingeniero presentó un segundo borrador del sitio web para revisión por parte del equipo del programa. Tras evaluar la propuesta, se agendó un encuentro con el ingeniero y la comunicadora para remitir las observaciones y ajustes identificados con el propósito de elaborar una versión final que permita realizar la publicación de la página.

Las actividades desarrolladas durante el mes permitieron avanzar de manera significativa en la construcción del sitio web, consolidando la información institucional, fortaleciendo el diseño de la plataforma y acercando el proyecto a su etapa final de implementación y puesta en funcionamiento.



Reunión socialización, primer borrador página barrio amigo 2026

Frente al desarrollo de la página web del programa, se avanzó en la estructuración de un borrador funcional que consolida la identidad, los servicios y la oferta institucional del proyecto. Luego de realizar los ajustes necesarios para contar con una estructura clara y organizada, el borrador fue presentado el 29 de junio a través del grupo de WhatsApp del equipo de Comunicaciones de la Alcaldía, espacio en el que también participa la supervisión del contrato, con el fin de socializar los avances y recibir observaciones y recomendaciones para su fortalecimiento.

No obstante, el borrador también se anexa al presente informe para facilitar su consulta y evaluación durante el proceso de revisión. Asimismo, puede ser consultado en el siguiente enlace: <https://a0n.019.myftupload.com/>.

Se proyecta que, una vez incorporados los ajustes derivados de las recomendaciones realizadas por la supervisión y el equipo de Comunicaciones, la página web entre en funcionamiento durante el mes de julio.

Adicionalmente, se informa que el dominio de la página web fue renovado por un período adicional de un año, garantizando su disponibilidad para la implementación y operación del sitio web.



BORRADOR PÁGINA WEB JUNIO 2026

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 junio, el programa ejecutó una serie de ferias presenciales diseñadas para promover, visibilizar y fortalecer emprendimientos locales, consolidando espacios estratégicos de comercialización en la ciudad.

Actividades realizadas la primera feria fue el 05 de junio en la Plaza de Bolívar con una asistencia de 40 emprendedores, la segunda feria se llevó a cabo los días 18 y 19 de junio en la Plazoleta de la Alcaldía con una participación de 35 emprendedores y la tercera feria se llevó a cabo los días 30 de junio y 01 de julio en Parque Caldas con 35 emprendedores con participación de los emprendimientos de las diferentes categorías establecidas por el programa, garantizando una representación diversificada del ecosistema emprendedor.

Proceso de selección por convocatoria abierta con el Instrumento Formulario de preinscripción y publicación del listado de elegibles.

Principios aplicados: transparencia, equidad y orden logístico, asegurando igualdad de oportunidades y una adecuada planificación operativa para cada feria.

Resultados e impacto. Las ferias mostraron un flujo sostenido de público y un aumento observable en la visibilización de las unidades productivas, favoreciendo su posicionamiento en el mercado local. ventas registradas por un total de \$29.499.100, lo que evidencia el potencial de estos espacios como canales efectivos de comercialización y prueba de la aceptación de los productos.

El 5 de junio se llevó a cabo una feria comercial en la Plaza de Bolívar, en el centro de la ciudad, en la que participaron 40 emprendedores activos del programa. La jornada generó ventas por un total de \$7.773.600 y contribuyó significativamente a la visibilidad, posicionamiento comercial y acercamiento con potenciales clientes para las unidades productivas participantes. actividad organizada por la Secretaría de Medio Ambiente en el marco de una conmemoración Acciones desde la raíz, lo que orientó la oferta hacia productos y relacionados. La Plaza de Bolívar fue seleccionada por su alto tránsito peatonal, lo que facilitó la exposición y el flujo de público hacia los stands generando oportunidades comerciales inmediatas y aumento de la visibilidad de los emprendimientos en un espacio urbano de alta concurrencia. La dinámica de la jornada facilitó el contacto directo con compradores potenciales, permitiendo retroalimentación sobre productos, precios y presentación la vinculación con la Secretaría de

Medio Ambiente aportó valor agregado a la oferta, favoreciendo la identificación con audiencias sensibles a prácticas sostenibles.



La feria comercial desarrollada durante los días 18 y 19 de junio en la plazoleta de la Alcaldía de Manizales representó una valiosa estrategia para fortalecer los procesos de comercialización y promoción de los emprendimientos vinculados al programa. En esta actividad participaron 35 emprendedores, quienes encontraron un escenario propicio para acercar su oferta a nuevos consumidores y consolidar relaciones comerciales.

Como resultado de la jornada, se registraron ventas por un valor total de **\$12.871.000**, evidenciando una respuesta favorable del público y el potencial de estos espacios para impulsar el crecimiento económico de las unidades productivas. La alta concurrencia de visitantes permitió incrementar la visibilidad de los emprendimientos y generar nuevas oportunidades de posicionamiento en el mercado local.

La distribución organizada de los espacios de exhibición favoreció una presentación atractiva y ordenada de los productos, contribuyendo a fortalecer la imagen comercial de cada emprendimiento y a brindar una experiencia más agradable a los asistentes. Asimismo, la amplia variedad de productos ofrecidos, entre ellos alimentos, artesanías y productos naturales, destacó la diversidad, calidad e innovación del tejido emprendedor, consolidando la feria como un escenario estratégico para la promoción de la economía local y el fortalecimiento de las capacidades comerciales de los participantes.



FERIA PLAZOLETA DE LA ALCALDÍA 18 Y 19 DE JUNIO

Estrategia Premiación Hinchador Comprador:

En el marco de la feria comercial realizada los días 18 y 19 de junio, se desarrolló la estrategia promocional **"Hinchador Comprador"**, diseñada para incentivar la participación de los visitantes, fortalecer las ventas de los emprendedores y dar mayor visibilidad al programa Barrio Amigo.

Como parte de esta estrategia se implementó una dinámica recreativa utilizando una pequeña cancha de fútbol de mesa, un balón plástico y un silbato. Los participantes disponían de tres (3) intentos para anotar la mayor cantidad de goles, obteniendo descuentos aplicables en las compras realizadas en la tienda física del programa, sin afectar el valor recibido por los emprendedores. La mecánica fue la siguiente:

- Tres (3) goles: 20 % de descuento.
- Dos (2) goles: 15 % de descuento.
- Un (1) gol: 10 % de descuento.

La actividad tuvo una amplia participación por parte de los asistentes y permitió generar un espacio de interacción con la comunidad, aprovechando cada participación para socializar los objetivos del programa Barrio Amigo, promocionar la tienda física e incentivar la compra de los productos elaborados por los emprendedores vinculados.

De manera complementaria, se desarrolló una campaña para incentivar las compras durante la feria mediante la premiación de los clientes con mayor volumen de compras. Para ello, se conformaron anchetas con productos donados voluntariamente por los emprendedores participantes, previa autorización de cada uno.

Durante cada uno de los dos días de feria se entregaron tres (3) anchetas, correspondientes al primer, segundo y tercer lugar, premiando a los compradores que registraron el mayor valor acumulado en sus compras realizadas a los diferentes emprendimientos.

Para garantizar la transparencia del proceso, a cada comprador interesado en participar se le entregó un formato de registro en el que cada emprendedor consignaba el valor de la compra efectuada y validaba la información con su firma. Al finalizar el recorrido por la feria, el comprador entregaba el formato diligenciado al responsable de la actividad, Carlos Andrés Martínez, quien consolidó los valores registrados para determinar los tres compradores con mayor monto de compras y realizar la respectiva premiación.

los ganadores fueron contactados para ser premiados así:

Lugar	Ganadores 18 de junio	Ganadores 19 de junio
1er lugar	Aida Mery Rodas	Luz María Corales
2do lugar	Juan Carlos Rendon	Daniela Murillo
3er lugar	María C. Jiménez	María Fernanda Mantilla



Fotos actividad metegol y conteo de compras en la actividad "Hincha Comprador"

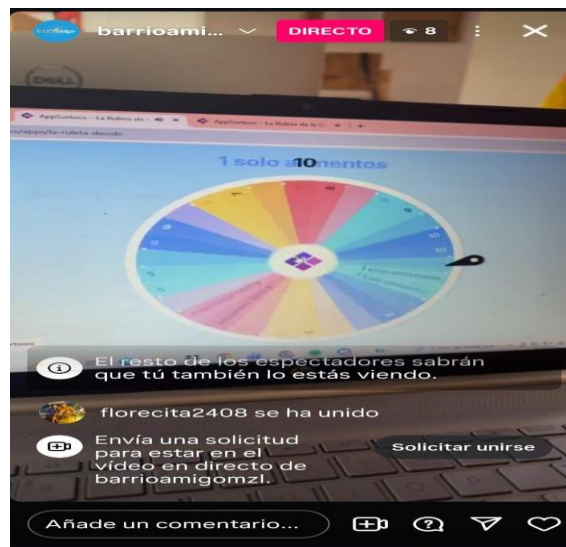


La feria comercial desarrollada los días 30 de junio y 1 de julio en el Parque Caldas de Manizales representó un escenario estratégico para fortalecer los procesos de promoción y comercialización de los emprendimientos vinculados al programa. En esta actividad participaron 35 emprendedores, quienes tuvieron la oportunidad de exhibir sus productos en un espacio con alta circulación de personas, favoreciendo el acercamiento a nuevos clientes y el fortalecimiento de sus estrategias comerciales.

Como resultado de la jornada, se alcanzaron ventas por un valor total de **\$8.854.500**, reflejando una respuesta positiva por parte de los visitantes y el impacto que generan estos espacios en el crecimiento de las unidades productivas. La ubicación del evento, cercana a importantes zonas comerciales y caracterizada por el constante flujo de transeúntes, contribuyó significativamente a incrementar la visibilidad de los emprendimientos y a ampliar sus oportunidades de negocio.

La experiencia permitió fortalecer el posicionamiento de los productos locales, promover el reconocimiento de las marcas participantes y consolidar la feria como una herramienta efectiva para impulsar la economía de los emprendedores, facilitando su conexión con el mercado y generando nuevas posibilidades de desarrollo comercial.





Live Instagram junio 17 del 2026

VENTAS DEL PERIODO

NRO	FECHA	LUGAR	ASISTENTES	VENTAS
1	05 de junio	Plaza de Bolívar	40	7.773.600
2	18 y 19 de junio	Plazoleta de la alcaldía	35	12.871.000
3	30 de junio y 01 de julio	Parque caldas	35	8.854.500
TOTAL				29.499.100

TOTAL DE VENTAS POR CONCEPTO DE FERIAS 2026

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
3	14 y 15 de mayo	Plazoleta Alcaldía	35	11.107.700
4	14, 15 y 16 de mayo	Terminal de transporte	14	2.941.500
5	28 y 29 de mayo	Plazoleta Alcaldía	35	11.729.000
6	05 de junio	Plaza de Bolívar	40	7.773.600
7	18 y 19 de junio	Plazoleta de la Alcaldía	35	12.871.000
8	30 de junio y 01 de julio	Parque Caldas	35	8.854.500
TOTAL				78.621.600

Gestión interinstitucional:

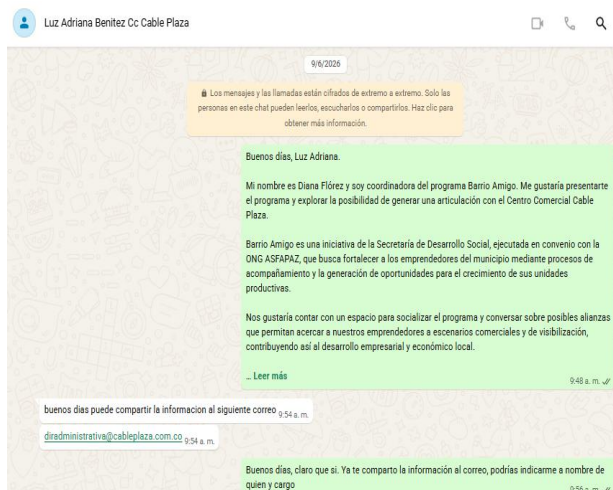
Durante el período reportado se realizaron gestiones para la identificación y consecución de nuevos espacios comerciales que permitieran ampliar las oportunidades de participación de los emprendedores del programa. En este marco, se estableció contacto con las Juntas de Acción Local (JAL) y las Juntas de Acción Comunal (JAC), a quienes se remitieron oficios presentando el programa y solicitando información sobre posibles espacios para el desarrollo de actividades comerciales.

De igual manera, se gestionó la posibilidad de establecer alianzas con los centros comerciales Cable Plaza y Siglo XXI. En el caso de Cable Plaza, se envió la solicitud formal correspondiente y, al cierre del período, se encuentra pendiente la respuesta por parte de la administración. Por su parte, el Centro Comercial Siglo XXI informó que los espacios destinados para emprendimientos ya fueron arrendados para la presente vigencia, razón por la cual actualmente no cuenta con disponibilidad para vincular nuevos participantes al programa.

También se adelantó un acercamiento con un grupo de emprendedoras pertenecientes a la comunidad de las Hermanas Adoratrices, con quienes se realizó una reunión de socialización del programa y de los requisitos para su vinculación.

Como resultado de este encuentro, se identificaron 25 emprendimientos con potencial para cumplir las condiciones de ingreso al programa. Asimismo, se acordó realizar una jornada especial de atención el próximo 11 de julio, en la cual se llevará a cabo la revisión individual de la documentación, la evaluación de los productos y la verificación del cumplimiento de los requisitos establecidos, con el fin de definir su posible vinculación al programa.





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

Ventas externas realizadas durante el mes de junio

Durante el mes de junio, las ventas externas registradas por el programa Barrio Amigo fueron el resultado de las diferentes estrategias de comercialización implementadas para fortalecer las oportunidades de negocio de los emprendimientos vinculados.

Estas ventas se originaron a partir de la participación de los emprendedores en las ferias y espacios comerciales organizados durante el período, donde se realizaron ventas directas a los asistentes y se estableció contacto con potenciales clientes interesados en los productos. Adicionalmente, los eventos permitieron dar a conocer la oferta comercial de los emprendimientos, generando oportunidades de venta posteriores derivadas de los contactos obtenidos durante las jornadas.

De igual forma, el punto de venta Barrio Amigo continuó funcionando como un canal permanente de exhibición y comercialización, donde los clientes que visitaron el establecimiento adquirieron productos de los emprendedores. Estas ventas fueron favorecidas por las acciones de promoción realizadas durante el mes, las cuales incrementan la visibilidad del programa y motivaron la visita de nuevos compradores al punto de venta.

En consecuencia, las ventas reportadas durante el período corresponden a la comercialización de productos realizada tanto en los espacios externos de promoción y venta como en el punto de venta del programa, evidenciando que las estrategias implementadas permitieron ampliar el alcance comercial de los emprendimientos, fortalecer el relacionamiento con nuevos clientes e incrementar las oportunidades de generación de ingresos para las unidades productivas participantes.

NOMBRE	EMPREDIMIENTO	VALOR
Beatriz Alzate	Malu Crochet	\$450.000
Albeiro Sánchez	Tierra Vida	\$ 250.000

Maria Isabel Mallarino	Waffles Tentación	\$ 145.000
Adina Sepulveda	Cacao Dulce Artesanal	\$110.000
Carlos Fredy Valencia	Obleas Mania	\$150.000
Laura Correa	Cajita del Alma	\$100.000
Patricia Martinez	Dulce Horneado	\$87.500
Juan Diego Candamil	Mis Tesoros	\$540.000
Valor		\$1.832.500

Total de ventas externas: \$1.832.500

Es importante señalar que los negocios relacionados a continuación corresponden a ventas concretadas con clientes establecidas a partir de los contactos generados durante la feria. En consecuencia, estos resultados no hacen parte de las ventas directas registradas durante el desarrollo del evento, sino que representan oportunidades comerciales adicionales derivadas del alcance y la proyección que brindó este espacio de promoción.

Análisis:

Las acciones desarrolladas durante el periodo permitieron fortalecer la estrategia comercial del programa mediante la articulación de diferentes espacios de promoción y venta, orientados a ampliar las oportunidades de negocio para los emprendedores. La participación en escenarios feriales, sumada al funcionamiento permanente del punto de venta, favoreció una mayor exposición de los productos y facilitó el acercamiento a nuevos clientes, contribuyendo al posicionamiento de las unidades productivas.

De igual manera, la implementación de estrategias enfocadas en la organización, exhibición y promoción de los productos permitió optimizar la experiencia de compra y fortalecer la dinámica comercial del programa. Los resultados obtenidos evidencian la importancia de mantener este tipo de acciones de manera continua, ya que no solo impulsan las ventas, sino que también fortalecen la competitividad, el reconocimiento de los emprendimientos y la sostenibilidad de sus procesos comerciales a mediano y largo plazo.

VENTAS OUTLET

PERIODO	VALOR ETIQUETA	VALOR VENTA
MARZO	\$ 98.000	\$ 50.500
ABRIL	\$ 28.000	\$ 14.000
MAYO	\$0	\$ 0
JUNIO	\$ 86.200	\$ 43.100
TOTAL	\$ 212.200	\$ 107.600

Durante el periodo de reporte, las acciones implementadas en el punto de venta permitieron dinamizar la comercialización de los productos disponibles de años anteriores, favoreciendo la disminución del inventario acumulado, el aprovechamiento eficiente de los recursos existentes y la generación de ingresos derivados de su comercialización. Estos resultados evidencian la relevancia de continuar consolidando este canal como un mecanismo estratégico para impulsar la rotación de mercancía, optimizar la gestión del inventario y fortalecer la recuperación del valor económico de los productos.

Como parte de las estrategias orientadas al fortalecimiento de la oferta comercial, se realizó la recepción de hasta tres referencias por cada emprendimiento perteneciente a unidades productivas distintas al sector de alimentos. Esta incorporación permitió ampliar y diversificar el portafolio disponible, mejorar la presentación del punto de venta y ofrecer una exhibición más organizada, atractiva y representativa de los emprendimientos que hacen parte del programa, incrementando así las oportunidades de visibilidad y comercialización.

Adicionalmente, se mantuvieron acciones enfocadas en optimizar la experiencia de compra mediante la implementación de estrategias de mercadeo visual, entre las que se destacan la rotación periódica de productos en vitrinas y espacios de exhibición, así como la actualización del etiquetado con información clara sobre precios y características de cada producto. Estas iniciativas contribuyeron a resaltar la oferta disponible, facilitar la decisión de compra y fortalecer el posicionamiento comercial del punto de venta.

En concordancia con los objetivos del ecosistema Barrio Amigo, el punto de venta continúa consolidándose como un escenario estratégico para la promoción y visibilización de los productos y servicios desarrollados por los emprendedores locales. Más allá de constituirse como un espacio de comercialización, esta iniciativa impulsa el fortalecimiento del tejido empresarial del territorio, promueve el crecimiento económico de las unidades productivas participantes y favorece la articulación entre los emprendedores y la comunidad, generando mayores oportunidades de desarrollo sostenible e impacto económico para el ecosistema.

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
MAYO	\$25.778.200	\$468.400	\$1.135.000	0	\$27.381.600
JUNIO	\$29.499.100	\$444.400	\$1.832.500	\$43.100	\$31.819.100
TOTAL	\$78.621.600	\$1.319.600	2.967.500	107.600	\$83.016.300

Las ventas reportadas alcanzan un total de **\$83.016.300**, lo que representa un **33,21 %** de cumplimiento frente a la meta establecida de **\$250.000.000**. Este resultado evidencia un avance progresivo en los procesos de comercialización desarrollados por el programa, reflejando el fortalecimiento de las estrategias implementadas para mejorar el posicionamiento de los emprendimientos y ampliar sus oportunidades de acceso a mercados, contribuyendo de manera gradual al cumplimiento de la meta establecida.

Ventas Totales del Año	Meta	% Cumplimiento
\$83.016.300	\$250.000.000	33,21

avance respecto a la meta del año, cumplimiento del 33,2

Novedades

Durante el mes de mayo se gestionó la instalación de un nuevo servicio de internet en el punto de Barrio Amigo, debido a que el traspaso de titularidad de la línea de ACOPI a ASFAPAZ no se había concretado. Con el fin de garantizar la continuidad de la conectividad y el normal desarrollo de las actividades, ASFAPAZ solicitó la instalación de una nueva línea con el operador Tigo, la cual quedó en funcionamiento en el punto de atención.

Posteriormente, el 25 de junio, la supervisora informó que el proceso de traspaso de titularidad de la línea de ACOPI a ASFAPAZ había sido finalizado exitosamente. En razón de ello, al contar con dos servicios de internet activos, la entidad inició el trámite de cancelación de una de las líneas, con el propósito de evitar la duplicidad del servicio y los costos asociados.

LOGROS DEL PERIODO JUNIO

- Durante el mes de junio se fortalecieron las estrategias de comercialización y articulación institucional del programa mediante la gestión de nuevos espacios para la participación de los emprendedores en ferias comerciales. Como resultado de este trabajo, se promovió la realización de tres jornadas de comercialización: el **5 de junio**, en articulación con la Secretaría de Medio Ambiente; los días **18 y 19 de junio** en la Plazoleta de la Alcaldía; y la feria programada para los días **30 de junio y 1 de julio** en el Parque Caldas, ampliando las oportunidades de visibilización y venta para las unidades productivas.
- Con el propósito de incrementar la cobertura del programa, se continuó desarrollando trabajo de campo para la identificación y vinculación de nuevos emprendedores interesados en acceder a los procesos de acompañamiento. De manera complementaria, se fortaleció la articulación con las **Juntas de Acción Local (JAL)** y las **Juntas de Acción Comunal (JAC)** mediante el envío de oficios, espacios de socialización y difusión de la información a través de sus canales comunitarios, permitiendo ampliar el alcance de la convocatoria en los diferentes territorios.
- Asimismo, se mantuvo activo el enlace de inscripción para emprendedores interesados, facilitando el acceso permanente al proceso de vinculación al programa y optimizando el registro de nuevos participantes.
- Se retomaron los acercamientos con las áreas de emprendimiento de la Universidad de Caldas, la Universidad de Manizales y las Hermanas Adoratrices, con el propósito de fortalecer la articulación interinstitucional y generar oportunidades conjuntas para la vinculación de nuevos emprendedores al programa Barrio Amigo, así como para su participación en futuras ferias, espacios de formación, procesos de comercialización y demás actividades orientadas al fortalecimiento empresarial. Estas gestiones buscan consolidar alianzas estratégicas que amplíen la cobertura del programa, fortalezcan la red de apoyo institucional y faciliten el acceso de los emprendedores a nuevos escenarios de promoción, capacitación y crecimiento.

DIFICULTADES Y ACCIONES DE MEJORA

Dificultades identificadas

- **Asistencia a asesorías:** Aunque se realiza la programación, confirmación y seguimiento de las asesorías, algunos emprendedores no asisten o solicitan

reprogramaciones frecuentes, lo que retrasa la continuidad de su proceso de fortalecimiento.

- **Participación en actividades:** A pesar de la oferta permanente de capacitaciones y espacios de acompañamiento, se evidencia una participación variable por parte de algunos emprendedores, limitando el aprovechamiento de las oportunidades brindadas por el programa.
- **Implementación de recomendaciones:** Durante las asesorías y espacios feriales se entregan orientaciones sobre estrategias de venta, exhibición e imagen comercial; sin embargo, su aplicación no siempre se evidencia de manera integral en las unidades productivas.
- **Seguimiento a compromisos:** En algunos emprendimientos la implementación de las recomendaciones técnicas y los compromisos adquiridos presenta avances parciales, lo que hace necesario continuar fortaleciendo el seguimiento y el acompañamiento personalizado.

Acciones de mejora

- Continuar con el seguimiento y la confirmación de las asesorías programadas para favorecer la asistencia de los emprendedores.
- Mantener las estrategias de difusión y convocatoria para promover una mayor participación en las actividades de fortalecimiento.
- Dar continuidad al acompañamiento personalizado para fortalecer la implementación de estrategias de venta, exhibición e imagen comercial.
- Continuar el seguimiento al cumplimiento de los compromisos y recomendaciones definidos durante las asesorías.
- Mantener acciones de sensibilización con los emprendedores sobre la importancia de participar de manera continua en los procesos de acompañamiento y fortalecimiento.

CONCLUSIONES

Durante el mes de junio se fortaleció la ejecución del programa mediante el acompañamiento permanente a los emprendedores, la gestión de nuevos espacios de comercialización, el desarrollo de estrategias de convocatoria y la articulación con entidades académicas y comunitarias. Estas acciones permitieron ampliar las oportunidades de participación, fortalecer los procesos de formación y asesoría, y avanzar en el posicionamiento y fortalecimiento de las unidades productivas, consolidando las bases para las actividades programadas durante el segundo semestre.

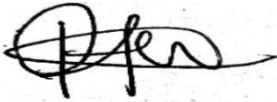
8. ANEXOS

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/1/folders/1QT6QxVSbpBWk5q3izOCw5PjU8IUXWQJt>

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



Diana Patricia Flórez Vélez
Coordinadora
Programa Barrio Amigo