Manizales, 07 de septiembre de 2026

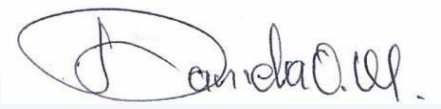
Doctor
**DANIEL TORO RENDÓN**
Secretario de Despacho
Secretaría de TIC y Competitividad
Alcaldía de Manizales

Doctora
**PAULA ANDREA SÁNCHEZ GIRALDO**
Profesional Especializado
Secretaria de Tic y Competitividad
Alcaldía de Manizales

ASUNTO: Informe de actividades 07, convenio número 2601150274

Para efectos del convenio número 2601150274 a continuación se hace una breve descripción de las actividades realizadas en el periodo del 1 al 31 de agosto de 2026, en el cual se evidencia las actividades desarrolladas a la fecha de corte del informe.

Atentamente,



**DANIELA OSORIO MORALES**
Profesional (E) Clúster y Productividad

**INFORME MENSUAL**

**CONVENIO DE ASOCIACIÓN 2502070394 CELEBRADO ENTRE EL MUNICIPIO DE MANIZALES Y LA CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS**

**FORTALECIMIENTO DE INICIATIVAS CLÚSTER DE LA CIUDAD DE MANIZALES.**
**PERIODO DEL INFORME: DEL 01 AL 31 DE AGOSTO DE 2026**

## CRONOGRAMA

| CLÚSTER | ACTIVIDAD | MESES | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N |
| METALMECÁNICO | Fortalecimiento de la Iniciativa Clúster de Metalmecánica a través de la realización de estrategias con empresas ancla en la cual se realicen mínimo 2 actividades, con mínimo 15 empresas del sector metalmecánico. | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| | Participar en mínimo 4 espacios nacionales de representación del clúster metalmecánico de Manizales. | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| | Participación en calidad de expositores en un evento especializado del Clúster nacional o internacional | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | |
| MARKETING | Realización de mínimo 1 evento especializado, dirigido al sector de servicios de marketing, con la participación de mínimo 40 asistentes. | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | |
| LÁCTEOS | Estrategia de innovación para las iniciativas clúster - InnovaClúster | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| CAFÉ | Estrategia de innovación para las iniciativas clúster - InnovaClúster | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| MODA MANIZALES | Estrategia de activación comercial para el clúster de confección y moda de Manizales | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | |
| TRANSVERSAL | Evento sobre gestión del talento | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| | Participación en ferias nacionales y eventos comerciales | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| | Evento interclúster - Tipo Enlazados | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |

## 1. CLÚSTER METALMECÁNICO

**A1.1. Fortalecimiento de la Iniciativa Clúster de Metalmecánica a través de la realización de estrategias con empresas ancla en la cual se realicen mínimo 2 actividades, con mínimo 15 empresas del clúster metalmecánico.**

Como resultado de la articulación entre el Comité Estratégico del Clúster Metalmecánico, la Secretaría TIC y Competitividad y la Secretaría de Infraestructura de la Alcaldía de Manizales, se conformó una mesa de trabajo para identificar oportunidades de negocio asociadas a proyectos de infraestructura en la región. A partir de marzo se realizaron reuniones de articulación con la Oficina de Planeación, logrando identificar requerimientos de mobiliario urbano y vincular a empresas del Clúster con capacidad para atender estas necesidades. Como primer resultado concreto, la empresa **SICOLSA** fue seleccionada para suministrar 80 bolardos para el proyecto del barrio La Estrella, por un valor de **$17.500.000**. Posteriormente, se integraron empresas de mobiliario en concreto y metalmecánica para atender los requerimientos del proyecto de Chipre, adelantando reuniones de seguimiento, revisión de diseños y desarrollo de prototipos durante el mes de junio. Actualmente, se encuentra pendiente la presentación de estos prototipos a la Oficina de Planeación y a la Secretaría de Infraestructura, para lo cual se continúan realizando gestiones que permitan retomar la articulación institucional y avanzar hacia la materialización de nuevas oportunidades de negocio.

Durante los informes anteriores se reportaron de manera específica cada uno de los momentos y procesos llevados a cabo con mayor detalle.

En el informe 02 se dió alcance a la planeación que se tiene con otras empresas ancla:

En relación con la Gira de Ensambladoras de Motos de Colombia, se realizó una reunión el 5 de agosto con los empresarios y el Secretario de TIC y Competitividad de la Alcaldía de Manizales, en la cual se planteó realizar la Gira de Ensambladoras en el marco de la Feria de Emprendimiento y Empresarial **MANIZALES DEL ALMA**, programada para los días 12 y 13 de noviembre.

La realización de la Gira en el marco de esta Feria representa una oportunidad estratégica, ya que permite articular dos escenarios de alto valor para el fortalecimiento empresarial y

comercial del sector. Además de facilitar la participación y asistencia de las empresas ensambladoras, permitirá aprovechar la afluencia de empresarios, compradores, emprendedores e instituciones que participan en la Feria para generar mayores espacios de relacionamiento, conexiones comerciales y visibilidad para las empresas del Clúster Metalmecánico.

Esta articulación también permitirá optimizar esfuerzos institucionales, concentrando en un mismo escenario actividades de promoción empresarial, generación de negocios, innovación y encadenamientos productivos, fortaleciendo el propósito de la Gira de acercar a las empresas locales a las principales ensambladoras del país y generar oportunidades de proveeduría y desarrollo de nuevos negocios.

Por lo anterior, se consideró conveniente reprogramar la Gira para los días 12 y 13 de noviembre, en articulación con la Feria MANIZALES DEL ALMA, buscando maximizar su impacto y generar mayores beneficios para las empresas participantes.



Se inició un proceso de articulación con **Groupe SEB**, líder mundial en pequeños electrodomésticos con presencia en más de 150 países, con el propósito de generar oportunidades de negocio para las empresas del Clúster Metalmecánico. Tras la socialización de sus requerimientos, se identificaron empresas con capacidad para atender sus necesidades y se desarrollaron reuniones de acercamiento con **RIDUCO** (extrusión de plástico) y **SICOLSA**

(fundición), en las que las empresas presentaron su oferta y capacidades. Como parte del proceso, se avanzó en la gestión de acuerdos de confidencialidad (NDA) y documentación requerida para compartir especificaciones técnicas y programar futuras visitas a planta. Adicionalmente, estaba prevista una reunión con **MADEAL**, la cual debió ser reprogramada por ajustes de agenda de Groupe SEB. Actualmente, se continúa avanzando en la consolidación de esta relación comercial, con el objetivo de concretar visitas y posibles oportunidades de encadenamiento productivo entre la empresa ancla y las empresas del Clúster.

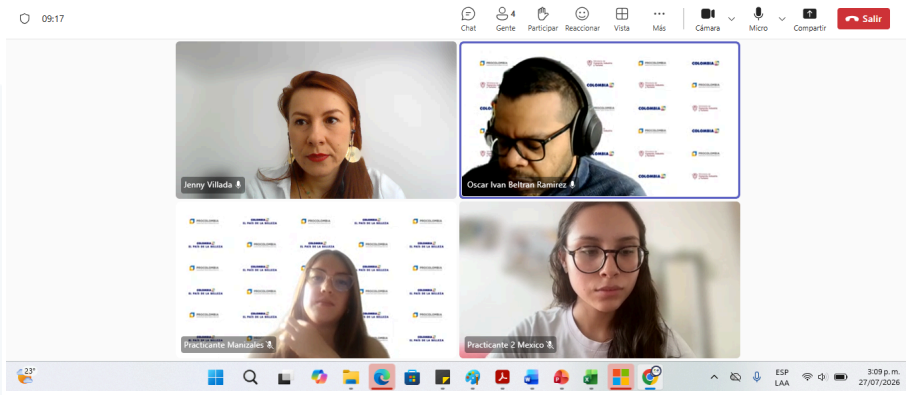
Durante los informes anteriores se reportaron de manera específica cada uno de los momentos y procesos llevados a cabo con mayor detalle.

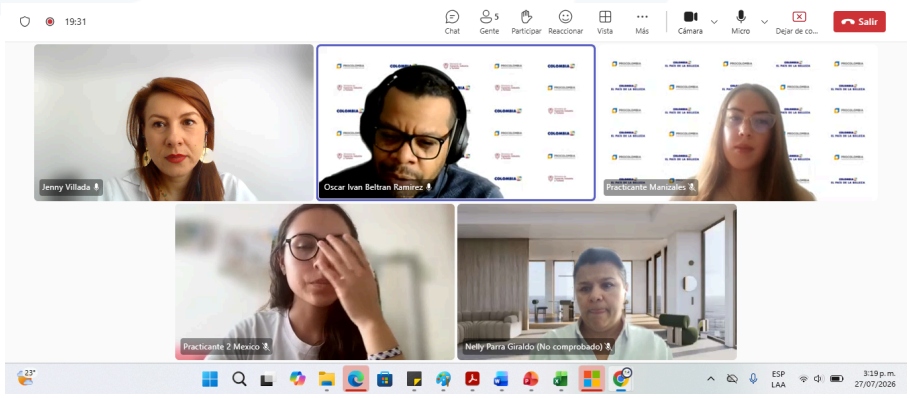
A partir de la participación en el comité Astillero y Navalia, se realizó invitación al nuevo presidente de Cotecmar para realizar una visita a Manizales, tentativamente se había hablado de la visita en el mes de junio, por cuestiones de agenda del Almirante, se espera recibirla finalizando el mes de julio o iniciando el mes de agosto.

Como parte de la estrategia de fortalecimiento comercial e internacionalización del Clúster Metalmecánico, en conjunto con la Secretaría de Tic y Competitividad se priorizó la gestión para vincular dos empresas ancla internacionales que participen en la Feria de Emprendimiento Manizales del Alma, programada para el mes de noviembre. El propósito de esta iniciativa es generar espacios de conexión comercial entre estas empresas y las compañías del clúster, mediante la realización de una rueda de negocios especializada que facilite la identificación de oportunidades de proveeduría, alianzas estratégicas y nuevos mercados. De manera complementaria, se contempla la realización de visitas empresariales a algunas compañías del clúster, con el fin de dar a conocer sus capacidades productivas, tecnológicas y de innovación, fortaleciendo así las posibilidades de relacionamiento y generación de negocios.

La gestión se viene estructurando de manera articulada con ProColombia. El día 27 de julio se realizó una primera reunión de trabajo en la que se definieron los alcances iniciales de la estrategia, los perfiles de las empresas objetivo y las acciones conjuntas para avanzar en la convocatoria y vinculación de los compradores internacionales.

Adicionalmente, se quiere generar articulación de esta iniciativa con la estrategia ZASCA Metalmecánico, buscando generar sinergias que potencien el impacto y optimicen los esfuerzos de promoción internacional y amplíen las oportunidades para las empresas participantes.




Encuentro d**e relacionamiento con empresas ancla - rueda de negocios:** El día 4 de junio en conjunto con el clúster metalmecánico y la estrategia Zasca Metalmecánica en Caldas, se realizó encuentro de relacionamiento con empresas ancla, tipo rueda de negocios. Las empresas compradoras que participaron fueron: Ingenio Risaralda, Collective Mining, Berhlan, Doblamos e Induma. Adicionalmente se tuvo la participación de 11 empresas locales como oferentes.

En el informe 05, se presentaron las evidencias de esta actividad.

**A1.2. Participar en mínimo 4 espacios nacionales de representación del clúster metalmecánico de Manizales.**

El día 3 de febrero se participó en sesión de la Cámara Marítima y Portuaria, sesión realizada ya que desde la Cámara Fedemetal de la ANDI en conjunto con el Comité astillero se ha manifestado el interés en conocer las experiencias y avances del sector portuario en materia de

infraestructura sostenible y con el propósito de identificar oportunidades de colaboración y buenas prácticas intersectoriales.

El día 12 de febrero de 2026, se participó en sesión de Comité Astillero liderado por la Cámara Fedemetal de la Andi y presidido por Cotecmar.

En el informe 01, se presentaron las evidencias de los anteriores espacios de representación del clúster.

El día 24 de marzo se participó en el Primer Consejo Ejecutivo Mesa Nacional Sectorial Metalmecánica, que es operada por el SENA. En dicha sesión, se realizó un balance de las actividades realizadas en el 2025, así como la proyección para el 2026. En el marco del primer consejo, se realizó la postulación y selección del Presidente del Consejo para el periodo 2026, y el Clúster Metalmecánico desde la CCMPC realizará este rol para el periodo mencionado.

En el informe 02 se presentaron las evidencias del anterior espacio de representación del clúster.

El día 24 de abril, se participó en el Comité Astillero, liderado por la Cámara Fedemetal de la Andi y donde el presidente del comité es el Almirante Walter Wilches, Presidente de Cotecmar.

En el informe 03 se presentaron las evidencias del anterior espacio de representación del clúster.

El día 23 de junio se llevó a cabo la segunda sesión del CONSEJO DE LA MESA METALMECÁNICA DEL SENA.

En el informe 05 se presentaron las evidencias del anterior espacio de representación del clúster.

El día 9 de julio se participó en sesión de Comité Astillero liderado por la Cámara Fedemetal de la Andi y presidido por Cotecmar. Los días 15, 16 y 17 de julio desde el clúster metalmecánico de Manizales, se participó en el 11° CONGRESO NACIONAL DE INICIATIVAS CLÚSTER - DUITAMA.

En el informe 06 se presentaron las evidencias del anterior espacio de representación del clúster.

Se da cumplimiento al 100% a esta actividad.

Algunos logros e impactos de los espacios en los que se ha participado:

- El clúster metalmecánico quedó seleccionado como Presidente del Consejo para el periodo 2026 de la Mesa Nacional Sectorial Metalmecánica, esto permitirá ser más asertivo con las necesidades de los empresarios y la oferta del Sena en temas de formación y certificación de competencias.
- A partir de la participación en los comités astilleros se logró, articulación y alineación para participar en Navalia 2026 con un pabellón Colombia, gestión con Procolombia para la consecución de citas en el marco de Navalia, articulación con Innpulsa para misión a Korea para el intercambio de conocimientos en el tema astillero, participación en programa de entrenamiento a empresarios y misión B2B a Alemania, Articulación con Islas Canarias para formación en soldadura, visita de nuevo almirante de Cotecmar para junio o julio de este año, validación de requerimientos técnicos de proveeduría para Cotecmar y demás astilleros que participan en el comité.

**A1.3. Participación en calidad de expositores en un evento especializado del Clúster nacional o internacional.**

Del 19 al 21 de mayo, una delegación colombiana participó en NAVALIA – International Shipbuilding Exhibition, realizada en Vigo, España, uno de los escenarios más importantes de la industria marítima y naval en Europa. La participación permitió fortalecer relaciones estratégicas y generar conexiones con actores clave del sector marítimo no solo de España, sino también de distintos países de la Unión Europea. El stand de Colombia contó con la presencia de Cotecmar, Fedemetal y las tres Cámaras de Comercio del país que actualmente lideran iniciativas orientadas al desarrollo de capacidades empresariales para atender esta industria: Cámara de Comercio de Manizales por Caldas, Cámara de Comercio de Cartagena y Cámara de Comercio de Barrancabermeja.

En el informe 03 se reportó la información del evento, matriz de beneficiarios, matriz de citas gestionadas por Procolombia, información sobre rueda de negocios gestionada por Fedemetal y evidencia fotográfica. En el informe 05 se reportaron los resultados del evento.

También el 2 de julio de 2026, se realizó reunión de socialización de resultados de la participación en Navalia a las demás empresas de la línea astillera del clúster, lo cual se reportó en el informe 06 con sus respectivas evidencias.

Se da cumplimiento al 100% a esta actividad.

De manera adicional, se viene avanzando con la vinculación a la **FERIA INTERNACIONAL INDUSTRIAL DE BOGOTÁ - FIB** que se realizará en Corferias del 28 de septiembre al 02 de octubre. Se realizó la contratación del stand, y se tiene la pieza de convocatoria para compartir de manera abierta a toda la base de datos del Clúster.

Pieza de invitación:



Redes sociales:




## 2. CLÚSTER DE MARKETING

**2.1. Realización de mínimo 1 evento especializado, dirigido al sector de servicios de marketing, con la participación de mínimo 40 asistentes.**

El Digital Day estaba programado inicialmente para el 28 de agosto. Desde el mes de julio se inició la convocatoria y difusión del evento a través de diferentes medios, entre ellos redes sociales, canales de WhatsApp y otros espacios de comunicación.

Sin embargo, debido al sismo ocurrido en Manizales el pasado 10 de agosto y las consecuentes afectaciones en la ciudad, se tomó la decisión de aplazar el evento y proyectar una nueva fecha para el 7 de octubre. Actualmente, estamos a la espera de la confirmación de disponibilidad de espacios por parte del Recinto del Pensamiento, teniendo en cuenta que, tras los cambios generados en la agenda, fue necesario reorganizar la programación del evento.

Adicionalmente, se decidió ampliar el alcance del Digital Day, abriendo la participación no solo a las empresas del sector de marketing, sino también al público en general y a empresarios de diferentes sectores interesados en fortalecer sus conocimientos en temas relacionados con marketing, marca, redes sociales, publicidad y otros contenidos de valor. Esta decisión busca que el evento se convierta también en una estrategia de reactivación comercial, permitiendo que más empresas y emprendedores accedan a espacios de aprendizaje y fortalecimiento de capacidades.

Para realizar un nuevo anuncio oficial, es necesario contar primero con la confirmación definitiva de la fecha. Para la programación inicial ya se contaba con tres speakers confirmados: TikTok, con una charla enfocada en estrategia de redes sociales y Ads; Jefrey Bustos, con contenidos relacionados con marca, branding y datos; y Carolina Tula “La Verde”, con una charla sobre marca personal. Debido al cambio de fecha, es necesario validar nuevamente la disponibilidad de cada uno de los speakers y, en caso de que alguno no pueda participar, iniciar la búsqueda y gestión de nuevos conferencistas que permitan mantener una agenda de alto valor para los asistentes. Una vez se confirme la disponibilidad del escenario y de los conferencistas, se podrá anunciar oficialmente la nueva fecha y reactivar la estrategia de convocatoria y difusión del evento.

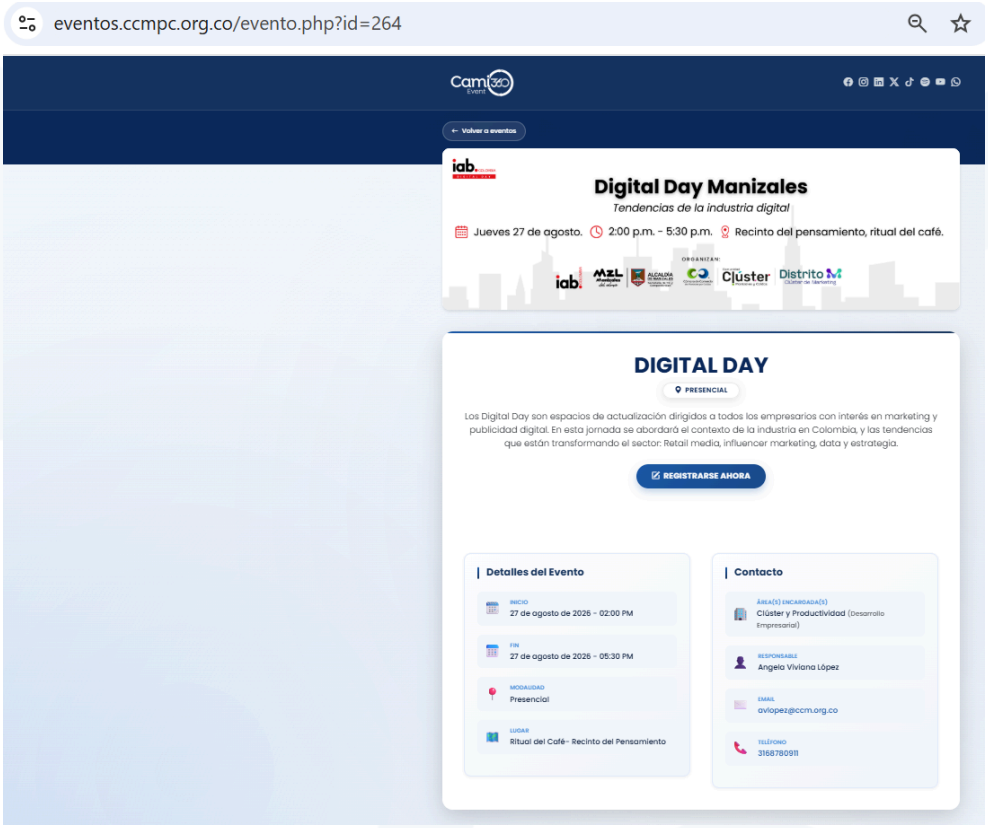
Para medir el impacto de esta actividad, se realizará medición del siguiente indicador: Mínimo el 30% de las empresas reportan nuevas tendencias para sus empresas.

Las piezas solo se modificarán en fecha, pero igualmente se tendrá el mismo estilo.

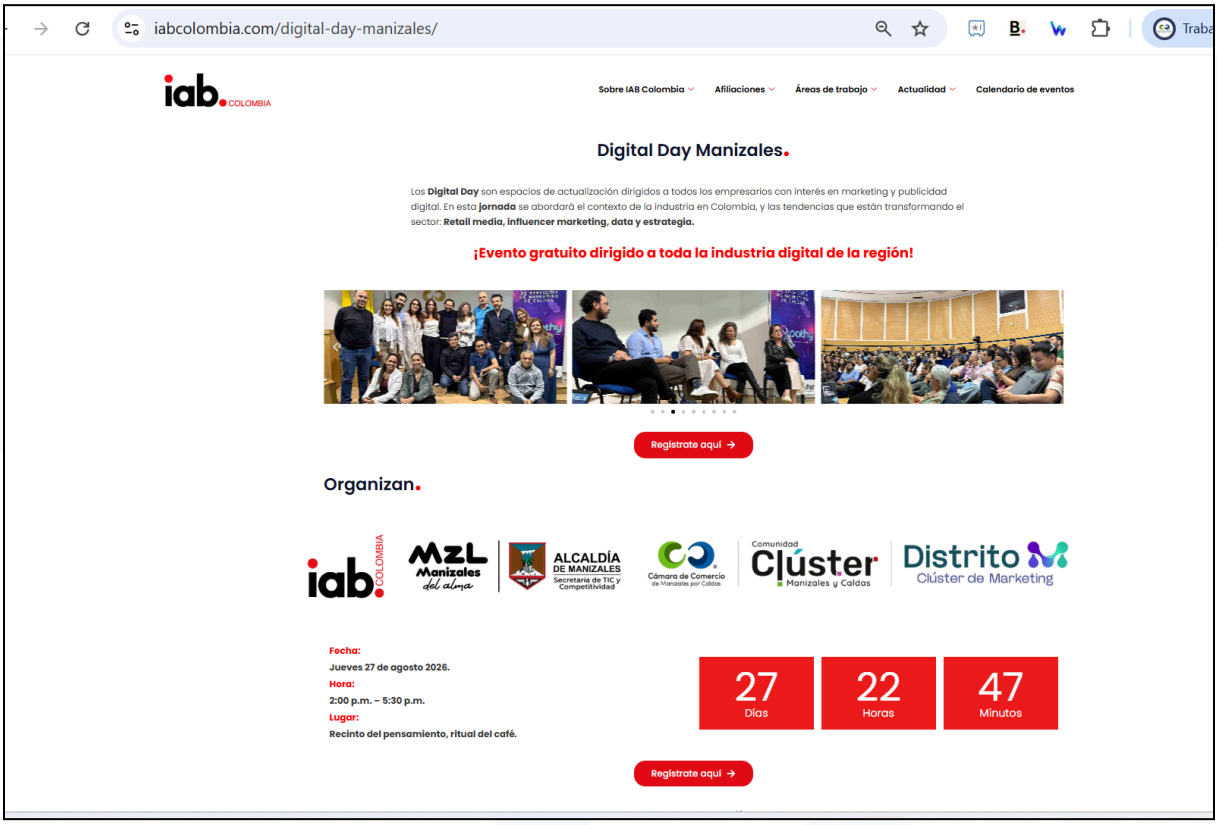
Pieza:




Link CCMPC: https://eventos.ccmpc.org.co/evento.php?id=264




Landing IAB: https://www.iabcolombia.com/digital-day-manizales/




Video de expectativa:




76 10 17

Les gusta a **olga.idarraga** y **otras personas**

**ccmanizales** ¿Listo para conectar con las tendencias que están transformando el marketing y la publicidad? 🚀

En pocos días llega Digital Day, un espacio para agencias, empresas, profesionales y apasionados por el mundo digital que buscan aprender, conectar y crecer.

!No te quedes por fuera de esta experiencia que impulsará la innovación en Manizales! 💡📲

Un espacio que hace parte del convenio entre la #ccmpc @alcaldiademanizales @iabcolombia 🤝🤝 menos

Al 11 de agosto, el link contaba con 89 inscritos.



| NOMBRE DEL EVENTO | TIPO | ESTADO | FECHA INICIO | VISITAS | INSCRITOS | ACCIONES |
|---|---|---|---|---|---|---|
| DIGITAL DAY | Presencial | Activo | 07/10/2026 | 268 | 89 | |

## 3. CLÚSTER LÁCTEO

### A3.1 Estrategia de innovación para las iniciativas clúster - InnovaClúster

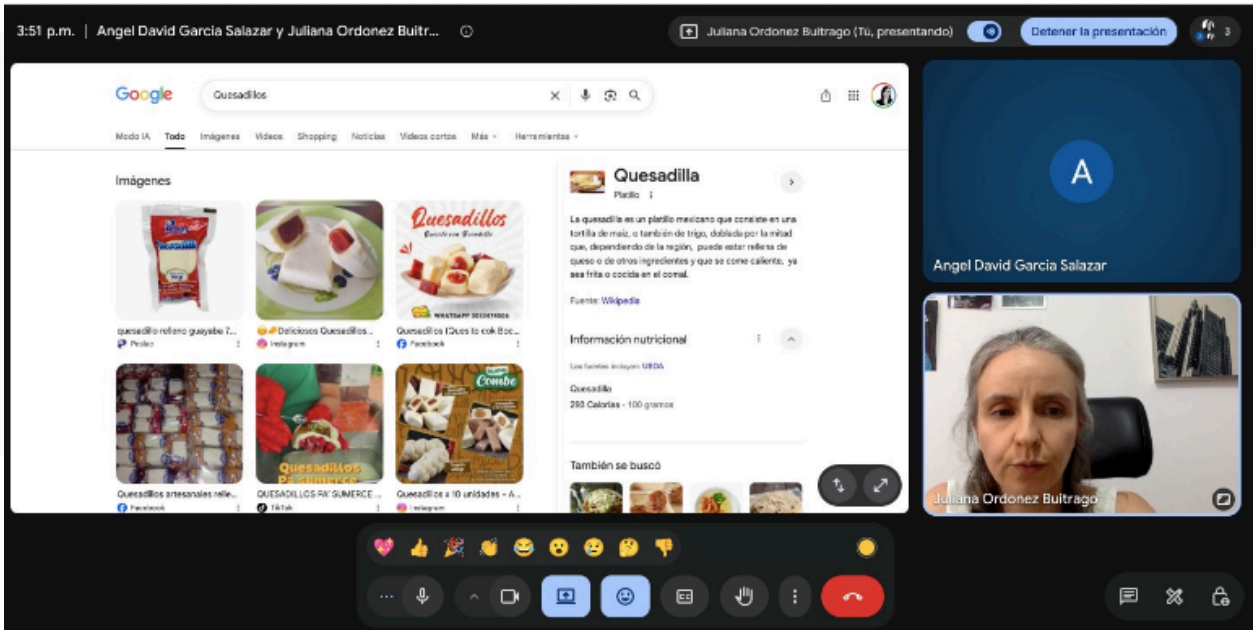
En los informes anteriores, se presentaron las evidencias referentes al diseño del programa, cronograma y evidencias de convocatoria y selección de beneficiarios, BD de beneficiarios, además de las sesiones del bootcamp del 18, 22 y 24 de junio de 2026 y de la primera sesión de mentoría del 26 de junio de 2026.

El 6 de julio se realizó reunión con Neurocity y la consultora que acompaña el programa, para realizar la revisión del perfil y selección de los cinco proyectos que se apoyan para el desarrollo de prototipos. Las empresas fueron seleccionadas de acuerdo a diferentes criterios evaluados como potencial innovador 25%, solución 25%, clientes 20%, impactó 15%, viabilidad 15% fueron las siguientes:

1. **Coolagro:**
2. **Productos Lácteos de San Félix S.A.S.**
3. **Magic Food Supplies**
4. **Comercializadora lácteos del otun sas**
5. **Lecampo**

Para el periodo del informe, se han avanzando en las siguientes actividades:

Se viene avanzando con las cinco empresas en el acompañamiento uno a uno con una mentora y se encuentran trabajando en la bitácora de implementación de cada uno de los proyectos.




## 4. CLÚSTER CAFÉ

### A4.1. Estrategia de innovación para las iniciativas clúster - InnovaClúster

En el marco del convenio 2026, la estrategia de innovación se ha orientado hacia la ejecución de la segunda fase de prototipado para aquellas iniciativas con alto potencial detectadas durante el piloto del 2025, tal como se detalló en los informes 01 y 02 de la presente vigencia.

El esquema de intervención contempla un total de 5 sesiones, desglosadas en 2 jornadas colectivas y aproximadamente 3 encuentros personalizados por organización (para un acumulado de 18 asesorías individuales).

Durante el periodo que abarca el Informe 07, se adelantaron 2 jornadas de seguimiento presencial: el día 20 de agosto, contando con la participación de **Abba Café, Café Molina** y **Café Tradición**; Asimismo, el 21 de agosto se sostuvo un encuentro con **Colmountain** con el fin de verificar el estado del prototipado y definir la hoja de ruta para las siguientes etapas del proceso.

Respecto al cronograma establecido para este componente (2 sesiones grupales y 18 asesorías individuales), a la fecha de corte del presente informe se han cumplido con éxito las 2 jornadas colectivas y se registra un avance acumulado de 5 mentorías individuales con el grupo de beneficiarios.

**Café Molina:** Actualmente se adelanta el ensamble del prototipo, restando únicamente la adaptación del motor y la instalación de la tolva. El objetivo central de esta mejora técnica es garantizar el control de una temperatura homogénea de 50 grados, evitando así la pérdida de las propiedades organolépticas del grano.



**Colmountain:** En el marco del proceso de prototipado, se avanza en la sofisticación del empaque a través de la inclusión de la tabla nutricional y un código QR que permite el relacionamiento con el consumidor. Asimismo, se gestiona la utilización de materiales sostenibles y la actualización de la imagen gráfica, con el fin de potenciar el valor agregado y la competitividad de la marca en el mercado.





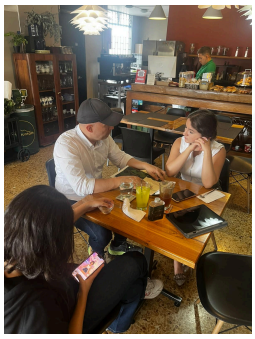

**Café Tradición:** En el marco del proceso de prototipado, la empresa avanza en la creación de una bebida fría, para lo cual ha gestionado la adquisición de maquinaria especializada orientada a la nivelación del perfil de taza y la extensión de la vida útil del producto. Actualmente, se adelanta un ejercicio técnico de estandarización de los niveles de oxígeno, con el propósito de garantizar la estabilidad físico-química y la durabilidad de la bebida.





**Café Abba Café:** En el marco del proceso de prototipado, la organización adelanta la adquisición de grano de alta calidad para la elaboración de la bebida tipo cold brew. Actualmente, se ejecutan análisis técnicos de proveeduría y se adelantan ejercicios de validación de empaques y perfiles de taza, con el fin de optimizar la propuesta de valor y asegurar la estandarización del producto final.

**Evidencia fotográfica:**



## 5. CLÚSTER MODA

### A5.1. Estrategia de activación comercial para el clúster de confección y moda de Manizales

En los informes anteriores, se presentaron las evidencias referentes al proceso de convocatoria y selección de las empresas beneficiarias para la participación en Colombiamoda 2026 y se adjunto la BD de beneficiarios. Además se presentaron las evidencias de los procesos de entrenamiento y preparación de las empresas para participar en el evento.

En el informe 06, se presentaron las evidencias de la participación en Colombiamoda 2026, incluyendo reuniones de seguimiento, participación en el evento, evidencia fotográfica y resultados del evento.

Se da cumplimiento al 100% a esta actividad.

## 6. ACTIVIDADES TRANSVERSALES - COMUNIDAD CLUSTER

**A6.1. Evento sobre gestión del talento**

Se realizó convocatoria para la búsqueda y selección del capacitador para el proceso, diseño del taller y de la metodología, diseño de piezas y estrategia de difusión y convocatoria, lo cual se reportó en el informe 03. En el informe 04, se reportaron las evidencias relacionadas a la ejecución del taller y anexos del proceso.

Esta actividad se encuentra al 100% de ejecución

**A6.2. Participación en ferias nacionales y/o eventos comerciales**

Se consolidó un inventario de eventos de interés para todos los clústeres, los cuales fueron analizados de acuerdo con su enfoque, alcance y pertinencia sectorial, priorizando aquellos que aportan mayor valor agregado, oportunidades comerciales y posicionamiento para los empresarios.

| CLÚSTER | NOMBRE DEL EVENTO | FECHA | LUGAR | PRIORIZACIÓN |
|---|---|---|---|---|
| Cluster de proveedores de servicios de marketing | CMC COLOMBIA 2026 | 13 – 16 de julio de 2026 | Cartagena | |
| Cluster de proveedores de servicios de marketing | WEBCONGRESS COLOMBIA 2026 (MARKETING DIGITAL, PUBLICIDAD Y TECNOLOGÍA) | noviembre de 2026 | Bogotá | |
| Cluster de proveedores de servicios de marketing | ICDMIBSM 2026 – INTERNATIONAL CONFERENCE ON DIGITAL MARKETING, BUSINESS & STRATEGY | 05 – 06 de abril 2026 | Bogotá | |
| Cluster de proveedores de servicios de marketing | ECOMMERCE DAY COLOMBIA 2026 | mayo 2026 | Bogotá | |
| Cluster de proveedores de servicios de marketing | IAB DAY COLOMBIA 2026 | mayo 2026 | Bogotá | Si<br>Por convenio de Alcaldía |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Cluster de proveedores de servicios de marketing | EXPO GRAFITECH 2026 | 7 y 8 de Mayo 2026 | Barranquilla | Si<br>Por convenio de Alcaldía |
| Cluster de proveedores de servicios de marketing | FESTIVAL ELDORADO O FESTIVAL PUBLICITARIO | Octubre | Cartagena-Bogotá | |
| Cluster de proveedores de servicios de marketing | MAS CARTAGENA | 28, 29 y 30 de octubre de 2026 | Cartagena | |
| Clúster Metalmecánico de Manizales | FERIA DE LAS 2 RUEDAS | 21 al 24 de mayo | Medellín | Si<br>Por convenio de Alcaldía |
| Clúster Metalmecánico de Manizales | EXPOINDUSTRIAL - FERIA INDUSTRIAL DEL PACIFICO | 6, 7 y 8 de mayo | Cali | Si, validar presupuesto convenio Alcaldía |
| Clúster Café | EXPO ESPECIALES BOGOTÁ | Del 15 al 18 de Octubre, 2026 | Bogotá | SI |
| Clúster Café | CAFÉ FEST (ABRIL) | | Manizales | Si<br>Por convenio de Alcaldía, siempre y cuando Sec. de Tic autorice |
| Clúster lácteo | EXPOAGROFUTURO | Del 21 al 23 de Octubre, 2026 | Bogotá | Si |
| Clúster lácteo | ALIMENTEC | Del 9 al 12 de junio del 2026 | Bogotá | Si, validar presupuesto convenio Alcaldía |
| Clúster lácteo | ASOLECHE | Del 8 al 10 de julio del 2026 | Medellín | |

**Evento 1: CAFÉ FEST:** En el informe 03 se presentó la descripción de este evento donde participaron 9 empresas. En el informe 04 se presentó la BD de beneficiarios. En el informe 05 se presentaron los resultados del evento.

**Evento 2: FERIA DE LAS 2 RUEDAS:** En el informe 04 se presentó la descripción de este evento, donde participaron 6 empresas. En el informe 05 se presentaron los resultados del evento.

**Evento 3: EVENTO EXPOGRAFITECH 2026 (ANDIGRÁFICA):** En el informe 03 se reportó la información general del evento, proceso de convocatoria y apoyo para participar en el mismo. En el informe 04 se presentó la descripción de este evento donde participaron 4 empresas. En el informe 05 se presentaron los resultados del evento.

**Evento 4: IAB DAY 2026:** En el informe 04 se presentó la descripción de este evento donde participaron 6 empresas.En el informe 05 se presentaron los resultados del evento.

**Evento 5: ALIMENTEC: 9 al 12 de junio en Corferias Bogotá:** En el informe 04 se presentó la descripción de este evento y proceso de convocatoria desde los clústeres lácteos y metalmecánicos. En el informe 05 se presentó la BD de beneficiarios donde participaron 10 empresas, evidencia fotográfica y los resultados del evento.

**Evento 6: CONGRESO ASOLECHE:** En el informe 06 se presentó la descripción de este evento, donde participaron 3 empresas, al igual que evidencia fotográfica y los resultados del mismo y la BD de beneficiarios.

Con lo anterior se da cumplimiento al 100% de esta actividad.

**A6.3. Evento interclúster - Tipo Enlazados**

En el informe anterior, correspondiente al Informe No. 6, se presentó el desarrollo del evento Enlazados, las diferentes etapas llevadas a cabo y los resultados obtenidos durante la jornada. A continuación, se presentan los proyectos seleccionados para continuar con la siguiente fase del proceso.

En total, participaron 10 proyectos, de los cuales fueron seleccionados 4 para el desarrollo de sus respectivos prototipos.

El 24 de agosto se realizó una reunión en Neuro City con las empresas y equipos seleccionados, con el propósito de socializar el manual financiero, explicar las condiciones para la ejecución de los recursos y presentar los pasos a seguir durante esta nueva etapa. Asimismo, se informó a las empresas sobre la posibilidad de reformular y fortalecer sus proyectos, buscando que las iniciativas puedan aportar de manera más directa a la reactivación económica de la ciudad.

Como parte de los compromisos establecidos, las empresas deberán diligenciar las respectivas cartas de compromiso, necesarias para formalizar su participación y dar continuidad al proceso.

Finalmente, se anunció una nueva reunión para el próximo 1 de septiembre, en la cual se continuará con el proceso de acompañamiento y se dará inicio formal al desarrollo y ejecución de los cuatro proyectos seleccionados.

La selección de los proyectos se realizó desde el equipo de Neuro city y el equipo de los líderes clúster.

Para la evaluación y selección de los proyectos se contó con una matriz de valoración, en la cual cada iniciativa fue calificada en una escala de 1 a 5, de acuerdo con diferentes criterios previamente definidos. La metodología permitió realizar una valoración integral de cada propuesta, considerando su **potencial innovador (25%)**, la pertinencia y claridad de la **solución planteada (25%)**, la identificación y alcance de los **clientes (20%)**, el **impacto esperado (15%)** y su **viabilidad (15%)**. A partir de la ponderación de estos criterios se obtuvo el puntaje parcial de cada proyecto, constituyendo este resultado uno de los elementos principales para determinar las iniciativas que avanzaron a la siguiente etapa.

| No. Equipo | Breve descripción de la Idea |
|---|---|
| 1 | "Por los Caminos Caldenses es un piloto de inteligencia artificial que busca conectar empresas de turismo, café, gastronomía, alojamiento y experiencias de Caldas en una red digital de conocimiento compartido.<br><br>La solución se desarrollará sobre AriCRM, una plataforma tecnológica ya existente. En la primera fase, un grupo reducido de empresarios se vinculará escaneando un código QR, se registrará en la plataforma y podrá conectar su canal de WhatsApp, previa autorización. |
| 2 | Unificar la información y servicios que tienen cada empresa de los closter en Manizales por medio de un directorio físico o digital para poder nos olo utilizar estos servicios que son desconocidos para muchos si no también ayudar a ser un voz a voz de cada uno. Por qué hasta el momento no tenemos un directorio donde podamos ver no solo las empresas si no los servicios que ofrecen las empresas . |
| 3 | Visibilidad de los sectores de turismo, café y marketing. Dinamizar con herramientas tecnológicas y de marketing los servicios y productos de la ciudad de Manizales |
| 4 | Muchos extranjeros cuando vienen a la ciudad, no saben que hacer! Herramienta desarrollada con la ayuda de la inteligencia artificial que conecte las actividades lugares y experiencias de la ciudad de diferentes sectores. |

| | |
|---|---|
| 5 | Posicionamiento regional y reconocimiento de productos y servicios. Travel Máster. Posicionamiento articulado de la región, con experiencias gastronómicas, turísticas, hoteleras, transporte. |
| 6 | Sentar las bases de las capacidades de los actores de los cluster y palancar una marca de ciudad involucrando empresas ancla que tengan un posicionamiento en el tiempo conservando las virtudes y valores del comerciante de turismo y cafe manizaleño. Articular un Ecosistema de Valor Agregado estructurado en 3 pilares interconectados: Empresas Ancla, Empresas del cluster y canva para determinar desde la Co-creacion: 1 Fortalecimiento de capacidades 2. Palancar la marca de ciudad |
| 7 | SEMANA DE LA CONFIANZA MANIZALES - Consiste en disponer de una semana donde los empresarios que se sumen ponen en descuentos sus productos o servicios (hotel, gastronomía , experiencia , etc) con el fin de incentivar la visita de la ciudad y potenciar el comercio local . |
| 8 | Alcanzar la sostenibilidad a través de la formación y la creación de alianzas estratégicas empresa\gobierno. Allá manejo de un bootcam o estrategia para gestionar posibles soluciones dentro de un cluster interdisciplinario de empresas |
| 9 | Crear conciencia en los gremios de consumir productos de la región de buena calidad. Campañas publicitarias para dar a conocer los productos de calidad de la región |
| 10 | Falta de conectividad intersectorial para crear proyectos eficientes. Crear una plataforma que integre las necesidades de diferentes servicios para un proyecto de los 3 sectores |

Los proyectos seleccionados fueron los del equipo 2, 4, 7 y 10 presentados a continuación como un primer borrador, pues en la reunión del 24 de agosto se confirmó a los participantes que se podian reformular algunos proyectos para direccionarlos con la reactivación comercial de Manizales, a continuación se presenta el ranking y puntuación final de los proyectos:

| No. Equipo | Breve descripción de la Idea | PUNTAJE TOTAL |
|---|---|---|
| 7 | SEMANA DE LA CONFIANZA MANIZALES - Consiste en disponer de una semana donde los empresarios que se sumen ponen en descuentos sus productos o servicios (hotel, gastronomía , experiencia , etc) con el fin de incentivar la visita de la ciudad y potenciar el comercio local . | 130 |
| 2 | Unificar la información y servicios que tienen cada empresa de los closter en Manizales por medio de un directorio físico o digital para poder nos olo utilizar estos servicios que son desconocidos para muchos si no también ayudar a ser un voz a voz | 89 |
| 10 | Falta de conectividad intersectorial para crear proyectos eficientes. Crear una plataforma que integre las necesidades de diferentes servicios para un proyecto de los 3 sectores | 83 |
| 4 | Muchos extranjeros cuando vienen a la ciudad, no saben que hacer! Herramienta desarrollada con la ayuda de la inteligencia artificial que conecte las actividades lugares y experiencias de la ciudad de diferentes sectores | 80 |

Matriz de selección enlazados ANEXO 2

El siguiente paso en el proceso es tener toda la documentación de las empresas firmada y dar inicio a los prototipos, esto se espera confirmar el 1 de septiembre de 2026 en la siguiente reunión.

**CONSOLIDADO DEL AVANCE E IMPACTO**

| CLÚSTER | ACTIVIDAD | META | CUMPLIMIENTO E IMPACTO | % |
|---|---|---|---|---|
| **METALMECÁNICO** | Fortalecimiento de la Iniciativa Clúster de Metalmecánica a través de la realización de estrategias con empresas ancla en la cual se realicen mínimo 2 actividades, con mínimo 15 empresas del sector metalmecánico. | Mínimo 2 actividades con empresas anclas realizadas, mínimo 15 empresas que tienen relacionamiento con las empresas ancla | Se viene avanzando con diferentes estrategias con las siguientes empresas ancla:<br><br>- Alcaldía de Manizales - Secretaría de Infraestructura<br>- Gira de ensambladoras: se realizará en el mes de junio, se tiene confirmada la participación de FRATELLI y de AKT<br>- Reuniones uno a uno con empresas locales y ensambladoras de electrodomésticos menores con el grupo internacional Grupo SEB.<br><br>El día 4 de junio en conjunto con el clúster metalmecánico y la estrategia Zasca Metalmecánica en Caldas, se realizó encuentro de relacionamiento con empresas ancla, tipo rueda de negocios, donde participaron 11 empresas locales. Las empresas compradoras (ancla) que participaron fueron: Ingenio Risaralda, Collective Mining, Berhlan, Doblamos, Induma. Resultados: Citas de negocios realizadas: 51. Prospectos comerciales identificados: 39. Logro de nuevos clientes: 27. Expectativas de ventas generadas: $401.000.000.<br><br>En relación con la Gira de Ensambladoras de Motos de Colombia, se realizó una reunión el 5 de agosto con los empresarios y el Secretario de TIC y Competitividad de la Alcaldía de Manizales, en la cual se planteó realizar la Gira de Ensambladoras en el marco de la Feria de Emprendimiento y Empresarial MANIZALES DEL ALMA, programada para los días 12 y 13 de noviembre. | 50% |

| CLÚSTER | ACTIVIDAD | META | CUMPLIMIENTO E IMPACTO | % |
|---|---|---|---|---|
| | Participar en mínimo 4 espacios nacionales de representación del clúster metalmecánico de Manizales. | Mínimo 4 espacios en los que se participa | El día 3 de febrero se participó en sesión de la Cámara Marítima y Portuaria, sesión realizada ya que desde la Cámara Fedemetal de la ANDI en conjunto con el Comité astillero se ha manifestado el interés en conocer las experiencias y avances del sector portuario en materia de infraestructura sostenible y con el propósito de identificar oportunidades de colaboración y buenas prácticas intersectoriales.<br><br>El día 12 de febrero de 2026, se participó en sesión de Comité Astillero liderado por la Cámara Fedemetal de la Andi y presidido por Cotecmar.<br><br>El día 24 de marzo se participó en el Primer Consejo Ejecutivo Mesa Nacional Sectorial Metalmecánica, que es operada por el SENA. En dicha sesión, se realizó un balance de las actividades realizadas en el 2025, así como la proyección para el 2026.<br><br>El día 24 de abril de 2026, se participó en sesión de Comité Astillero liderado por la Cámara Fedemetal de la Andi y presidido por Cotecmar.<br><br>El día 23 de junio se llevó a cabo la segunda sesión del CONSEJO DE LA MESA METALMECÁNICA DEL SENA. E<br><br>El día 9 de julio se participó en sesión de Comité Astillero liderado por la Cámara Fedemetal de la Andi y presidido por Cotecmar, fortaleciendo la articulación con actores estratégicos del sector naval para impulsar oportunidades de proveeduría, certificación e internacionalización.<br><br>Asimismo del 15 al 17 de julio se participó en el XI Congreso Nacional de Iniciativas Clúster en Duitama, fortaleciendo el relacionamiento institucional y el intercambio de buenas prácticas para la competitividad de la iniciativa clúster.<br><br>Algunos logros e impactos:<br><br>El clúster metalmecánico quedó seleccionado como Presidente del Consejo para el periodo 2026 de la Mesa Nacional Sectorial Metalmecánica, esto permitirá ser más asertivo con las necesidades de los empresarios y la oferta del Sena en temas de formación y certificación de competencias.<br><br>A partir de la participación en los comités astilleros se logró, articulación y alineación para participar en Navalia 2026 con un pabellón Colombia, gestión con Procolombia para la consecución de citas en el marco de Navalia, articulación con Innpulsa para misión a Korea para el intercambio de conocimientos en el tema astillero, | 100% |

| CLÚSTER | ACTIVIDAD | META | CUMPLIMIENTO E IMPACTO | % |
|---|---|---|---|---|
| | | | participación en programa de entrenamiento a empresarios y misión B2B a Alemania, Articulación con Islas Canarias para formación en soldadura, visita de nuevo almirante de Cotecmar para junio o julio de este año, validación de requerimientos técnicos de proveeduría para Cotecmar y demás astilleros que participan en el comité. | |
| | Participación en calidad de expositores en un evento especializado del Clúster nacional o internacional (Ejemplo Navalia en España, FIB en Bogotá).<br><br>El recurso se utilizaría para alquiler del espacio, adecuación del stand, material promocional y/o gastos de viaje para apoyo en la participación | Mínimo 1 evento especializado del Clúster nacional o internacional en el que se participa como expositor<br><br>Se medirá de la siguiente manera:<br>Planeación del evento y contrataciones previas (20%)<br>Convocatoria de beneficiarios (10%)<br>Preparación de los beneficiarios (20%)<br>Ejecución del evento (40%)<br>Informe (10%) | Del 19 al 21 de mayo, una delegación colombiana participó en NAVALIA – International Shipbuilding Exhibition, realizada en Vigo, España, uno de los escenarios más importantes de la industria marítima y naval en Europa. La participación permitió fortalecer relaciones estratégicas y generar conexiones con actores clave del sector marítimo no solo de España, sino también de distintos países de la Unión Europea. En su décima edición, NAVALIA superó los 22.000 visitantes profesionales y reunió a 602 expositores, consolidándose como la principal feria naval de España y una de las más relevantes de Europa, con cifras históricas de participación empresarial y asistencia especializada.<br><br>Igualmente, se viene avanzando con la vinculación a la FERIA INTERNACIONAL INDUSTRIAL DE BOGOTÁ - FIB que se realizará en Corferias en el mes de septiembre, se realizó la contratación del stand. | 100% |
| **MARKETING** | Realización de mínimo 1 evento especializado, dirigido al sector de servicios de marketing, con la participación de mínimo 40 asistentes. | Mínimo 40 asistentes<br><br>Se medirá de la siguiente manera:<br>Planeación del evento y contrataciones previas (30%)<br>Convocatoria de beneficiarios (10%)<br>Ejecución del evento (50%)<br>Informe (10%) | Se cambió la fecha para el 7 de octubre, debido a lo ocurrido en Manizales el 10 de agosto, esto con el fin de revisar temas de tendencias y tecnología que puedan estar más enfocados en el sector | 40% |
| **LÁCTEOS** | Estrategia de innovación para las iniciativas clúster - InnovaClúster | Mínimo 5 empresas desarrollan nuevos productos y/o mejoras significativas a productos existente (con base al mercado y tendencias)<br><br>Se medirá de la siguiente manera: | El día 18 de junio se dio inicio a la primera sesión del bootcamp Innovalácteos, adicionalmente se planeó una sesión virtual nivelatoria el 22 de junio ya que en la fecha de inicio algunas empresas inscritas manifestaron dificultades de agenda para asistir.<br><br>El día 24 de junio se realizó la segunda sesión del bootcamp del programa, donde los empresarios tuvieron la oportunidad de | 50% |

| CLÚSTER | ACTIVIDAD | META | CUMPLIMIENTO E IMPACTO | % |
|---|---|---|---|---|
| | | Planeación del programa (20%)<br>Convocatoria de beneficiarios (10%)<br>Ejecución del programa (60%)<br>Informe (10%) | compartir experiencias, priorizar sus ideas y socializarlas con el grupo y la consultora.<br><br>El día 26 de junio se dio inicio a las mentorías<br><br>El 6 de julio se realizó reunión con Neurocity y la consultora que acompaña el programa para realizar la revisión del perfil y selección de los cinco proyectos que continúan y que se apoyarán para el desarrollo de prototipos, las empresas seleccionadas de acuerdo a diferentes criterios evaluados como potencial innovador 25%, solución 25%, clientes 20%, impactó 15%, viabilidad 15% fueron las siguientes:<br><br>1. Coolagro:<br>2. Productos Lácteos de San Félix S.A.S.<br>3. Magic Food Supplies<br>4. Comercializadora lácteos del otun sas<br>5. Lecampo<br><br>Se viene avanzando con las cinco empresas en el acompañamiento uno a uno con una mentora y se encuentran trabajando en la bitácora de implementación de cada uno de los proyectos. | |
| **CAFÉ** | Estrategia de innovación para las iniciativas clúster - InnovaClúster | Mínimo 5 empresas desarrollan nuevos productos y/o mejoras significativas a productos existente (con base al mercado y tendencias)<br><br>Se medirá de la siguiente manera:<br>Planeación del evento y contrataciones previas (20%)<br>Convocatoria de beneficiarios (10%)<br>Ejecución del programa y desarrollo de prototipos (60%, que se divide en 40% del acompañamiento grupal e individual y 20% del uso de la bolsa de recursos)<br>Informe (10%) | - 1er Taller de la 2da fase del proyecto de innovación del Cluster de Café 2026, dirigido por nuestro Consultor en Innovación, Andrés Felipe Martínez, con una duración de tres horas y realizado de manera presencial. Contó con la participación de nuestras seis empresas beneficiarias del Cluster de Café, quienes recibieron una nivelación en términos generales sobre prototipado.<br><br>-Se llevó a cabo el 2do Taller de la 2da fase del proyecto de innovación del Cluster de Café 2026, dirigido por nuestro Consultor en Innovación, Andrés Felipe Martínez, con una duración de tres horas y realizado de manera presencial. Se contó con la participación de nuestras empresas beneficiarias del Cluster de Café,cada uno pudo desarrollar mejor su matriz de innovación.<br><br>-Se realizaron los 6 encuentros individuales en modalidad virtual con cada uno de los empresarios beneficiarios, en los cuales se ajustaron las fichas de los prototipos y se definieron las matrices para su ejecución.<br><br>En total se realizarán 5 sesiones, de las cuales serán 2 sesiones grupales y alrededor 3 reuniones individuales para cada empresa (18 individuales). Se han realizado: | 80% |

| CLÚSTER | ACTIVIDAD | META | CUMPLIMIENTO E IMPACTO | % |
|---|---|---|---|---|
| | | | Durante el periodo que abarca el Informe 07, se adelantaron 2 jornadas de seguimiento presencial: el día 20 de agosto, contando con la participación de Abba Café, Café Molina y Café Tradición; Asimismo, el 21 de agosto se sostuvo un encuentro con Colmountain con el fin de verificar el estado del prototipado y definir la hoja de ruta para las siguientes etapas del proceso.<br><br>Respecto al cronograma establecido para este componente (2 sesiones grupales y 18 asesorías individuales), a la fecha de corte del presente informe se han cumplido con éxito las 2 jornadas colectivas y se registra un avance acumulado de 5 mentorías individuales con el grupo de beneficiarios.<br><br>**Café Molina:** Actualmente se adelanta el ensamble del prototipo, restando únicamente la adaptación del motor y la instalación de la tolva. El objetivo central de esta mejora técnica es garantizar el control de una temperatura homogénea de 50 grados, evitando así la pérdida de las propiedades organolépticas del grano.<br><br>**Colmountain:** En el marco del proceso de prototipado, se avanza en la sofisticación del empaque a través de la inclusión de la tabla nutricional y un código QR que permite el relacionamiento con el consumidor. Asimismo, se gestiona la utilización de materiales sostenibles y la actualización de la imagen gráfica, con el fin de potenciar el valor agregado y la competitividad de la marca en el mercado.<br><br>**Café Tradición:** En el marco del proceso de prototipado, la empresa avanza en la creación de una bebida fría, para lo cual ha gestionado la adquisición de maquinaria especializada orientada a la nivelación del perfil de taza y la extensión de la vida útil del producto. Actualmente, se adelanta un ejercicio técnico de estandarización de los niveles de oxígeno, con el propósito de garantizar la estabilidad físico-química y la durabilidad de la bebida.<br><br>**Café Abba Café:** En el marco del proceso de prototipado, la organización adelanta la adquisición de grano de alta calidad para la elaboración de la bebida tipo cold brew. Actualmente, se ejecutan análisis técnicos de proveeduría y se adelantan ejercicios de validación de empaques y perfiles de taza, con el fin de optimizar la propuesta de valor y asegurar la estandarización del producto final. | |
| **MODA MANIZALE** | Estrategia de activación comercial para el clúster de confección y moda de | 4 empresas<br><br>Se medirá de la siguiente | Del 28 al 30 de julio de 2026, se participó en el evento, como se ha mencionado anteriormente en calidad de expositores con las 4 | 100% |

| CLÚSTER | ACTIVIDAD | META | CUMPLIMIENTO E IMPACTO | % |
|---|---|---|---|---|
| S | Manizales | manera:<br>Convocatoria de beneficiarios (20%)<br>Planeación del evento y contrataciones previas (50%)<br>Ejecución del evento (20%)<br>Informe (10%) | empresas de Manizales. Durante el evento, las empresas tuvieron la posibilidad de mostrar todo su potencial, además de tener citas de negocios con compradores internacionales.<br><br>La participación en la feria generó un volumen de interacciones altamente positivo y proyecciones de ingresos muy sólidas para las marcas del clúster.<br><br>● Citas de negocios desarrolladas: 87 citas.<br>● Prospectos comerciales generados: 167 prospectos.<br>● Nuevos clientes consolidados: 968 clientes.<br>● Ventas inmediatas (Cierre en feria): $26.400.000 COP.<br>● Expectativas de venta a futuro: $210.000.000 COP.<br><br>Las empresas manifestaron un profundo agradecimiento. Destacan que la feria fue una "experiencia increíble" que permitió abrir nuevos mercados, demostrar que las marcas locales pueden competir a gran escala y lograr un crecimiento comercial exponencial. | |
| | Evento sobre gestión del talento | Mínimo 1 evento realizado<br><br>Se medirá de la siguiente manera:<br>Selección asesor(10%)<br>Diseño del programa (20%)<br>Convocatoria de beneficiarios (10%)<br>Ejecución del evento (50%)<br>Informe de resultados (10%) | Se realizó convocatoria para la búsqueda y selección del capacitador para el proceso, diseño del taller y de la metodología, diseño de piezas y estrategia de difusión y convocatoria. El día 15 de mayo de 2026, se llevó a cabo el taller, con la asistencia de 18 personas (13 empresas) | 100% |

**TRANSVER**
**SAL**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Participación en ferias nacionales y eventos comerciales | Mínimo 3 eventos en los que se participa<br>Mínimo 20 asistentes | Evento 1: En el marco del Café Fest Manizales, se apoyó a 8 empresas del clúster de café quienes participaron como expositoras, en su estrategia digital con la vinculación de una influencer quien les apoyó a generar tráfico y mayo visibilidad de sus marcas. Resultados: Satisfacción general: 9.38 / 10. Nivel de recomendación: 9.5 / 10. Citas de Negocios Realizadas: 37. Prospectos Comerciales Generados: 30. Nuevos Clientes Captados: 98. Ventas Inmediatas Totales: $15,200,000. Expectativas de Venta a Futuro: $45,800,000.<br><br>Evento 2: del 21 al 24 de mayo, se participó en calidad de asistentes en la Feria de las 2 Ruedas, con 6 empresas del clúster metalmecánico. Resultados: Citas de negocios que se desarrollaron: 25. Prospectos comerciales se pudieron generar: 21. Nuevos clientes: 14. Valor aproximado de expectativas de venta: 200 millones de pesos. Valor aproximado de ventas inmediatas: 80 millones 250 mil pesos<br><br>Evento 3: 4 empresarios del segmento de impresos del clúster de marketing participaron como visitantes en Expografitech, que se desarrolló el 7 y 8 de mayo en Barranquilla, con el objetivo de fortalecer sus redes comerciales, establecer contactos estratégicos y conocer las últimas tendencias tecnológicas. Resultados: Reporte de Ventas: $30.000.000. Expectativas de Ventas: $200.000.000. Citas de Negocios: 20 citas. Prospectos Comerciales: 11 prospectos. Consecución de Nuevos Clientes: 2 nuevos clientes. Nuevos Proveedores: 12 nuevos proveedores<br><br>Evento 4: En el mes de mayo, se participó con 6 empresas del clúster de marketing en el IAB DAY 2026 en Bogotá. Resultados: Citas de negocios: 16. Expectativas de ventas: $20,000,000. Prospectos comerciales: 9. Reporte de ventas: $2,500,000. Consecución de nuevos clientes: 2.<br><br>Evento 5: Del 9 al 12 de junio en Corferias Bogotá se participó con empresas de los clústeres de lácteos y metalmecánico en ALIMENTEC. En total participaron 10 empresas de ambos clústeres. Resultados: Expectativas de ventas generadas: $499.200.000. Reporte de ventas efectivas: $5.000.000. Prospectos comerciales consolidados: 71. Citas de negocios realizadas: 49. Logro de nuevos clientes: 10.<br><br>Evento 6: Del 8 al 10 de julio en Plaza Mayor de Medellín, teniendo en cuenta la importancia del 12 Congreso Internacional de la industria Láctea, que se realiza en Colombia de manera anual, sumado al 18 Congreso Panamericano de la Leche que se realiza en diferentes países y que este año fue en Colombia, se participó en el Congreso de Asoleche con 3 empresarios del clúster lácteo. Resultados: Empresas participantes registradas: 3. Expectativas de ventas | 100% |

| CLÚSTER | ACTIVIDAD | META | CUMPLIMIENTO E IMPACTO | % |
|---|---|---|---|---|
| | | | generadas: $50.000.000. Prospectos comerciales consolidados: 3. Citas de negocios realizadas: 4. Logro de nuevos clientes: 4. | |
| | Evento interclúster - Tipo Enlazados | Mínimo 4 proyectos conjuntos y/o prototipos<br><br>Se medirá de la siguiente manera:<br>Diseño del programa (30%)<br>Convocatoria de beneficiarios (10%)<br>Ejecución del programa (50%)<br>Informe de resultados (10%) | El día 23 de julio, se realizó el taller grupal de la estrategia de sofisticación e innovación interclúster ENLAZADOS, para los clústeres de café, turismo y marketing, con una asistencia de 35 personas.<br><br>En total, participaron 10 proyectos, de los cuales fueron seleccionados 4 para el desarrollo de sus respectivos prototipos.<br>El 24 de agosto se realizó una reunión en Neuro City con las empresas y equipos seleccionados, con el propósito de socializar el manual financiero, explicar las condiciones para la ejecución de los recursos y presentar los pasos a seguir durante esta nueva etapa. Asimismo, se informó a las empresas sobre la posibilidad de reformular y fortalecer sus proyectos, buscando que las iniciativas puedan aportar de manera más directa a la reactivación económica de la ciudad. | 50% |

# SECRETARÍA DE TIC Y COMPETITIVIDAD- ALCALDÍA DE MANIZALES

**PROGRAMA O PROYECTO:**

| NOMBRES Y APELLIDOS | TIPO DE DOCUMENTO | NUMERO DEL DOCUMENTO | GÉNERO (Masculino-Femenino- No Binario) | Nombre del emprendimiento o empresa | NIT | Dirección | ZONA URBANA | COMUNA | BARRIO | ZONA RURAL | CORREGIMIENTO | VEREDA | Teléfono de contacto fijo o móvil | Correo electrónico | Edad (en años) | ¿Hace parte de la comunidad LGTBI? | Es cabeza de familia | ¿Hace parte de alguno de los siguientes grupos poblacionales? | ¿Presenta algún hecho victimizante? | CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Juliana Hernández | CC | 1053785031 | Femenino | ALEJANDRO GARCIA QUINTE | 10537966220 | Carrera 20 # 48 c 03 | URBANA | La Estación | San Jorge | | | | 3136132034 | gfgasesorias@gmail.com | 38 | NO | SI | Ninguno | NO | No |
| GABRIEL PULGARIN BETANCURH | CC | 10279873 | Masculino | Universidad de Manizales | 890806001 | Cra 20B 58A 01 casa 51 | URBANA | Palogrande | Los rosales | | | | 3175668919 | gpulgarin@umanizales.edu.co | | NO | SI | Ninguno | NO | No |
| Andrés | CC | 75100890 | Masculino | JARDIN SPECIALTY COFFEE S | 9014824261 | VEREDA CARTAGENA, FINCA EL JARDIN | | | | | | cartagena | 3103634921 | cafeespecial.jardin@gm | 44 | NO | SI | Ninguno | NO | No |
| MAURICIO ANDRES DUQUE M | CC | 75064980 | Masculino | DULCE MISTERIO S.A.S. BIC | 9014038638 | KM 6,5 VIA PUENTE RIO TAPIAS | | | | | | PAN DE AZUCAR | 3164020326 | mauricio.duque@dulcer | 54 | NO | NO | Ninguno | NO | No |
| Isabella Castellanos | TI | 1126825793 | Femenino | ALTOS DEL TIO CONEJO S.A.S | 9005452168 | CARRERA 23BIS NR074-12 | URBANA | Palogrande | Milan | | | | 3147895573 | ichascastellanos@gmail | 16 | NO | NO | Ninguno | NO | No |
| Alejandro García Quintero | CC | 1053796622 | Masculino | ALEJANDRO GARCIA QUINTE | 10537966220 | Carrera 20 # 48 c 03 | URBANA | La Estación | San Jorge | | | | 3013844999 | alejandrogarcia719@ou | 36 | NO | SI | Ninguno | NO | No |
| LAURA BANESA MESA CASTRO | CC | 1053813821 | Femenino | Cafe Colmountain | 901109113 | Cra 23 # 56-25 | URBANA | Palogrande | Los rosales | | | | 3113899405 | ceo@gmail.com | 30 | NO | NO | Ninguno | NO | No |
| Luis Aleiandro Garzón Correa | CC | 1053871685 | Masculino | DANIEL HOYOS GOMEZ | 10538713528 | calle 67a#28b 37 | URBANA | Palogrande | Palermo | | | | 3186906439 | luis.garzonc29@gmail.c | 26 | NO | NO | Ninguno | NO | No |
| Daniel Hoyos Gómez | CC | 1053871352 | Masculino | DANIEL HOYOS GOMEZ | 10538713528 | calle 67a#28b 37 | URBANA | Palogrande | Palermo | | | | 3186417204 | holayosoymanizales@gi | 26 | NO | NO | Ninguno | NO | No |
| Leonel cardona | CC | 80231644 | Masculino | CLAUDIA PATRICIA NARANJ | 302391908 | cr 24 # 3c-20 | URBANA | Atardeceres | Alcazares | | | | 3114204082 | cardonapulgarinfernand | 45 | NO | NO | Ninguno | NO | No |
| CARMENZA BERNAL VILLEGAS | CC | 30326024 | Femenino | CAFÉ KUMANDAY S.A.S | 9018682602 | Parque Industrial Juanchito | URBANA | Tesorito | Malteria | | | | 3127304754 | carmenza@cafekumand | 53 | NO | NO | Ninguno | NO | No |
| David Molina | CC | 75097098 | Masculino | DAVID MOLINA GOMEZ | 750970980 | Km 10 via al Magdalena Bodega 3 | URBANA | Tesorito | Malteria | | | | 3116353048 | davmolina8@hotmail.co | 45 | NO | NO | Ninguno | NO | No |
| Alejandro | CC | 1053800797 | Masculino | COLONOS CREATIVO S.A.S. | 9013403721 | Cl76a 21 41 | URBANA | Palogrande | Milan | | | | 3217926529 | colonos.estudiocreativo | 36 | NO | SI | Ninguno | NO | No |
| Hiliana Arias Restrepo | CC | 30291074 | Femenino | viajes y turismo zathama | 30291074 | Manzana 6 casa 47 la quinta la linda | URBANA | Atardeceres | la linda | | | | 3113075219 | guiandesadventurescolc | 61 | NO | SI | Ninguno | NO | No |
| Maria Camila Arteaga | CC | 1053870637 | Femenino | FRESCOS DE COLOMBIA COL | 8001606820 | Carrera 1 35 13 | | | villamaria | | | | 3218309397 | colfreshcoffee@gmail.c | 26 | NO | SI | Ninguno | NO | No |
| Guillermo felipe Gómez | CC | 1053838336 | Masculino | PUEBLA DISEÑO Y PUBLICID | 9005258701 | Calle 27 # 19 - 38 | URBANA | San_José | Centro | | | | 3207565713 | pueblacreativa@gmail.c | 32 | NO | SI | Ninguno | NO | No |
| Nicolás Navarro | CC | 75078986 | Masculino | My SEO Company | 900489574 | Cra 20 Bis # 65 A 101 | URBANA | Palogrande | Laureles | | | | 3004410097 | nicolas@myseocompany.co | | NO | SI | Ninguno | NO | No |
| Carlos Andrés Silva Giraldo | CC | 75107921 | Masculino | CAFE TRADICION CON DENO | 9007006513 | Cuchilla de Los santa finca san luis | | | | | | Cuchilla de los santa finca san luis | 3113091380 | cafetradicionco@gmail. | 40 | NO | SI | Afrocolombiano | NO | No |
| Laura Paez | CC | 52410114 | Femenino | EL DARLING COLECTIVO S.A. | 9017980304 | Condominio San sebastian casa 6 | URBANA | | Chinchina | | | | 3122582491 | paez@eldarlingcolectivo | 45 | NO | NO | Ninguno | NO | No |
| Jorge Petitt | CC | 79913071 | Masculino | EL DARLING COLECTIVO S.A. | 9017980304 | Condominio San sebastian casa 6 | URBANA | | chinchina | | | | 3245589256 | petitt@eldarlingcolectiv | 45 | NO | NO | Ninguno | NO | No |
| Leidy Beatriz Montes Castañeda | CC | 1053818266 | Femenino | luisafcc | 1053818266 | carerra 6A # 11-65 | URBANA | | pereira /Centro | | | | 3006599666 | lbmontesc@gmail.com | 33 | NO | NO | Ninguno | NO | No |
| Adriana mejia Bermudez | CC | 30391126 | Femenino | Universidad de caldas | 30391126 | Clle 70# 16A30 Apto 703 bloque 1 Edificio | URBANA | Ecoturistico_Cerro_de_Oro | Alta suiza | | | | 3108941865 | dir_mercadeo@umaniz | 49 | NO | NO | Ninguno | NO | No |
| Juan Pablo Salazar Aristizabal | CC | 16075886 | Masculino | JUAN PABLO SALAZAR ARIST | 160758869 | Calle 31 # 20-20 Edificio Forcarey piso 2 | URBANA | Cumanday | Centro | | | | 3216071816 | conexiontravel2505@gr | 43 | NO | SI | Ninguno | NO | No |
| Simon cortes | CC | 1007233422 | Masculino | KUMANDAY | 1007233422 | av Alberto Mendoza #87-02 casa 9 | URBANA | Tesorito | san marcel | | | | 3136338510 | simoncirtesg2000@gmi | 26 | NO | NO | Ninguno | NINGUNO | No |
| Mateo Moreno Cendales | CC | 1053835318 | Masculino | ELKIN MATEO MORENO CEN | 10538353184 | calle 67 31 a 82 | URBANA | Universitaria | Fatima | | | | 3007832892 | andesmzls@gmail.com | 31 | NO | NO | Ninguno | NINGUNO | No |
| Martin Bermúdez Zapata | CC | 10268299 | Masculino | MARTIN ALBEIRO BERMUDE | 102682992 | crr 19 a 4a# 3-13 portal los alcazares | URBANA | Atardeceres | Alcazares | | | | 3207833798 | gpsdaventuraagencia@g | 60 | NO | NO | Afrocolombiano | NINGUNO | No |
| FELIPE RINCON CARDENAS | CC | 75105901 | Masculino | Café la federica | | pan de azucar neira | | | | | | PAN DE AZUCAR | 3007072294 | pipe96@hotmail.com | 40 | NO | NO | Ninguno | NINGUNO | No |
| Jonathan Quintero Castaño | CC | 75104815 | Masculino | Ecohotel la juanita | 98516208 | Cuchilla de Los santa | | | | | | cuchilla de los santa | 3117719774 | jquinte17@hotmail.com | 41 | NO | SI | Ninguno | NINGUNO | No |
| Abraham Calvo | CC | 1053782833 | Masculino | Abraham David Calvo Rodrig | 10537828333 | Calle 69 28 D 32 | URBANA | Palogrande | palermo | | | | 3168587335 | gerencia@abrahamcalvo.co | | NO | SI | Ninguno | NINGUNO | No |
| GLORIA ESTELLA ZULUAGA RAMÍREZ | CC | 24869297 | Femenino | GLORIA ESTELLA ZULUAGA R | 248692978 | Cra 23# 52 112 | URBANA | La_Estación | versalles | | | | 3148146033 | megacolormanizales@g | 45 | NO | NO | Ninguno | NINGUNO | No |
| WILMAR IVAN ARIAS SALAMANCA | CC | 80114207 | Masculino | WILMAR IVAN ARIAS SALAM | 801142079 | cr 23 75 a 140 | URBANA | Palogrande | Milan | | | | 3174444404 | viajesduna@gmail.com | 44 | NO | SI | Ninguno | NINGUNO | No |
| Yorlady Montes | CC | 24436270 | Femenino | JOHN FREDY RAMIREZ GIRA | 161388839 | CRA 23 32-24 | URBANA | Cumanday | Centro | | | | 3234617978 | proyectosmillonarios@g | 48 | NO | NO | Ninguno | NINGUNO | No |
| Paola Cristancho | CC | 30396103 | Femenino | PAOLA ANDREA CRISTANCH | 303961039 | Carrera 24 # 57 - 45 | URBANA | Palogrande | la estrella | | | | 3113334647 | pcristanchogomez@gm | 50 | NO | NO | Ninguno | NINGUNO | No |
| Felipe González Villada | CC | 75098912 | Masculino | LIANA S.A.S. | 9014852441 | calle 71 No 4-71 | | | Villamaria | | | | 3107781840 | felipe.gonzalez@lianast | 44 | NO | SI | Ninguno | NINGUNO | No |
| Laura Andrea Soto ortiz | CC | 1053788504 | Femenino | Ecohotel la juanita | 98516208 | Los cuchilla de los santa | | | | | | Los cuchillas de los santa | 3117719774 | ecohotellajuanita@gma | 37 | NO | SI | Ninguno | NINGUNO | No |
| David | CC | 1053791963 | Masculino | NATIVO DIGITAL AGENCIA S. | 9012553290 | Calle 85 # 25 120 | URBANA | Palogrande | | | | | 3007832927 | directormarketing@nat | 37 | NO | NO | Ninguno | NINGUNO | No |
| OLGA GRAJALES CARDONA | CC | 34000231 | Femenino | KUMANDAY ADVENTURES S. | 9008845854 | Calle 69a 27-81 | URBANA | Palogrande | | | | | 3154797070 | operaciones@kumanda | 46 | NO | NO | Ninguno | NINGUNO | No |
| Ana María Busi Quijano | CC | 1062277590 | Femenino | HACIENDA EL ROSARIO S.A | 9001091755 | La pavas | | | | | | El rosario | 3206737571 | anabusi@hotmail.com | 40 | NO | SI | Ninguno | NINGUNO | No |
| Jonathan Casallas Gonzalez | CC | 1053814305 | Masculino | EDITORIAL LA PATRIA S.A. | 8908002349 | Carrera 20 46-35 | URBANA | La Estación | | | | | 3105341452 | unidad.digital@lapatria | 34 | NO | NO | Ninguno | NINGUNO | No |

"Autorizo el tratamiento de mis datos personales de conformidad con la Política de Privacidad y Tratamiento de Datos Personales de la Alcaldía de Manizales.
enlace:https://manizales.gov.co/transparencia-y-acceso-informacion-publica/politicas/politicas-y-condiciones/politica-de-privacidad-y-tratamiento-de-datos-personales/
Política de Privacidad y Tratamiento de Datos Personales.
"El ciudadano acepta y autoriza de manera expresa e irrevocable a la ALCALDÍA DE MANIZALES, incluyendo a terceros con quien esta tiene suscritos convenios con propósitos de Ley, la recolección y tratamiento de datos de carácter personal y reservado relacionados con la prestación, gestión, administración, personalización, comunicación, actualización y mejora de los trámites, bienes y servicios de la ALCALDÍA DE MANIZALES, así como la consulta, búsqueda, recolección y uso en cualquier tiempo para realizar los trámites internos y externos a que se refieran a los bienes y servicios ofrecidos por la ALCALDÍA DE MANIZALES. La información obtenida solo será usada para efectos propios de la ALCALDIA DE MANIZALES y su disposición final se hará de acuerdo con las Tablas de Retención Documental de la Entidad. El manual de políticas y procedimiento de protección de datos vigente, se encuentra publicado en la página web de la Alcaldía de Manizales www.manizales.gov.co."

Comuníquese con la Alcaldía al Teléfono conmutador:+57(606) 892 80 00, a la línea gratuita +57 (018000) 968 988 ó por medio de la página web www.manizales.gov.co

# INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN Y ANÁLISIS INICIATIVAS

## REQUISITOS MÍNIMOS

1. Asistencia en el evento central del 23 de julio en NeuroCity
2. El equipo está integrado por diferentes clústeres
3. Presentación de Pitch durante el evento central
4. Entrega puntual del perfilamiento del proyecto

## CALIFICACIÓN

Califique de 1 a 5. Siendo 1 No cumple en ningún sentido con el criterio y 5 Cumple satisfactoriamente con el criterio a partir del análisis correspondiente:

| | |
|---|---|
| No cumple en ningún sentido con el criterio | - |
| Cumple mìnimamente con el criterio | 1 |
| Cumple parcialmente con el criterio | 2 |
| Cumple medianamente con el criterio | 3 |
| Cumple en gran medida con el criterio | 4 |
| Cumple satisfactoriamente con el criterio | 5 |

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

| Criterios | Concepto Específico | Ponderación* |
|---|---|---|
| **Potencial Innovador** | Es la capacidad de la idea para generar valor a través de la introducción de algo nuevo o significativamente mejorado, ya sea en productos, servicios, procesos o modelos de negocio. Implica entender cómo la innovación puede diferenciar tu propuesta en el mercado, resolver problemas de manera más efectiva, o crear nuevas oportunidades de negocio. | **25%** |
| **Solución** | Hace referencia al producto o servicio que se plantea desarrollar y que dará solución a los problemas/necesidades del segmento de mercado identificado. | **25%** |
| **Clientes** | Se refiere a la identificación del segmento de clientes o grupo específico de personas o empresas dentro del mercado más amplio que tienen necesidades, características, comportamientos o preferencias similares. Es el conjunto de consumidores que comparten ciertos atributos o características que me permiten ofrecerles productos, servicios o experiencias de manera más personalizada y efectiva. | **20%** |
| **Impacto** | Se refiere a los efectos o resultados que el desarrollo del proyecto tiene sobre su entorno, que pueden ser tanto positivos como negativos, permite entender cómo contribuye a las metas establecidas y qué resultados genera en términos de valor, sostenibilidad y cambio. Dependiendo del tipo de proyecto, el impacto puede ser en diversas áreas: económico, social, ambiental, cultural, entre otros. | **15%** |
| **Viabilidad** | Capacidad para llevar a cabo el proyecto, se refiere a la posibilidad de que sea exitoso, teniendo en cuenta diferentes factores que afectan su desarrollo, ejecución y resultados. | **15%** |
| **Total** | | **100%** |

| No. Equipo | Participantes | Cédula | Empresa | Nit | ¿A qué clúster pertenece según inscripción? | Está en Cami Events | Comentarios |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Nicolás Navarro Rincón | 75078986 | My SEO Company | 900489574 | Marketing | Sí | |
| 1 | Laura Vanesa Castro | 1053813821 | Café ColMountain | 1053813821-3 | Café | Sí | En el pensamiento hubo confusión con el diligenciamiento pero se confirmó esta persona como la integrante |
| 1 | Juan Pablo Salazar Aristizabal | 16075886 | Conexión Travel | Sin datos | Turismo | Sí | |
| 1 | Laura Paez | 52410114 | El Darling Academy | 901798030-1 | Marketing | Sí | |
| 2 | Leonel Fernando Cardona | 80231644 | Mystery coffee | 30239190-8 | Café | Sí | |
| 2 | Jorge Petitt | 79913071 | El Darling Academy | 901798030-4 | Marketing | Sí | |
| 2 | Wilmar Iván Arias Salamanca | 80114207 | Viajes Duna | 80114207-9□ | Turismo | Sí | |
| 2 | Guillermo Felipe Gómez E | 1053838336 | Puebla Kreativa | 900525870-1 | Marketing | Sí | |
| 3 | Leidy Beatriz Montes Castañeda | 1053818266 | Infini idiomas | 1053818266-8 | Marketing | Sí | |
| 3 | Diana Lucía Hernández Castaño | 30391972 | Colfresh coffee | 800160682-0 | Café | No | No esta inscrita en CAMI Events, se diligencio el cluster en el seguimiento |
| 3 | Ricardo Adrián Ossa Duque | 75105151 | Paralelo taller de diseño | Sin datos | Marketing | No | No esta inscrita en CAMI Events, se diligencio el cluster en el seguimiento |
| 3 | Jonathan Quintero Castaño | 75104815 | Eco Hotel la Juanita | 98516208 | Turismo | Sí | |
| 4 | Alejandro Garcia | 1053796622 | Abba café | 1053796622 | Café | Sí | El numero del grupo (4) se asigno por descartes, segun las hojas diligenciadas |
| 4 | Laura Andrea Soto Ortiz | 1053788504 | Ecohotel la Juanita | 98516208 | Turismo | Sí | |
| 4 | David Cardona franco | 1053791963 | Nativo digital agencia | 901255329-0□ | Marketing | Sí | |
| 5 | Felipe González | 75098912 | Liana | 901244485 | Marketing | Sí | |
| 5 | Carlos Andres Silva Giraldo | 75107921 | Café Tradición | 900700651 | Café | Sí | |
| 5 | Paola Cristancho | 30396103 | Paola Cristancho | 30396103-9 | Turismo | Sí | |
| 6 | Adriana Mejía B | 30391126 | Universidad de Manizales | 890.806.001-7 | Marketing | Sí | |
| 6 | Olga Grajales | 34000231 | Kumanday | 900884585-4 | Turismo | Sí | |
| 6 | Abraham Calvo | 1053782833 | Magic food suply | 1053782833-7□ | Marketing | Sí | |
| 7 | David Molina | 75097098 | Café Molina | 75097098-0 | Café | Sí | Solo dos integrantes en el grupo 7, falto Turismo pero hubo personas que se fueron durante el evento |
| 7 | Jonathan Casallas González | 1053814305 | La Patria | 890800234 | Marketing | Sí | |
| 8 | GABRIEL PULGARÍN BETAMCURH | 10279873 | U universidad de manizales | 890806001-7 | Marketing | Sí | |
| 8 | Simón Cortés González | 100 7233422 | café de altura rojo pasión | 100 72 33 422- 1 | Café | Sí | |
| 8 | Ana María Busi Quijano | 1062 277 590 | hacienda El Rosario | 900109175-5 | Turismo | Sí | |
| 9 | Gloria Estella Zuluaga | 24869297 | Impresos Megacolot | 24869297-8 | Marketing | Sí | |
| 9 | Isabella Castellanos | 1126825793 | Café tio conejo | 900545216-8 | Café | Sí | |
| 9 | **Carmenza Bernal Villegas** | 30326024 | cafe cumanday sas | 901868260-2 | Café | Sí | |
| 9 | Martín Bermúdez Zapata | 10268299 | GPS D'AVENTURA AGENCIA DE | 10268299 | Turismo | Sí | |
| 10 | Mateo Moreno | 1053835318 | Andes col | 1053835318 | Turismo | Sí | |
| 10 | Hiliana Arias | 30291074 | Guiandes Adventures colombia | 30291074 | Turismo | Sí | |
| 10 | Alejandro Serna | 1053800797 | Colonos creativo | 901340372-1 | Marketing | Sí | |
| 10 | Mauricio duque | 75064980 | 75064980 | 901403863-8 | Café | Sí | |

| No. Equipo | Breve descripción de la idea | ¿Asistieron al Evento Central? Si=1 - No=0 | ¿El equipo está integrado por los tres clúster? Si=1 - No=0 | ¿Presentaron el Pitch durante el evento? Si=1 - No=0 | ¿Presentaron el Perfil del Proyecto antes del lunes 27 de julio? Si=1 - No=0 | Puntuación de Requisitos Mínimos | ¿Cumple Requisitos mínimos para ser evaluados? 3=Sí - <3=No | COMENTARIOS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | "Por los Caminos Caldenses es un piloto de inteligencia art | 1 | 1 | 1 | 1 | **4** | Sí | Aunque hay cuatro personas registrada en este grupo, no queda claro si hay una duplicidad de inscrios o si efectivamente, hay otra persona. Además, si hay nueva persona, se desconoce cuál es clúster |
| 2 | Unificar la información y servicios que tienen cada empres | 1 | 1 | 1 | 1 | **4** | Sí | |
| 3 | Visibilidad de los sectores de turismo, café y marketing. D | ? | ? | 1 | 1 | **2** | NO | Faltan dos personas inscritas en CAMI Events, por lo que se desconoce si acudieron al evento y a qué clúster pertenece, se cree que representates de todos los clúster pero con dudas |
| 4 | Muchos extranjeros cuando vienen a la ciudad, no saben q | 1 | 1 | 1 | 1 | **4** | Sí | |
| 5 | Posicionamiento regional y reconocimiento de productos y | 1 | 1 | 1 | 1 | **4** | Sí | |
| 6 | Sentar las bases de las capacidades de los actores de los | 1 | 0 | 1 | 1 | **3** | Sí | Este grupo no tiene integrante del clúster Café, aunque algunas personas se fueron antes de finalizar el evento y antes del perfilamiento del provecto |
| 7 | SEMANA DE LA CONFIANZA MANIZALES - Consiste en disp | 1 | 0 | 1 | 1 | **3** | Sí | Este grupo no tiene integrante del clúster Turismo, aunque algunas personas se fueron antes de finalizar el evento y antes del perfilamiento del provecto |
| 8 | Alcanzar la sostenibilidad a través de la formación y la cre | 1 | 1 | 1 | 1 | **4** | Sí | |
| 9 | Crear conciencia en los gremios de consumir productos de | 1 | 1 | 1 | 1 | **4** | Sí | |
| 10 | Falta de conectividad intersectorial para crear proyectos eficientes. | 1 | 1 | 1 | 1 | **4** | Sí | |

| No. Equipo | Breve descripción de la Idea | Potencial innovador 25% | Solución 25% | Clientes 20% | Impacto 15% | Viabilidad 15% | PUNTAJE PARCIAL CLÚSTER | COMENTARIOS FINALES |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Por los Caminos Cafeteros es un piloto de inteligencia artificial que busca conectar empresas de turismo, café, gastronomía, alojamiento y experiencias de Caldas en una red digital de conocimiento compartido.<br><br>La solución se desarrollará sobre AnCRM, una plataforma [illegible] | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 52 | Ya existen varias plataformas similares en el mercado, por lo cual se entraria a competir con muchas otras que incluso son de Manizales |
| 2 | [illegible] empresa de los closter en Manizales por medio de un directorio físico o digital para poder nos olo utilizar estos servicios que son desconocidos para muchos si no también ayudar a ser un voz a voz de cada uno. Por qué hasta el momento no tenemos un directorio donde [illegible] | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 73 | Networking, y de ahi sale el portafolio, reformular evento |
| 3 | Visibilidad de los sectores de turismo, café y marketing. Dinamizar con herramientas tecnológicas y de marketing los servicios y productos de la ciudad de Manizales | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 40 | Este proyecto se puede fusionar con el equipo 7. |
| 4 | Muchos extranjeros cuando vienen a la ciudad, no saben que hacer! Herramienta desarrollada con la ayuda de la inteligencia artificial que conecte las actividades lugares y experiencias de la ciudad de diferentes sectores. | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 74 | |
| 5 | Posicionamiento regional y reconocimiento de productos y servicios. Travel Máster. Posicionamiento articulado de la región. con experiencias gastronómicas, turísticas, hoteleras, transporte. | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 91 | fucionar con el 7 o que se complementen, continuidad |
| 6 | [illegible] cluster y palancar una marca de ciudad involucrando empresas ancla que tengan un posicionamiento en el tiempo conservando las virtudes y valores del comerciante de turismo y cafe manizaleño. Articular un Ecosistema de Valor Agregado estructurado en 3 pilares interconectados: Empresas Ancla, Empresas del cluster y canva para determinar desde la Co-creacion: 1 Fortalecimiento de [illegible] | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 71 | CONTINUIDAD DEL 2 |
| 7 | SEMANA DE LA CONFIANZA MANIZALES - Consiste en disponer de una semana donde los empresarios que se sumen ponen en descuentos sus productos o servicios (hotel, gastronomía , experiencia , etc) con el fin de incentivar la visita de la ciudad y potenciar el comercio local . | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 91 | ok |
| 8 | Alcanzar la sostenibilidad a través de la formación y la creación de alianzas estratégicas empresa/gobierno. Allá manejo de un bootcam o estrategia para gestionar posibles soluciones dentro de un cluster interdisciplinario [illegible] | 2 | 1 | 2 | 2 | 4 | 41 | |
| 9 | Crear conciencia en los gremios de consumir productos de la región de buena calidad. Campañas publicitarias para dar a conocer los productos de calidad de la región | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 46 | |
| 10 | Falta de conectividad intersectorial para crear proyectos eficientes. Crear una plataforma que integre las necesidades de diferentes servicios para un proyecto de los 3 sectores | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 68 | Este proyecto puede ser la continuidad del proyecto 2. |
| | 0 | | | | | | | |

0
1
2
3
4
5

| No. Equipo | Breve descripción de la Idea | Potencial innovador 25% | Solución 25% | Clientes 20% | Impacto 15% | Viabilidad 15% | PUNTAJE PARCIAL NEURO | COMENTARIOS FINALES |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Por los Caminos Cafeteros es un piloto de inteligencia artificial que busca conectar empresas de turismo, café, gastronomía, alojamiento y experiencias de Caldas en una red digital de conocimiento compartido.<br><br>La solución se desarrollará sobre AriCRM, una plataforma tecnológica ya existente. En la primera fase, un grupo reducido de empresarios se vinculará escaneando un código QR, se registrará en la plataforma y podrá conectar su canal de WhatsApp, previa autorización. | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 72 | Son los únicos en presuntar presupuesto. Se apoyaron de la IA para redactar el proyecto. Se debe revisar la viabilidad en el marco del programa. |
| 2 | Unificar la información y servicios que tienen cada empresa de los closter en Manizales por medio de un directorio físico o digital para poder nos olo utilizar estos servicios que son desconocidos para muchos si no también ayudar a ser un voz a voz de cada uno. Por qué hasta el momento no tenemos un directorio donde podamos ver no solo las empresas si no los servicios que ofrecen las empresas . | 3 | 4 | 2 | 3 | 5 | 67 | El proyecto requiere estructura, pero es viable realizar un plataforma tipo quehacer.co Sin embargo, no es clara la solución y se debe revisar bien la administración. Faltó mejor redacción para calificar |
| 3 | Visibilidad de los sectores de turismo, café y marketing. Dinamizar con herramientas tecnológicas y de marketing los servicios y productos de la ciudad de Manizales | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 47 | Parecido al grupo 2 pero con más detalle para promocionar la solución. mejor estrategia para llegar a clientes. Similar a quehacer.co, sin embargo, no es idea innovadora y genera dudas la sostenibilidad a largo plazo |
| 4 | Muchos extranjeros cuando vienen a la ciudad, no saben que hacer! Herramienta desarrollada con la ayuda de la inteligencia artificial que conecte las actividades lugares y experiencias de la ciudad de diferentes sectores. | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 78 | Similar a grupo 2 y 3 . Faltó acotar más el proyecto para identificar el impacto pero se sobre entiende la idea. Los clientes qudaron muy general. |
| 5 | Posicionamiento regional y reconocimiento de productos y servicios, Travel Máster. Posicionamiento articulado de la región, con experiencias gastronómicas, turísticas, hoteleras, transporte. | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 67 | No es claro el producto final (web, campaña, etc). Se deducen acciones a partir del nombre (travel máster) pero el perfilamiento le faltó profundidad |
| 6 | Sentar las bases de las capacidades de los actores de los cluster y palancar una marca de ciudad involucrando empresas ancla que tengan un posicionamiento en el tiempo conservando las virtudes y valores del comerciante de turismo y cafe manizaleño. Articular un Ecosistema de Valor Agregado estructurado en 3 pilares interconectados: Empresas Ancla, Empresas del cluster y canva para determinar desde la Co-creacion: 1 Fortalecimiento de capacidades 2. Palancar la marca de ciudad | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 55 | No es claro el producto final. Un participante es beneficiario en InnovaLácteos |
| 7 | SEMANA DE LA CONFIANZA MANIZALES - Consiste en disponer de una semana donde los empresarios que se sumen ponen en descuentos sus productos o servicios (hotel, gastronomía , experiencia , etc) con el fin de incentivar la visita de la ciudad y potenciar el comercio local . | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 91 | Es el más diferencial de las propuestas, con un perfilamiento claro, con potencial de crecimiento y un nombre con potencial de posicionamiento. Los supuestos son válidos y requiere minimazar riesgos de aceptación. Se evidenica un mayor impacto que tiene un mejor impacto frente a otras soluciones. Fu ela favorita del público por mucho |
| 8 | Alcanzar la sostenibilidad a través de la formación y la creación de alianzas estratégicas empresalgobierno. Allá manejo de un bootcam o estrategia para gestionar posibles soluciones dentro de un cluster interdisciplinario de empresas | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 59 | Parece una breve descripción rápida del interclúster. Es amplio los uuarios o clientes y no es claro el producto final. Faltó profundidad para lograr mejor la evaluación |
| 9 | Crear conciencia en los gremios de consumir productos de la región de buena calidad. Campañas publicitarias para dar a conocer los productos de calidad de la región | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 87 | Interesante propuesta, con diferencial frente a otras propuestas. Se enuncia una dependencia del gobierno y proponen que el programa financie capacitaciones, lo cual se debe evaluar. Se evidenica un mayor impacto que tiene un mejor impacto frente a otras soluciones |
| 10 | Falta de conectividad intersectorial para crear proyectos eficientes. Crear una plataforma que integre las necesidades de diferentes servicios para un proyecto de los 3 sectores | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 63 | Es una landing page. Para conectar necesiades entre los diferentes actores de los clúster? Si percibe un riesgo de falta de articularidad de los actores por no tener una cabeza clara, depende de la buena voluntad de los [illegible] |

0
1
2
3
4
5

| No. Equipo | Breve descripción de la Idea | Evaluación Clúster | Evaluación Neurocity | Puntos del Favorito del público | PUNTAJE TOTAL | Supera el 80% | ESTADO (28/07/2026) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | "Por los Caminos Caldenses es un piloto de inteligencia artificial que busca conectar empresas de turismo, café, gastronomía, alojamiento y experiencias de Caldas en una red digital de conocimiento compartido.<br><br>La solución se desarrollará sobre AriCRM, una plataforma tecnológica ya existente. En la primera fase, un grupo reducido de empresarios se vinculará escaneando un código QR, se registrará en la plataforma y podrá conectar su canal de WhatsApp, previa autorización.<br><br>El sistema analizará las conversaciones comerciales para | 52 | 72 | 14 | 76 | NO | No seleccionada |
| 2 | Unificar la información y servicios que tienen cada empresa de los closter en Manizales por medio de un directorio físico o digital para poder nos olo utilizar estos servicios que son desconocidos para muchos si no también ayudar a ser un voz a voz de cada uno. Por qué hasta el momento no tenemos un directorio donde podamos ver no solo las empresas si no los servicios que ofrecen las empresas . | 73 | 67 | 19 | 89 | Sí | Seleccionada |
| 3 | Visibilidad de los sectores de turismo, café y marketing. Dinamizar con herramientas tecnológicas y de marketing los servicios y productos de la ciudad de Manizales | 40 | 47 | 35 | 79 | NO | No seleccionada |
| 4 | Muchos extranjeros cuando vienen a la ciudad, no saben que hacer! Herramienta desarrollada con la ayuda de la inteligencia artificial que conecte las actividades lugares y experiencias de la ciudad de diferentes sectores. | 74 | 78 | 4 | 80 | Sí | Seleccionada |
| 5 | Posicionamiento regional y reconocimiento de productos y servicios. Travel Máster. Posicionamiento articulado de la región, con experiencias gastronómicas, turísticas, hoteleras, transporte. | 91 | 67 | 0 | 79 | NO | No seleccionada |
| 6 | Sentar las bases de las capacidades de los actores de los cluster y palancar una marca de ciudad involucrando empresas ancla que tengan un posicionamiento en el tiempo conservando las virtudes y valores del comerciante | 71 | 55 | 15 | 78 | NO | No seleccionada |
| 7 | SEMANA DE LA CONFIANZA MANIZALES - Consiste en disponer de una semana donde los empresarios que se sumen ponen en descuentos sus productos o servicios (hotel, gastronomía , experiencia , etc) con el fin de incentivar la visita de la ciudad y potenciar el comercio local . | 91 | 91 | 39 | 130 | Sí | Seleccionada |
| 8 | Alcanzar la sostenibilidad a través de la formación y la creación de alianzas estratégicas empresa\gobierno. Allá manejo de un bootcam o estrategia para gestionar posibles soluciones dentro de un cluster interdisciplinario de empresas | 41 | 59 | 16 | 66 | NO | No seleccionada |
| 9 | Crear conciencia en los gremios de consumir productos de la región de buena calidad. Campañas publicitarias para dar a conocer los productos de calidad de la región | 46 | 87 | 5 | 72 | NO | No seleccionada |
| 10 | Falta de conectividad intersectorial para crear proyectos eficientes. Crear una plataforma que integre las necesidades de diferentes servicios para un proyecto de los 3 sectores | 68 | 63 | 17 | 83 | Sí | Seleccionada |

| No. Equipo | Breve descripción de la Idea | PUNTAJE TOTAL | COMENTARIOS FINALES | Link Perfiles del proyecto |
|---|---|---|---|---|
| 7 | SEMANA DE LA CONFIANZA MANIZALES - Consiste en disponer de una semana donde los empresarios que se sumen ponen en descuentos sus productos o servicios (hotel, gastronomía , experiencia , etc) con el fin de incentivar la visita de la ciudad y potenciar el comercio local . | 130 | Se puede unir con el equipo No. 5, quienes proponen el Travel Máster o complemenarse si lo desean. El grupo 7 sólo tiene 2 integrantes | https://docs.google.com/document/d/1SAZ1TVZMlyKPyfsgLOtNtsieGzvno-Uc?rtpof=true&usp=drive_fs |
| 2 | Unificar la información y servicios que tienen cada empresa de los closter en Manizales por medio de un directorio físico o digital para poder nos olo utilizar estos servicios que son desconocidos para muchos si no también ayudar a ser un voz a voz | 89 | Se puede modificar el proyecto para realizar el networking. y durante el evento, el grupo 10 puede crear "Base de datos" o portafolio. | https://docs.google.com/document/d/1UCw8lT1myGrnPUrcqIKQoWFQfSk6kIE5?rtpof=true&usp=drive_fs |
| 10 | Falta de conectividad intersectorial para crear proyectos eficientes. Crear una plataforma que integre las necesidades de diferentes servicios para un proyecto de los 3 sectores | 83 | Proponen una Landing page, también mencionaron la marca ciudad pero se puede re enfocar. | https://docs.google.com/document/d/1sysj4bzpwvb-JpI0quTsW7qzKY31yV-Q?rtpof=true&usp=drive_fs |
| 4 | Muchos extranjeros cuando vienen a la ciudad, no saben que hacer! Herramienta desarrollada con la ayuda de la inteligencia artificial que conecte las actividades lugares y experiencias de la ciudad de diferentes sectores | 80 | Mantiene similitudes al grupo 2. Potenciar diferenciador durante las mentorías | https://docs.google.com/document/d/1HuJNbMV_TlKLtNyp8BptSLBqKvTo-sQS?rtpof=true&usp=drive_fs |

Manizales, agosto 13 de 2026

El suscrito Revisor Fiscal de la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas, con el fin de acreditar el cumplimiento de lo dispuesto en el Art. 50 de la ley 789 del 27 de diciembre de 2002.

**CERTIFICA QUE:**

La Cámara de Comercio de Manizales por caldas, identificada con el Nit 890.801.042-6, ha dado cumplimiento oportuno y completo al pago de los aportes parafiscales y al sistema de seguridad social integral correspondientes a los seis meses anteriores a la fecha de expedición de este documento.

Atentamente,

**EIDER LEANDRO RODRIGUEZ VALENCIA**
Revisor Fiscal en Representación
De NBA Asesores S.A.S
CC.No.75.066.192
T.P.48172-T