TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO DE ASOCIACIÓN SUSCRITO ENTRE LA GOBERNACIÓN DE CALDAS Y FENALCO CALDAS CO1.PCCNTR.9211979 Periodo de informe: 09 de Abril al 15 de Mayo 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: 09 de Abril al 15 de Mayo 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: Implementar un proceso de inscripción permanente y actualización de información de los productores y empresarios vinculados a la estrategia Origen Caldas.

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	% de cumpl.
Elaboración, socialización en mesa técnica y aprobación de formularios de inscripción, criterios y estrategia de difusión	Se culminó con éxito el diseño metodológico y el despliegue estratégico para la captación de nuevos beneficiarios, consolidando la ejecución total de esta obligación mediante las siguientes acciones: **Optimización de Instrumentos de Diagnóstico:** El 13 de abril se articuló una mesa de trabajo con la líder del área de comercialización del programa. Se evaluaron y reestructuraron los formularios de inscripción, integrando variables críticas que permiten identificar el potencial comercial real de los postulantes y sus necesidades administrativas específicas. **Validación Técnica e Intervención:** El 24 de abril, en las instalaciones de FENALCO, se sostuvo un comité técnico de planeación con el interventor del convenio, Dr. Juan Carlos Grisales. En esta sesión se validaron las modificaciones de las herramientas de diagnóstico, se aprobó la matriz de criterios de selección y se estructuró el cronograma de la convocatoria. **Estrategia de Difusión Institucional:** Se diseñó un plan de comunicación multimedia que incluyó el desarrollo de piezas gráficas informativas y un recurso audiovisual liderado por el Secretario de Agricultura (E), además de motivación con video de un integrante antiguo de origen Caldas. Estos insumos se difundieron masivamente a través de canales institucionales y medios de comunicación locales para garantizar la democratización del acceso al programa. **Apertura del Proceso:** Ante contingencias operativas imprevistas que fueron gestionadas oportunamente para salvaguardar la transparencia del proceso, la convocatoria oficial se reprogramó del 30 de abril al **6 de mayo**, fecha en la cual quedó formalmente activa y abierta al público. Anexo 2: Formularios	**100%**

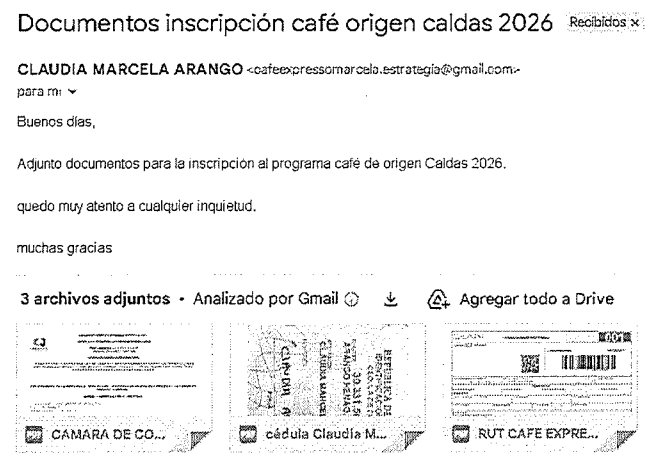
Actividades del resultado 2: Definir y aplicar criterios técnicos para seleccionar empresarios con potencial de comercialización y realizar diagnóstico empresarial y administrativo de los nuevos vinculados a Origen Caldas, con el fin de brindar acompañamiento acorde a sus necesidades.

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	% de cumpl.
Apertura convocatoria **Manejo y consulta de bases de datos** **Difusión convocatoria y** **Criterios de selección** **Recepción y revisión documentos y requisitos**	Estado Fase de captación activa. La convocatoria inició el 6 de mayo de 2026. Al corte de este informe (8 de mayo de 2026), se evidencia una respuesta positiva del tejido empresarial en las subregiones caldenses. A partir de la estrategia de difusión y la excelente receptividad de la Convocatoria Departamental Nuevos Emprendimientos 2026. Tras definir la matriz técnica de evaluación, se materializa este esfuerzo en un documento oficial avalado por el Secretario de Agricultura (e), Humberto Araque Salazar. Este documento fija un umbral mínimo de elegibilidad de 60 puntos para priorizar los negocios con mayor viabilidad comercial. Al corte del presente informe, la respuesta de nuestras comunidades rurales y urbanas es muy positiva, sumando un primer grupo de 26 empresarios inscritos que buscan crecer junto a la estrategia. El comportamiento de la participación sectorial se detalla a continuación: **Sector Agroindustrial**: 7 inscritos. Unidades enfocadas en la transformación de materias primas locales que dinamizan la economía base del departamento. **Sector Café:** 11 inscritos. Representa la mayor participación actual, evidenciando el compromiso de nuestros caficultores por dar valor agregado a sus cosechas. **Sector Artesanías:** 6 inscritos. Familias y creadores que preservan la identidad cultural caldense a partir de subproductos agropecuarios y fibras naturales. Sector Agroturismo: 2 inscritos. Emprendedores que abren las puertas de sus fincas para ofrecer	**25%**

experiencias vivenciales en nuestros entornos campesinos.

Sector Salud y Belleza: 0 inscritos (vigente en canales de difusión para captación de postulantes antes del cierre del proceso)

La convocatoria permanecerá abierta de forma democrática e inclusiva en las seis subregiones del departamento hasta el 30 de julio de 2026 . Se hará un primer corte y selección al 15 de junio y el segundo corte y selección al 30 de julio. Se reciben soportes digitales vía correo electrónico a origencaldas2024@gmail.com y whatsApp al 3157776014 para facilitar el acceso a los productores.


Documentos inscripción café origen caldas 2026 Recibidos ×

CLAUDIA MARCELA ARANGO <cafeexpressomarcela.estrategia@gmail.com>
para mí

Buenos días,

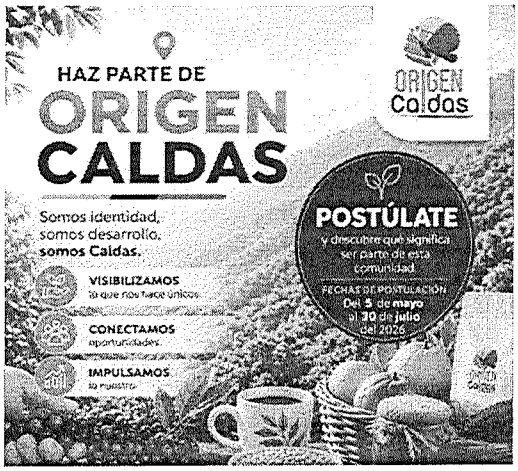
Adjunto documentos para la inscripción al programa café de origen Caldas 2026.

quedo muy atento a cualquier inquietud.

muchas gracias

3 archivos adjuntos • Analizado por Gmail Agregar todo a Drive

CAMARA DE CO... cédula Claudia M... RUT CAFE EXPRE...



Anexo 8: documentos inscritos 2026

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

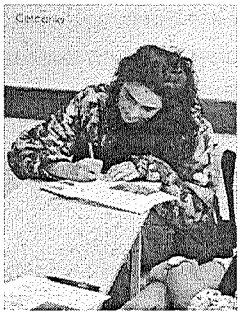
ACTIVIDAD	DESCRIPCION	% de cumpl.
Convocatoria para formación 10 Horas BPM	Se registró una preinscripción inicial de 46 unidades productivas. 31 iniciaron el proceso (67.4% de efectividad de convocatoria) y 29 empresarios se certificaron con éxito (93.5% de efectividad de culminación). Se presentó mediante Modalidad Híbrida, el proceso adaptó herramientas TIC para garantizar la continuidad empresarial, combinando asistencia presencial y virtual (Sesión 1: 31 presenciales, Sesión 2: 24 presenciales, 5 virtuales / Sesión 3: 25 presenciales, 4 virtuales). Se identificaron deserción y ausentismo parcial de dos empresas (*Nube café de altura* y *Café bar- Artesanías Lili*) debido a cruces de agenda con ferias comerciales regionales. Se programará su nivelación en futuras cohortes para proteger el indicador. Contenido de formación: La formación alinea a los empresarios rurales con la Resolución 2674 de 2013 del Ministerio de Salud de Colombia y la normatividad sanitaria vigente. **Sesión 1 (Abril 9): Fundamentos de Inocuidad y Salud Pública.** Participación de 31 empresarios presenciales. Se abordó la prevención de Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA), la concientización sobre peligros biológicos, físicos y químicos, y el control de calidad integral en la cadena de valor. **Sesión 2 (Abril 21): Infraestructura e Identificación de Procesos.** Participación de 29 empresarios (24 presenciales y 5 virtuales). Se transfirieron conocimientos técnicos sobre condiciones estructurales, flujos de diseño unidireccional para evitar la contaminación cruzada, recepción técnica de materias primas y sistemas de trazabilidad y loteado.	**50 %**

Sesión 3 (Abril 22): Control de Variables Críticas y Saneamiento. Participación de 29 empresarios (25 presenciales y 4 virtuales). Se dictaron directrices sobre la "zona de peligro" en temperaturas de almacenamiento/cocción, técnicas de enfriamiento rápido y la estructuración del Plan de Saneamiento Básico (L&D, Control de Plagas, Residuos Sólidos y Agua Potable) como prerrequisito del sistema HACCP.

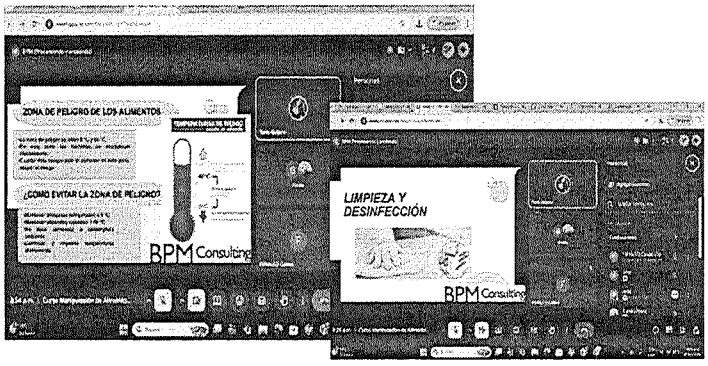
SOPORTE FOTOGRAFICO



EJERCICIO PRÁCTICO







Anexo 6: formación BPM

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	Con el firme compromiso de respaldar el crecimiento y la legalidad de nuestros productores caldenses, avanzamos con éxito en el proceso de auditoría, seguimiento y diagnóstico de las unidades productivas vinculadas al programa. Esta labor nos permite conocer de primera mano la realidad de los negocios, identificar sus avances en formalización y prepararlos para la obtención de la Licencia de Uso de la Marca por el término de un año, abriendo las puertas a vitrinas comerciales formales. Para este corte se consolidó el diagnóstico de **90 empresarios y emprendedores activos**, estructurado en dos fases de monitoreo: **Diagnóstico de Unidades Históricas (Vigencias 2024 - 2025)** Mediante la auditoría de los expedientes digitales y bases de caracterización del Drive Institucional, se contactaron **45 unidades productivas.** El diagnóstico arrojó un estado **100% ACTIVO**, evidenciando una gran resiliencia y el deseo latente de los empresarios por avanzar en sus trámites de legalización, registros sanitarios y destrezas comerciales: **Manizales (21):** Chevita, Arte Vegetal, Kiwa Cs, Freski, Café Granada, Crisan CS, Chocolates Mestiza, Café La Colonia, Café Matilde 1960, La Maye Coffee, Café la Paz de mi tierra, Nube Café de Altura, Crea con Mile, Cacao Dulce Artesanal, Dulcería (Gustavo R.), Dulcería (José D.), Delicias Myrluz, Cleo Esencial, Romafe Integral, Zhu Fragancias, Fildusterre, Seyo Naturals, Tropia, Olessa Organic SAS, Virtuosa.	**45 %**

	Villamaría (12): Accesorios Eloise, Coffe Grisales, Café Dacnis, Creaciones Lili, El Corozo Pastelería, Hojuelas Nana, Creaciones Belima-Platanitos, Productos naturales-Vida Natural, Cannabisol-Casa Girasoles. **Chinchiná (3):** Salterra (Yolanda R.), Salterra (Clemencia V.), Productos Herbaluna. **Supía (2):** Café Monte Luna, Delicias Clau. **Salamina (1):** Indio Ramírez Café. **Riosucio (1):** Laguna del Indio. **Filadelfia (1):** Asomedicannabis. **Viterbo (1):** Verde y Natural. **Neira (1):** Florescencia. **Monitoreo y Evaluación Mes de Abril** En paralelo, se ejecutó el seguimiento técnico a otras **45 empresas** del tejido agroindustrial y artesanal del departamento, consolidando información clave para su proyección a mercados nacionales: **Manizales (19):** Kawa tejidos y cuero, Lizagu, Chorizos con Altura, Café La Leonora, Maxiavena salpikumis, Fusión Avocado, Choquarte, Café de familia, Huizy, Café Angar, Azúcar Morena, Chevita salsas y conservas, Dulces María, La Favorita, Café Freka, Tajaditos, Arabika café, Tichi café SAS, Ingruma café, Chocolate don Gerardo. **Villamaría (7):** Goldebird, Muñecas en fibra natural, La turquesa, Café La Avanzante, Pura Avena, Arequipe Mío, Café de mamá. **Pácora (5):** San Diego Coffee, Café Pimana, Pácora Tours, Sabores de café y algo más, Café El porvenir. **Chinchiná (4):** Nutridonas, Eterno Placer, Cerveza Artesanal OKAPI, Café Los Molinos. **Riosucio (2):** Arte vid, Caligo. **La Dorada (2):** Retazos Tejidos artesanales, Bordando Con Paty. **Salamina (1):** Café El Tigre. **Marquetalia (1):** ArtemaQ. **Belalcázar (1):** Apiario Arango. **Pensilvania (1):** Productos naturales Curae. **Aguadas (1):** Enamor Arte. Este censo técnico demuestra la confianza de los empresarios en el proyecto Origen Caldas de la Secretaría	

de agricultura Gobernación de Caldas , convenio de fortalecimiento con FENALCO. La información recopilada sirve como insumo directo para la matriz de selección técnica. Los negocios que cumplan con los estándares normativos mínimos serán priorizados para las misiones comerciales y agendas de negocios del presente año, asegurando que la esencia de nuestro campo llegue cada vez más lejos.

SEGUIMIENTO MES ABRIL

1. Retazos Tejidos artesanales	Nancy Marroquin	La Dorada
2. Bordando Con Paty	Sandra Patricia pava	La Dorada
3. ArtemaQ	María Sorany Aguirre	Marquetalia
4. Goldebird	Catalina Diaz	Villamaría
5. Kawa, tejidos y cuero	Diana Marcela Sánchez	Manizales
6. Muñecas en fibra natural	Alba Lucia Arias	Villamaría
7. La turuquesa	Jessica Limas	Villamaría
8. Lizagu	Karol lizeth Mamian	Manizales
9. Chorizos con Altura	Leonardo Ramirez	Manizales
10. Café La Leonora	Daniel Castaño	Manizales
11.Cafe La Avanzante	María Nelsy Cardona	Villamaría
12.Nutridonas	Diana Marcela Vallejo	Chinchina
13.Maxiavena salpikumis	Jaime Restrepo	Manizales

Anexo 4: Informe formalización empresarial

Actividades resultado 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.

ACTIVIDAD	DESCRIPCION	% de cumpl.
Verificar alcance de requisitos y protocolo de Otorgamiento Sello Origen Caldas	En el marco del fortalecimiento competitivo del tejido empresarial del departamento, reportamos la entrega oficial de las licencias de uso de marca a los productores que alcanzaron los estándares exigidos. Tras un riguroso proceso de auditoría y acompañamiento, se consolidó el siguiente balance de ejecución: Durante el periodo evaluado del mes de abril se emitieron **4 aprobaciones y entregas oficiales del LOGO Origen Caldas.** El otorgamiento se sustentó en auditorías específicas de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) basadas en la NTC 2674 de 2013, Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y en la subsanación estricta de Planes de Mejoramiento de Etiquetado y Rotulado. Las empresas aprobadas demostraron cumplir con la normatividad sanitaria de inocuidad y la regulación de información al consumidor vigente (Resoluciones 5109 de 2005 y 810 de 2021). **Empresas con Concesión del Sello en este Periodo:** **Café Vinasco (Riosucio):** Evaluada mediante inspección sanitaria educativa, demostrando un alto nivel de cumplimiento en las etapas de poscosecha, beneficiado y secado de café pergamino bajo parámetros de BPA y BPM. Se autoriza formalmente el uso del logo en sus empaques comerciales. **Sales Salterra (Chinchiná):** Validación de su huerta productiva de albahaca y planta de empaque. Cumplió de manera rigurosa con las adecuaciones de infraestructura para el proceso de deshidratación y desvirtuó las no conformidades del diagnóstico de rotulado, obteniendo el derecho al uso de la marca. **Café Monte Luna R (Supía):** Subsanó satisfactoriamente los requerimientos de diseño de empaque, variables	**20 %**

obligatorias de etiqueta y parámetros higiénicos mínimos, logrando la habilitación de la licencia.

Café El Tigre (Salamina): Completó la transición técnica de sus procesos y el ajuste normativo de su presentación comercial, cerrando el ciclo de mejoramiento exigido para la adjudicación del sello.

Con la entrega de estas 4 insignias de origen, el programa habilita formalmente a estas marcas para ingresar a canales de comercialización por ello se informa a Elena , líder de la etapa de comercialización, para ser tenidos en cuenta también en ferias .
De esta manera, garantizamos al consumidor final que cada producto porta el sello del esfuerzo, la calidad técnica y el orgullo de nuestra tierra caldense.

ACTA DE ACOMPAÑAMIENTO PARA LOGO ORIGEN CALDAS EN LA EMPRESA CAFÉ VINASCO

Fecha:	16 de abril de 2026	Hora inicio:	3:00 PM
Medio:	ESCRITO	Hora fin:	3:30 PM
Tema:	***Acompañamiento para entrega de logo ORIGEN CALDAS***	Ciudad:	Riosucio
Objetivo:	Realizar acompañamiento en rotulado y etiquetado de CAFÉ VINASCO y obtener logo para portarlo responsablemente.		
Plazo Estimado:	NO APLICA		

PARTICIPANTES:

NOMBRE	CARGO	ENTIDAD/EMPRESA
PAOLA ZAPATA PERALTA	Ing. de Alimentos BPM FENALCO-CALDAS	FENALCO CALDAS- ESTRETEGIA ORIGEN CALDAS

No.	AGENDA
1	Elaboración de Acta para obtención del logo ORIGEN CALDAS con especificaciones y condiciones de su buen uso en etiqueta
No.	DESARROLLO

Anexo 3: Actas sellos otorgados Origen Caldas

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 Marzo 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 Ya se tienen programadas las instructoras las formaciones para : Proceso formativo en marketing global y estrategias de internacionalización. Requisitos de rotulado internacional, normatividad y procesos de certificación FDA. logística exportadora y preparación para la internacionalización, participación de los Empresarios en ruedas de negocios y gestión de cooperación internacional, orientadas a la identificación de aliados y oportunidades comerciales - Anexo 6: formaciones Informe 2	18%

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.

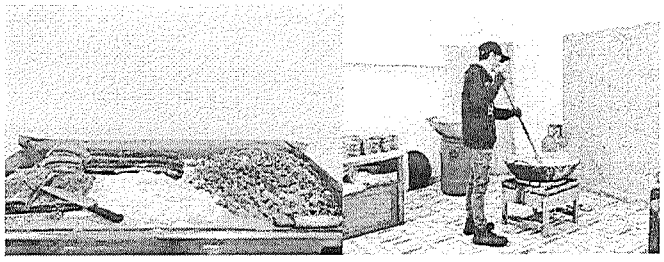
ACTIVIDAD	DESCRIPCION	% de cumpl.
Seguimiento a planes de mejoramiento de etiqueta, rotulado e Inspecciones Sanitarias (BPM) (Empresarios antiguos)	Basado en el informe técnico de la Ingeniera de Alimentos Adriana Paola Zapata Peralta para el periodo, y Con el propósito de garantizar la mejora continua y la sostenibilidad técnica de las unidades productivas que ya han sido impactadas por el programa, se ejecutó un riguroso ciclo de auditoría y seguimiento a los planes de mejoramiento heredados de vigencias y cohortes anteriores. Este acompañamiento combinó canales presenciales, virtuales y telefónicos, arrojando los siguientes resultados operativos: 1. Seguimiento Técnico en Planta e Inspección Sanitaria (BPM) Se consolidaron cuatro (4) acciones de asistencia e inspección educativa orientadas a verificar la evolución locativa, los flujos de proceso y los estándares higiénicos bajo la NTC 2674 de 2013: La Dulcería (Produlac) - Vinculada desde 2023, Delicias Myrluz - Proceso de Postulación INVIMA, Kiwa (Bebidas Fermentadas, Café Vinasco (Riosucio) 2. Seguimiento y Ajuste a Planes de Etiquetado y Rotulado Se brindó asistencia técnica orientada a subsanar las no conformidades comerciales y legales en la información al consumidor (Resolución 5109 de 2005 y 810 de 2021): 3. Corrección y Cierre de Planes (Aprobados para Logo): Se resolvieron inquietudes finales y se validaron los diseños definitivos de los empresarios antiguos Café Monte Luna R, Café Vinasco, Café El Tigre y Salterra, quienes subsanaron sus pendientes y quedaron habilitados formalmente para portar el sello Origen Caldas . 4. Estructuración de Nuevos Diagnósticos de Etiqueta: Se elaboró y entregó el informe técnico de diagnóstico con su respectivo plan de mejora individual a las	**71.43%**

empresas: Granja La Consentida, Café Freka, La Huevería, Café El Tigre y Nohora Chef.

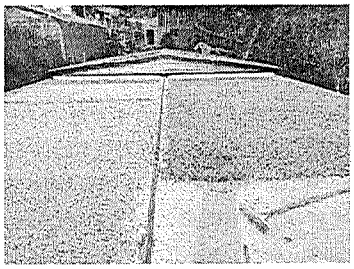
Novedades del Periodo:
Se reporta el ausentismo de la empresa *Nutridonas* a la sesión programada de asesoría técnica, por lo cual se reprogramó su atención en el Drive de seguimiento para salvaguardar el indicador.

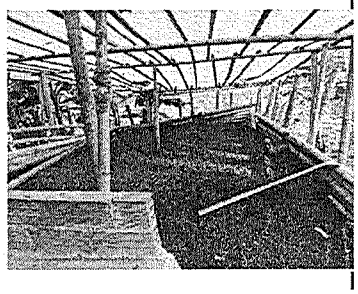
Este componente de seguimiento ratifica que las empresas antiguas no son abandonadas, sino que entran en una cultura de mejoramiento continuo, elevando los estándares de inocuidad y presentación comercial del departamento, Empresarios antiguos con planes corregidos y entrega de logo: 4 marcas (Café Monte Luna R, Café Vinasco, Café El Tigre y Salterra).

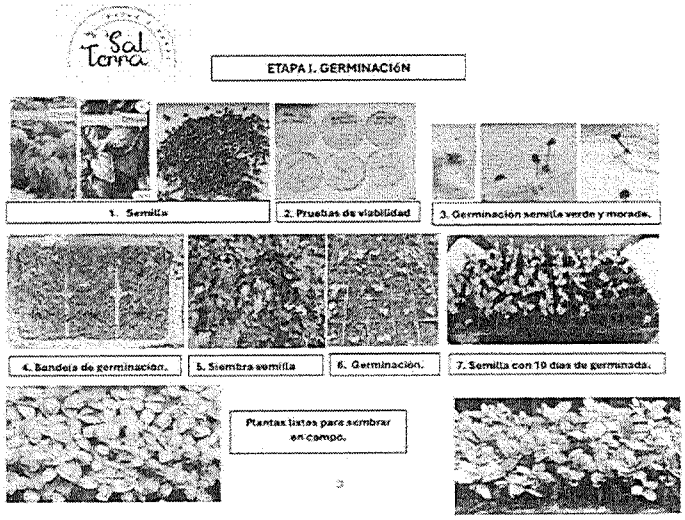
Empresarios con elaboración completa de nuevos planes de mejora: 5 marcas (Granja La Consentida, Café Freka, La Huevería, Café El Tigre y Nohora Chef)
Empresarios con seguimiento en planta y evaluación sanitaria (BPM): 4 marcas (La Dulcería-Produlac, Delicias Myrluz, Kiwa y Café Vinasco).
Empresarios en jornadas paralelas de socialización y asesoría individual: 7 marcas (Café Monte Luna R, El Carmelo, Café Vinasco, Choquarte, Panasac, Café El Tigre y Café Valencia de Diario)
Número Consolidado Total en abril se atendió un total neto de 12 empresarios antiguos vinculados a la estrategia .
Para un total de 25 empresarios antiguos atendidos; 4 con entrega de logo , 13 con planes de etiqueta Y 14 con visitas de inspección.



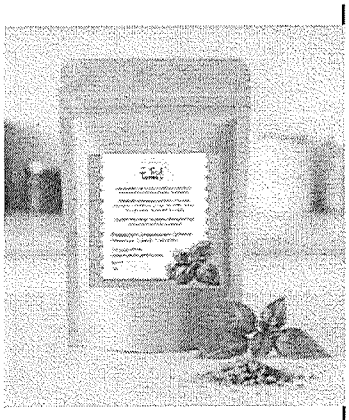












Anexo 3:BPM ingeniera de Alimentos.

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.

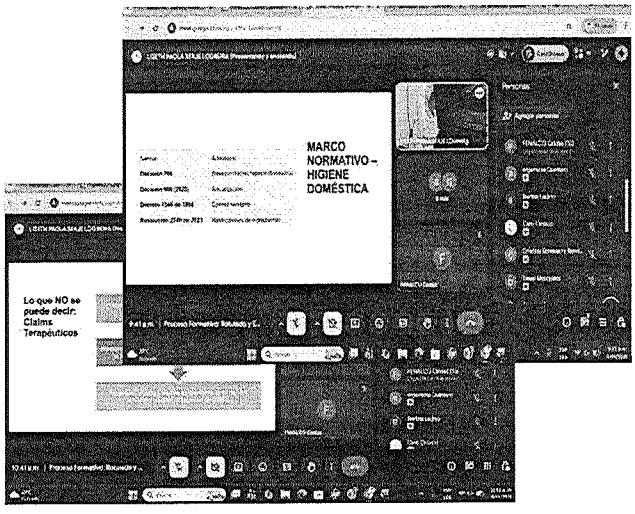
ACTIVIDAD	DESCRIPCION	% de cumpl.
Formación técnica y normativa (Sector Salud y Belleza):	En aras de diversificar e impulsar los sectores no tradicionales de nuestra estrategia, se desarrolló la jornada de formación enfocada en el componente de **Salud y Belleza**. Esta acción formativa se ejecutó bajo un formato híbrido, garantizando herramientas de competitividad para los creadores de cosmética natural y bienestar en Caldas. **(Sesión Abril 8 - 2026):** La sesión especializada abordó el **Rotulado, Etiquetado y Empaque para el Sector Cosmético**, fundamentada en los siguientes pilares de valor: **Garantía de Inocuidad y Protección de Fórmula:** Se instruyó sobre la selección técnica de materiales de empaque que actúan como barrera crítica frente a la luz, humedad y oxígeno, salvaguardando la estabilidad física y química de los productos biológicos y artesanales. **Cumplimiento Normativo (Parámetros INVIMA):** Se capacito a los asistentes en la estructuración legal de etiquetas bajo el estándar INCI (*Nomenclatura Internacional de Ingredientes Cosméticos*). Esto incluye la declaración obligatoria de alérgenos, modo de empleo, precauciones de seguridad, sistemas de loteado, fechas de caducidad y codificación para la Notificación Sanitaria Obligatoria (NSO). **Estrategia de Mercadeo en Punto de Venta:** Se analizaron métricas de neuromarketing que demuestran que el 73% de las decisiones de compra en el segmento de cuidado personal se toman directamente en el anaquel. Se brindaron pautas de ecodiseño y comunicación visual para generar conexiones emocionales efectivas con el consumidor moderno sin infringir la normatividad sanitaria. La convocatoria arrojó un balance consolidado de **17**	**25%**

empresarios formados, distribuidos estratégicamente así para asegurar la cobertura del programa:
Asistencia Presencial: 7 empresarios asistieron a las instalaciones destinadas para el taller práctico.

Asistencia Virtual: 10 empresarios de municipios priorizados se conectaron mediante canales institucionales TIC, superando las barreras de conectividad y dispersión geográfica de las subregiones caldenses.

SOPORTE FOTOGRÁFICO



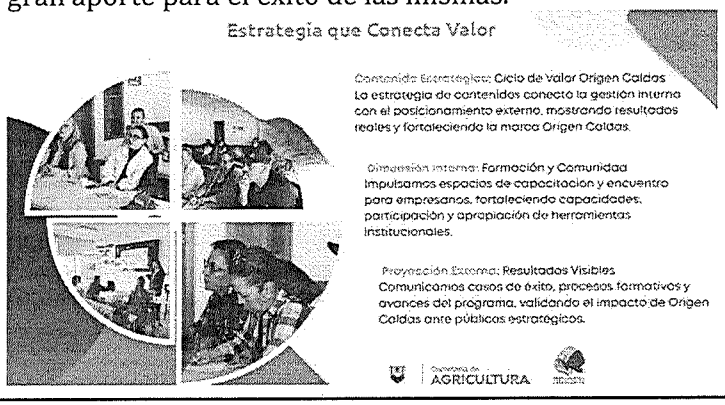


Anexo 6: Formaciones (salud y belleza)

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

ACTIVIDAD	DESCRIPCION	% de cumpl.
Plan de Comunicaciones y Promoción	Con el propósito de respaldar de forma transversal cada uno de los componentes del convenio, reportamos la ejecución del Plan Integral de Comunicaciones Origen Caldas 2026. Esta estrategia ha sido estructurada bajo un modelo preventivo, cuantificable y orientado a resultados comerciales, logrando conectar los logros internos del programa con el posicionamiento delos diferentes sectores a nivel externo El despliegue de la estrategia de comunicación se fundamenta en dos dimensiones esenciales para la marca : **Dimensión Interna (Formación y Comunidad):** Registro, promoción y cubrimiento de los espacios de asistencia técnica, capacitaciones en BPM y mesas de trabajo sectoriales Esta línea fortalece el sentido de pertenencia de los empresarios y la apropiación de las herramientas institucionales brindadas por la Gobernación desde la secretaría de Agricultura y FENALCO. **Proyección Externa (Resultados Visibles):** Divulgación masiva de los casos de éxito, apertura de convocatorias y misiones comerciales. Su meta es validar el valor de los diferentes sectores comerciales de Caldas ante consumidores y aliados estratégicos Implementamos herramientas avanzadas de analítica para evaluar de forma transparente el impacto, alcance y desempeño de la pauta digital y el contenido orgánico. Los principales resultados del periodo reflejan una excelente interacción con la ciudadanía: **Pieza Audiovisual de Convocatoria (Secretario de Agricultura E):** El video oficial de lanzamiento obtuvo **1,163 visualizaciones**, impactando principalmente a un 72.5% de público nuevo no seguidor . Esto optimizó de manera directa la captación de empresarios para el programa.	40%

Campaña de Identidad Institucional "Estrategia Origen": Alcanzó **1,176 visualizaciones** con una curva de crecimiento sostenida en el tiempo, logrando fidelizar un 61.2% de la audiencia cautiva de la marca.
Contenido de Apropiación Regional (Efemérides 121 Años de Caldas): Registró **671 visualizaciones**, generando un alto nivel de conexión emocional y orgullo por los productos de origen entre el 85.2% de nuestros seguidores.
Cápsulas de Registro de Comités Técnicos: Logró el impacto de **451 cuentas únicas**, con una efectividad de visualización concentrada en el *feed* principal del 73.2% . Esto evidencia el interés del público por la gestión transparente del convenio .
¿Qué se sigue?
Con miras al próximo periodo de gestión, la coordinación tiene lista la ruta de contenidos multimedia enfocada en tres formatos de alto impacto publicitario:
Cápsulas de Éxito: Videos en formato corto optimizados para redes sociales, destacando las unidades agroindustriales que ya portan el sello Origen Caldas .
Citas de Valor: Piezas gráficas testimoniales que visibilizan el impacto humano y el crecimiento empresarial de los beneficiarios del convenio.
Un día con un beneficiario: Formato audiovisual de inmersión en las fincas y plantas de producción, humanizando la marca y mostrando el origen de la calidad caldense.
Finalmente Las piezas informativas como convocatoria a los procesos de formación y vinculación han sido un gran aporte para el éxito de las mismas.

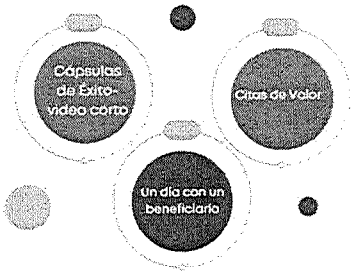


Métricas





¿Qué se sigue?









Anexo 5: Informe mensual y plan de comunicaciones.

Gobernación de CALDAS | Secretaría de AGRICULTURA y Desarrollo Rural



Fenalco Caldas

CUADRO CONSOLIDADO DE AVANCE

Convenio Origen Caldas – Tercer Informe 2026

Resultado / Obligación	**Meta**	**% Avance**	**Actividades realizadas**	**Empresarios beneficiados**
Resultado 1. Implementar proceso de inscripción y actualización de información	1 herramienta y proceso permanente de inscripción y actualización	100%	Diseño metodológico, actualización de formularios, validación técnica, aprobación de criterios, estrategia de difusión institucional y apertura oficial de convocatoria.	Convocatoria abierta para nuevos emprendedores de las 6 subregiones de Caldas.
Resultado 2. Definir y aplicar criterios técnicos y realizar diagnósticos	35 diagnósticos y 35 informes de acompañamiento	25%	Apertura convocatoria, construcción de matriz técnica, recepción de documentos y caracterización empresarial.	26 empresarios inscritos: Agroindustria (7), Café (11), Artesanías (6), Agroturismo (2).
Resultado 3. Formación en BPM y manipulación de alimentos	70 productores formados y certificados	50%	Desarrollo de formación híbrida en BPM: inocuidad, infraestructura, saneamiento y trazabilidad.	46 preinscritos, 31 participantes activos y 29 empresarios certificados.
Resultado 4. Evaluación técnica, comercial y normativa de emprendedores	Documento de criterios y listado consolidado	45%	Seguimiento telefónico, diagnóstico de formalización, auditoría documental y evaluación de unidades productivas activas.	90 empresarios diagnosticados en municipios como Manizales, Villamaría, Chinchiná, Supía, Salamina, Riosucio, Filadelfia, Viterbo, Neira, Pácora, La Dorada, Aguadas, entre otros.
Resultado 5. Otorgamiento licencia de comercialización Origen Caldas	Evaluar 30 empresarios y consolidar registro oficial	20%	Auditorías BPM, BPA y rotulado; verificación normativa y entrega oficial del sello Origen Caldas.	4 empresarios aprobados: Café Vinasco, Sales Salterra, Café Monte Luna R y Café El Tigre.
Resultado 6. Fortalecimiento empresarial especializado	70 empresarios fortalecidos	18%	Taller Global Sales Pitch, programación de formaciones en internacionalización, FDA, logística exportadora y marketing global.	13 empresarios participaron en taller de pitch internacional.
Resultado 7. Seguimiento a planes de mejoramiento BPM y rotulado	Seguimiento a 35 empresarios y 35 informes	71.43%	Inspecciones sanitarias, asesoría técnica, seguimiento a planes de mejora y validación de etiquetas.	25 empresarios antiguos atendidos; 4 con entrega de logo , 13 con planes de etiqueta Y 14 con visitas de inspección
Resultado 8. Fortalecimiento sectores agroturismo, artesanías y salud y belleza	1 informe consolidado sectorial	25%	Formación técnica en rotulado cosmético, normativa INVIMA, empaque y neuromarketing.	17 empresarios formados (7 presenciales y 10 virtuales).
Resultado 9. Plan de comunicaciones y promoción	Plan de comunicaciones ejecutado	40%	Campañas audiovisuales, difusión de convocatorias, promoción institucional y contenidos de posicionamiento regional.	Impacto digital superior a 3.400 visualizaciones en campañas institucionales y promoción de empresarios.
	PROMEDIO DE EJECUCIÓN	**43.83%**		

Acorde a las actividades descritas en el presente informe se tiene un porcentaje de ejecución del **43.83%.**

ETAPAS CONVENIO	% Ejecución
RESULTADO 1 – OBJETIVO 1	100%
RESULTADO 2 - OBJETIVO 2	25%
RESULTADO 3 – OBJETIVO 3	50%
RESULTADO 4 – OBJETIVO 4	45%
RESULTADO 5 – OBJETIVO 5	20%
RESULTADO 6 – OBJETIVO 6	18%
RESULTADO 7 – OBJETIVO 7	71.43%
RESULTADO 8 – OBJETIVO 8	25%
RESULTADO 9 – OBJETIVO 9	40%
PROMEDIO DE EJECUCIÓN	**43.83%**

OSCAR VILLEGAS DUQUE
Director Ejecutivo
Fenalco Caldas