SEGUNDO INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO DE ASOCIACIÓN SUSCRITO ENTRE LA GOBERNACIÓN DE CALDAS Y FENALCO CALDAS

CO1.PCCNTR.9211979 Periodo de informe: 03 de Marzo al 08 de Abril de 2026

SEGUNDO INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO DE ASOCIACIÓN SUSCRITO ENTRE LA GOBERNACIÓN DE CALDAS Y FENALCO CALDAS

No CO1.PCCNTR. 92119796

Periodo de informe: 03 de marzo al 08 de Abril de 2026

Para dar cumplimiento a la obligación de FENALCO CALDAS como ejecutor del convenio de asociación No CO1.PCCNTR. 92119796 – número de convenio 29012026-0889, se presenta el primer informe con el cumplimiento de actividades.

	ASPECTO	**META (PRODUCTO ENTREGABLE)**
Resultado No. 1	Implementar un proceso de inscripción permanente y actualización de información de los productores y empresarios vinculados a la estrategia Origen Caldas.	**Producto** -1 herramienta y proceso de inscripción permanente y Actualización de información para la estrategia Origen Caldas.

Resultado No. 2	Definir y aplicar criterios técnicos para seleccionar empresarios con potencial de comercialización y realizar diagnóstico empresarial y administrativo de los nuevos vinculados a Origen Caldas, con el fin de brindar acompañamiento acorde a sus necesidades.	**Producto** - 1 documento de criterios técnicos para la selección de empresarios con potencial de Comercialización. - Evaluar por lo menos cada trimestre los empresarios inscritos en la estrategia Origen Caldas aplicando los criterios definidos. - 35 diagnósticos implementados por empresarios. - Elaborar 35 informes de diagnóstico con recomendaciones de acompañamiento individualizado.
Resultado No. 3	Formar Productores, empresarios y emprendedores en BPM y manipulación de alimentos.	**Producto** -70 productores, emprendedores en BPM y manipulación de alimentos. - 70 certificados.
Resultado No. 4	Realizar la revisión y evaluación de los emprendedores inscritos en la estrategia origen caldas, con el fin de seleccionar a los empresarios con mayor potencial para la	**Producto** - 1 documento de criterios de evaluación técnica, comercial y normativo. - 1 listado consolidado de

	comercialización de sus productos o mercados nacionales e internacionales, de acuerdo con criterios técnicos, comerciales y normativos establecidos.	empresarios seleccionados.
Resultado No. 5	Otorgar una licencia de comercialización Origen Caldas a aquellos que cumplan con los requisitos definidos, como mecanismo de habilitación para su participación de dichos mercados.	- 1 procedimiento formal para el otorgamiento de la licencia de comercialización Origen Caldas - Evaluar al menos 30 empresarios postulados para la obtención de la licencia - Consolidar 1 registro oficial de empresarios habilitados con licencia vigente.

Resultado No. 6	Desarrollar un proceso de fortalecimiento empresarial especializado, dirigido a los empresarios habilitados con la licencia de comercialización Origen Caldas, mediante acciones de formación y acompañamiento en marketing global, inglés para los negocios, requisitos de rotulado internacional, preparación y participación de ruedas de negocios, cumplimiento de normatividad y certificación FDA, logística exportadora y gestión de cooperación internacional, con el propósito de fortalecer sus capacidades para la inserción, consolidación y permanencia en mercado nacionales e internacionales.	- 1 plan integral de fortalecimiento empresarial especializado para empresarios con licencia Origen Caldas - 70 empresarios fortalecidos
Resultado No. 7	Realizar seguimiento a los planes de mejoramiento establecidos de etiqueta y rotulado, BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) empresarios intervenidos en cohortes anteriores.	- Seguimiento a 35 empresarios de cohortes anteriores con planes de mejoramientos vigentes - Elaborar 35 informes individuales de seguimiento y – 1 informe consolidado de resultados

Resultado No. 8	Fortalecer las capacidades empresariales y comerciales de los actores de los sectores de agroturismo, artesanías y salud y belleza, mediante procesos de acompañamiento, formación y asistencia técnica orientados a mejorar su competitividad, sostenibilidad y posicionamiento de mercado.	- 1 informe consolidado de resultados y avances de fortalecimiento sectorial
Resultado No. 9	Desarrollar y ejecutar plan de comunicaciones y promoción.	- Plan de comunicaciones ejecutado

OBJETO

IMPULSAR LOS PROCESOS DE FORMACIÓN EMPRESARIAL, LA FORMALIZACIÓN DE EMPRENDEDORES DE LA ESTARTEGIA DE ORIGEN CALDAS, MEDIANTE CAPACITACIÓN Y ACOMPAÑAMIENTO Y SEGUIMIENTO A SUS EMPRENDIMIENTOS Y EMPRESAS DANDO CUMPLIEMIENTO A LA POLÍTICA PÚBLICA DE DESARROLLO LOCAL CON IDENTIDAD TERRITORIAL ORIGEN CALDAS.

PROPÓSITO Y RESULTADOS

CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES

Actividades del Resultado 1:

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	% de cumpl.
Definir y aplicar criterios técnicos para seleccionar empresarios con potencial de comercialización y realizar diagnóstico empresarial y administrativo de los nuevos vinculados a Origen Caldas, con el fin de brindar acompañamiento acorde a sus necesidades.	Se presenta plan de trabajo y cronograma para ejecución del proyecto: **Anexo 1. Plan de Trabajo y Cronograma** En el mes de marzo se realizó reunión con el coordinador de la estrategia Origen Caldas juan Carlos Grisales, con el objetivo de socializar los formularios de inscripción a Origen Caldas, ya presentados, de la reunión surge la solicitud de algunos cambios con el fin de optimizar la herramienta para nuevos vinculados , haciéndola mas condensada y sencilla de diligenciar, se socializan también algunos términos de referencia para cada sector para la inscripción permanente. Queda pendiente la aprobación de los nuevos formulario con los cambios propuestos.	**100%**

Los términos de referencia para cada sector quedan con los siguientes requisitos comunes por **Sector Agroindustrial , café**:

1. Rut
2. Materia prima sea del departamento de Caldas
3. Cumplimiento de mínimos de etiqueta y rotulado
4. Promedio de ventas anual de mínimo $10.000.000 millones de pesos .
2. Productores y transformadores desde la finca

Particular:

Sector Artesanías

1. Artesanías autóctona del departamento de Caldas que represente saberes ancestrales, culturales y tradiciones de la región.
2. La materia prima de las artesanías es del departamento de Caldas, utilizando materiales como arte indígena, artesanías tradicionales del departamento, artesanías elaboradas a partir de semillas, bejucos, cueros, maderas, cortezas, desechos naturales de plantas y cosecha, fibras naturales y artesanías de reciclaje.

Sector Salud y Belleza

2. Materia prima de los productos salud y belleza sea del departamento de

Sector Agroturismo

1.Ubicación en el departamento de Caldas

2.RNT- Registro Nacional de Turismo

	También se actualiza el cronograma del proyecto que está en el anexo 2. **Anexo 2. Términos de Referencia por cada sector Link de Inscripción :** **Sector Café: https://forms.gle/E6KajCGphTPVKyfRA** **Sector Salud y Belleza:** **https://forms.gle/vNfD67YPEtMaXdBJ7** **Sector Agroindustrial:** https://forms.gle/KdKuKdKMHLjcQzvh9 **Sector Agroturismo:** **https://forms.gle/6EvhLNWqBoijbiWK8** **Sector Artesanías:** **https://forms.gle/xv2Uf7QYy362ZZEh9** INSCRIPCIÓN : SECTOR AGROTURISMO 2026 **TERMINOS DE REFERENCIA** **SECTOR AGROTURISMO** En el sector de agroturismo se incluyen diversos actores, principalmente los propietarios de fincas y granjas que ofrecen alojamiento y experiencias relacionadas con la agricultura y la vida rural. Además, también se encuentran involucradas las empresas que brindan servicios complementarios como restaurantes, agencias de viajes que promocionan estas experiencias, y en algunos casos, los guías turísticos que acompañan a los visitantes.	

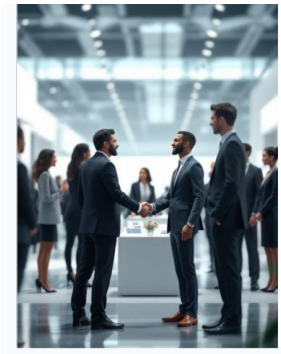
Actividades Del Resultado 3: Formar Productores, empresarios y emprendedores en BPM y manipulación de alimentos.

ACTIVIDAD	DESCRIPCION	% de cumpl.
Convocatoria para formación 10 Horas BPM	Se definió el contenido de la formación con la empresa BPM así: Sesión 1: Buenas Prácticas de higiene y manipulación segura de los alimentos. Peligros alimentarios, tipos de contaminación, enfermedades transmitidas por alimentos y su prevención Sesión 2. Condiciones estructurales y de instalaciones en establecimientos alimentarios Recepción, identificación, trazabilidad y rotación de materias primas Sesión 3: Control de temperas críticas en la manipulación de alimentos. Plan de saneamiento Se realizó convocatoria para el primer grupo de formación con 35 inscritos Las fechas de formación son 9, 21 y 22 de abril.	**25%**

Actividades resultado 4: Realizar la revisión y evaluación de los emprendedores inscritos en la estrategia origen caldas, con el fin de seleccionar a los empresarios con mayor potencial para la comercialización de sus productos o mercados nacionales e internacionales, de acuerdo con criterios técnicos, comerciales y normativos establecidos.

ACTIVIDAD	DESCRIPCION	% de cumpl.
Contacto vía telefónica para seguimiento a empresarios	45 empresarios han sido contactados verificando que sus emprendimientos se encuentran activos , manifestando que sus avances son mínimos en cuanto a legalización , por ello manifiestan que desean seguir aprendiendo en este tema y potencializar además su comercialización con la participación en ferias y demás actividades que les permita dar a conocer sus productos.	**5%**

Actividades del Resultado 6: Desarrollar un proceso de fortalecimiento empresarial especializado, dirigido a los empresarios habilitados con la licencia de comercialización Origen Caldas, mediante acciones de formación y acompañamiento en marketing global, inglés para los negocios, requisitos de rotulado internacional, preparación y participación de ruedas de negocios, cumplimiento de normatividad y certificación FDA, logística exportadora y gestión de cooperación internacional, con el propósito de fortalecer sus capacidades para la inserción, consolidación y permanencia en mercado nacionales e internacionales.

ACTIVIDAD	DESCRIPCION	% de cumpl.
Proceso formativo empresarios Etapa III	- Desarrollo de cronograma de formación y temática anexo 4. - El 25 de abril se llevó a cabo taller práctico para ferias internacionales, con la participación de 13 empresarios, "convence al mundo en 60 segundos" Global Sales Pitch. Elementos claves en Ingles para la construcción de pitch, orientado a la apertura de mercados globales , lo que facilita la comunicación con inversores, clientes y empleadores internacionales, brindando una ventaja competitiva. En este taller se motivó a los empresarios para desarrollar estrategias para aprovechar y captar la atención del cliente, teniendo en cuenta particularidades como la interculturalidad. Elementos (The hook, Problem, solution y CTA call to Action) teniendo en cuenta las palabras técnicas para dicha construcción, como mapa de ruta para su construcción. -  **Global Sales Pitch: Convence al mundo en 60 segundos** Taller práctico para ferias internacionales Viviana Molina Osorio -	16.7%





Ahora escribe tu pitch

1. **The Opening (El Saludo y Gancho)**

   Hello! Nice to meet you. I am _____, _____ at _____. We are a Colombian company specialized in _____ _____

2. **The Problem & Solution (El Problema y la Solución)**

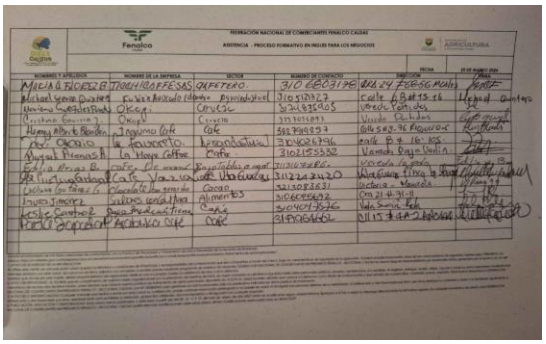
   "Many companies in your country struggle with _____, _____. At _____, we solve this by providing _____ that is _____

3. **The Value Proposition (¿Por qué nosotros?)**

   "What makes us unique is our_____, _____. We already work with clients in _____ and we want to expand our reach to your market."

4. **The Call to Action (El Cierre / Llamado a la acción)**

   "I would love to tell you more about how we can partner together. Do you have a business card? Or would you like to schedule a short meeting tomorrow?"



Actividades del Resultado 7: Realizar seguimiento a los planes de mejoramiento establecidos de etiqueta y rotulado, BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) a empresarios intervenidos en cohortes anteriores.

ACTIVIDAD	DESCRIPCION	% de cumpl.
Seguimiento a planes de mejoramiento de etiqueta, rotulado e Inspecciones Sanitarias (BPM) (Empresarios antiguos)	Basado en el informe técnico de la Ingeniera de Alimentos Adriana Paola Zapata Peralta para el periodo del 15 de marzo al 5 de abril de 2026, Anexo 3 , se presenta el estado de avance de la Obligación 7: 1. Resumen de Ejecución durante este periodo se reactivó el acompañamiento técnico a empresarios de cohortes anteriores (edición 2025), enfocándose en la formalización sanitaria y el cumplimiento normativo de etiquetado. Inspecciones Sanitarias (BPM): Se realizó 1 inspección sanitaria educativa in situ (empresa FREKA) para la readecuación de su planta bajo la NTC 2674 de 2013 . Planes de Mejoramiento de Etiqueta: Se elaboraron y entregaron 5 planes de mejoramiento específicos para: Café Vinasco Café Primaveral Café Monte Luna Café Alma Verde Café Freka Acompañamiento Virtual/Telefónico: Se brindó soporte a 8 empresarios antiguos para resolver dudas técnicas y programar nuevas visitas . 2. Hallazgos Críticos en el Seguimiento En las jornadas de socialización se identificaron incumplimientos recurrentes que los empresarios deben subsanar: • Inconsistencias en registros INVIMA y números de lote • Fechas de vencimiento incompletas y peso neto mal consignado • Falta de modos de preparación y conservación en etiquetas .	**25.7%**

Caso Especial: La empresa PANASAC presenta un retraso crítico, habiendo vencido sus plazos de entrega de mejoras sin reportar avances.

3. Próximos Pasos
Ejecutar visitas de verificación de compromisos en los próximos 60 días.
Priorizar jornadas de refuerzo en BPM para empresas con hallazgos repetitivos.
Gestionar con PANASAC la entrega inmediata de sus planes de mejora para habilitar el uso del sello Origen Caldas.











Actividades del Resultado 8: Fortalecer las capacidades empresariales y comerciales de los actores de los sectores de agroturismo, artesanías y salud y belleza, mediante procesos de acompañamiento, formación y asistencia técnica orientados a mejorar su competitividad, sostenibilidad y posicionamiento de mercado.

ACTIVIDAD	DESCRIPCION	% de cumpl.
Formación técnica y normativa (Sector Salud y Belleza):	En esta vigencia 2026 se busca dar apoyo y acompañamiento al sector salud y belleza a través de estas formaciones con el objetivo de cualificar los procesos en cosmetología, aseo y productos de higiene doméstica. La capacitación en normatividad sanitaria responde directamente a brechas críticas de formalización, reduciendo riesgos legales y fortaleciendo la calidad del servicio. ✓ Aporte clave: • mejora en cumplimiento regulatorio y confianza del mercado. • Implementar protocolos de bioseguridad, el uso de elementos desechables y la desinfección de herramientas aseguran la calidad del servicio, evitan sanciones legales y fortalecen la confianza. EN el alcance de este objetivo se realizó formación el día 18 de marzo, con la profesional Liseth Serje, química farmacéutica con 16 años de experiencia , tema normatividad sanitaria con asistencia de 19 empresarios 8 modalidad presencial y 11 virtual. Temática formativa : • Notificación Sanitaria Obligatoria (NSO)	**14.3%**

- Diferencia entre cosmético, medicamento y dispositivo médico
- Pros y contra de fabricar o maquilar productos
- Obligaciones frente al INVIMA
- Errores más comunes que cometen los emprendedores del sector.

Como estrategia de seguimiento se creó un grupo de whats App, con el fin de compartir material de formación, acompañamiento en algunos procesos como: contactos de maquilas para laboratorio e invitación a siguientes formaciones.

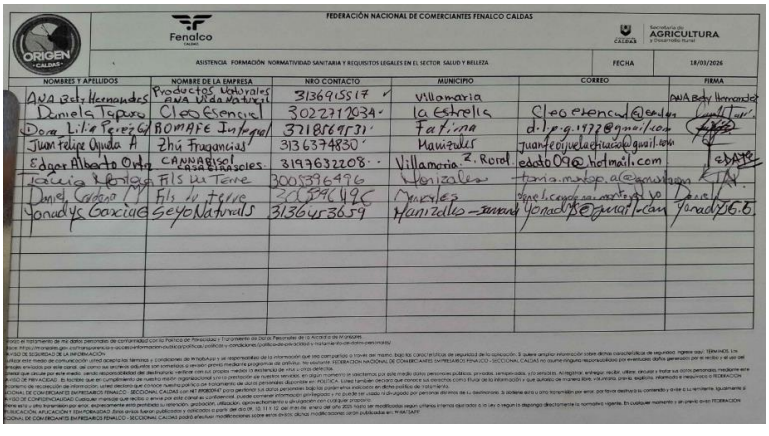






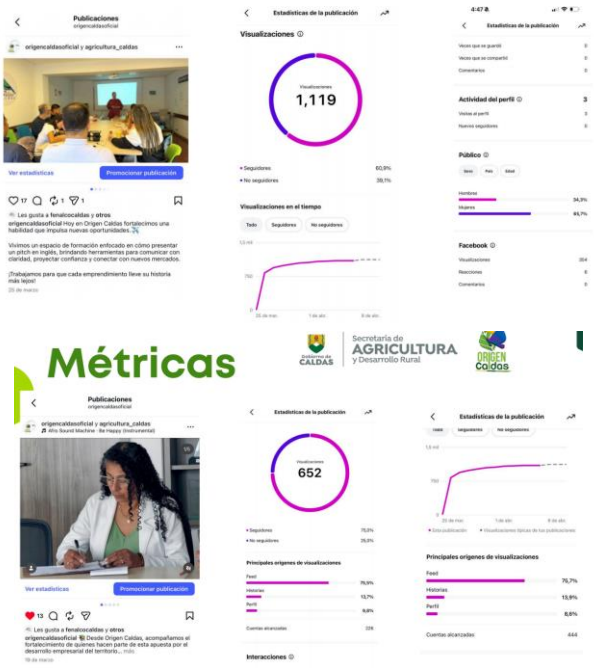


Florecencia	Neira caldas	Cristina Echeverry Rendon	24825729	Cristinaecheverryrendon@	3113805701
Tropia tienda artesanal	Manizales	Silvia Viviana Arias Cárdenas	24373318	viviarias50@gmail.com	3123767635
Olessa organic SAS	Caldas	Deysi mosquera Betancur	30398231	deisybeta13@gmail.com	3013370995
Conexión Natural	Marquetalia	Conexión Natural	1026264645	Diana.buitragol@cin.edu.c	3214789449
Virttuosa	Manizales	Sandra Caicedo	63394343	caicedoliliana226@gmail.	3113011593
Salud y belleza	Supia caldas	Medisol	43118860	Marisolpulgarin19@gmail.	314558860
Bertha Inés ladino	Riosucio	Laguna d l indio	30383339	berthaladino498@gmail.c	3104021682
Asociación campesina asome	Filadelfia	Mária Soledad Salazar Gonzal	24433616	marsosago2004@gmail.c	3108396815
Verde & natural	Viterbo	Carolina Orozco Jimenez	25248674	caroverdeynaturalartesana	3206893557
Alternativo	Marquetalia	Alternativo	1002596695	maduco1@gmail.com	3148157693
Productos Herbaluna	Chinchina	Luz Stella Tamayo Bedoya	30288434	luzella2363@gmail.com	3004114061



Actividades del Resultado 9: Desarrollar y ejecutar documento de plan de comunicaciones y promoción.

ACTIVIDAD	DESCRIPCION	% de cumpl.
Plan de Comunicaciones y Promoción	En el marco de la ejecución 2026, se evidencian avances significativos en el desarrollo e implementación del Plan de Comunicaciones y Promoción del programa, consolidando una transición de una comunicación reactiva a una comunicación estratégica y proactiva. **1. Diseño de la estrategia de comunicación** Durante el periodo se estructuró el **Plan Integral de Comunicaciones 2026**, el cual definió lineamientos claros para la gestión comunicativa. Entre los principales avances se destacan: Definición de **planes maestros** de contenido, manejo de crisis y pauta digital. Construcción de un enfoque estratégico basado en el **ciclo de valor**, articulando la comunicación interna y externa. Enfoque en la movilización de la comunidad empresarial, posicionando el "know-how" como diferencial del programa. **2. Ejecución de planes de comunicación y marketing digital,** Se implementaron acciones concretas orientadas a fortalecer la visibilidad y participación de los beneficiarios, Desarrollando propuestas a futuro de contenido estratégico como: (Cápsulas de éxito (videos cortos) , Citas de valor Historias tipo "Un día con un beneficiario") También se hizo activación de la comunicación interna para incentivar la participación en jornadas de fortalecimiento. Además se realizó proyección externa del impacto del programa mediante **reseñas de éxito**, fortaleciendo la reputación y validación del sello Origen Caldas. **3. Evaluación de impacto** Se avanzó en la implementación de herramientas de medición que permiten seguimiento y toma de decisiones: Puesta en marcha de un **Dashboard Digital** para monitoreo de indicadores (redes sociales, web y pauta). Implementación de **clipping de medios** para seguimiento de visibilidad y posicionamiento. Establecimiento de KPIs que garantizan trazabilidad y transparencia frente a la gobernación Métricas:	**30%**



Piezas informativas







Anexo 2. Diseño estrategia de comunicaciones, informe mensual y plan de comunicaciones.

De acuerdo con los resultados obtenidos, expuestos en el presente informe se lleva una ejecución de actividades del **24.1%.**

ETAPAS CONVENIO	% Ejecución
RESULTADO 1 – OBJETIVO 1	100%
RESULTADO 2 - OBJETIVO 2	0%
RESULTADO 3 – OBJETIVO 3	25%
RESULTADO 4 – OBJETIVO 4	5%
RESULTADO 5 – OBJETIVO 5	0%
RESULTADO 6 – OBJETIVO 6	16.7%
RESULTADO 7 – OBJETIVO 7	25.7%
RESULTADO 8 – OBJETIVO 8	14.3%
RESULTADO 9 – OBJETIVO 9	30%
PROMEDIO DE EJECUCIÓN	**24.1%**

_____

OSCAR VILLEGAS DUQUE
Director Ejecutivo
Fenalco Caldas