



Informe de *Gestión*

Tercer
Trimestre

2026

IMEBU

Avances, resultados y acciones para la
promoción del empleo, el fortalecimiento
del emprendimiento y el desarrollo
económico local.

PRESENTACIÓN

El presente Informe de Gestión del Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial de Bucaramanga – IMEBU corresponde al acumulado hasta trimestre de la vigencia 2026 y presenta los principales avances, resultados y acciones desarrolladas durante el periodo, orientadas al cumplimiento de los objetivos institucionales relacionados con la promoción del empleo, el fortalecimiento del emprendimiento, el desarrollo empresarial y el impulso del desarrollo económico local.

Durante este trimestre, el IMEBU continuó fortaleciendo las estrategias y acciones encaminadas al cumplimiento de las once (11) metas establecidas en el Plan de Desarrollo “Bucaramanga Avanza Segura” 2024-2027, aprobado por el Concejo Municipal mediante el Acuerdo No. 007 del 18 de junio de 2024. En este sentido, se consolidaron los avances alcanzados durante los trimestres anteriores y se intensificaron las acciones dirigidas a generar mayores oportunidades para la población, fortalecer las capacidades productivas y promover la inclusión laboral y empresarial en el municipio.

En desarrollo de su misión institucional, durante el periodo se fortalecieron las estrategias orientadas a la generación y acceso a empleo digno, la intermediación laboral, la formación y capacitación para el trabajo, el fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas – MiPymes, el impulso al emprendimiento y la promoción de la formalización empresarial y laboral. Estas acciones permitieron avanzar en el cumplimiento de las metas institucionales y ampliar la cobertura de los servicios dirigidos a la ciudadanía y al tejido empresarial de Bucaramanga.

De igual manera, el IMEBU fortaleció la articulación con entidades públicas, privadas, organizaciones sociales, sector productivo y demás actores estratégicos, generando alianzas y escenarios de cooperación que contribuyen a ampliar las oportunidades de empleo, formación, emprendimiento y fortalecimiento empresarial. Esta articulación constituye un mecanismo fundamental para potenciar los resultados institucionales y generar un mayor impacto en los diferentes sectores y grupos de valor del municipio.

El presente informe evidencia la continuidad, consolidación y fortalecimiento de las acciones institucionales desarrolladas durante la vigencia 2026, destacando los resultados alcanzados y los avances registrados en las metas del Plan de Desarrollo. De esta manera, el IMEBU reafirma su compromiso con la generación de oportunidades, el fortalecimiento del tejido empresarial, la inclusión laboral y el desarrollo económico sostenible de Bucaramanga, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes y al propósito de construir una ciudad con mayores oportunidades de crecimiento, empleo y bienestar.

DIAGNÓSTICO

3. BOLETIN MERCADO LABORAL 2026

Guía rápida: ¿qué significan estos términos?

Tasa de desempleo	Es el porcentaje de personas que quieren trabajar y no encuentran empleo. Si es 7 %, significa que de cada 100 personas que buscan trabajo, 7 no lo tienen.
Periodo analizado (jun-ago)	El DANE no mide un solo mes, sino promedios de tres meses seguidos. Esto evita que un dato raro de un mes cambie la lectura. En este boletín, "jun-ago" quiere decir el promedio de junio, julio y agosto de 2026.
Punto	Es la unidad en que se mide el cambio de un porcentaje. Si el desempleo pasa de 8,6 % a 7,3 %, bajó 1,3 puntos.
Área Metropolitana (A.M.)	Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta juntas. "Bucaramanga ciudad" es solo la capital.
Informalidad	Trabajos sin contrato formal y sin aportes a salud y pensión pagados por el empleador (por ejemplo, vendedores ambulantes o personas que trabajan por su cuenta sin registro).
Fuera del mercado laboral	Personas que no trabajan ni buscan trabajo: estudiantes, amas de casa, pensionados, entre otros.

3.1 Lo más importante: el desempleo en Bucaramanga

Bucaramanga y su área metropolitana tienen la tasa de desempleo más baja de las 23 ciudades principales del país: 7,3 %. En palabras simples, de cada 100 personas que buscan trabajo, 7 no lo encuentran. Hace un año eran casi 9 (8,6 %) y en ese momento la ciudad estaba en el puesto 10. Hoy ocupa el primer lugar.

Cuadro 1. Tasa de desempleo de Bucaramanga (porcentaje).

Territorio	Jun-Ago 2024	Jun-Ago 2025	May-Jul 2026	Jun-Ago 2026 (actual)	Cambio frente a hace un año (puntos)	Cambio frente al periodo anterior (puntos)
Bucaramanga A.M.	8,9	8,6	7,2	7,3	-1,4	+0,1
Bucaramanga ciudad (sin A.M.)	8,1	8,0	6,8	7,2	-0,8	+0,4

Fuente: DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), anexo estadístico de agosto de 2026 (hojas "Total 23 ciudades A.M. Trim" y "Total 7 ciudades sin A.M."). Elaboración: Observatorio Económico, IMEBU.

¿Qué nos muestra? El cuadro compara el desempleo de hoy (junio-agosto de 2026) con el de hace dos años, hace un año y el periodo inmediatamente anterior. En el área metropolitana el desempleo bajó 1,4 puntos frente a hace un año. En la ciudad de Bucaramanga bajó 0,8 puntos frente a hace un año (de 8,0 % a 7,2 %) y 0,9 frente a hace dos años. Frente al periodo anterior (mayo-julio) subió un poco, 0,1 puntos en el área metropolitana y 0,4 en la ciudad, un cambio pequeño que no cambia la tendencia de fondo.

Cuadro 2. Bucaramanga frente al resto del país (porcentaje de desempleo, jun-ago 2026).

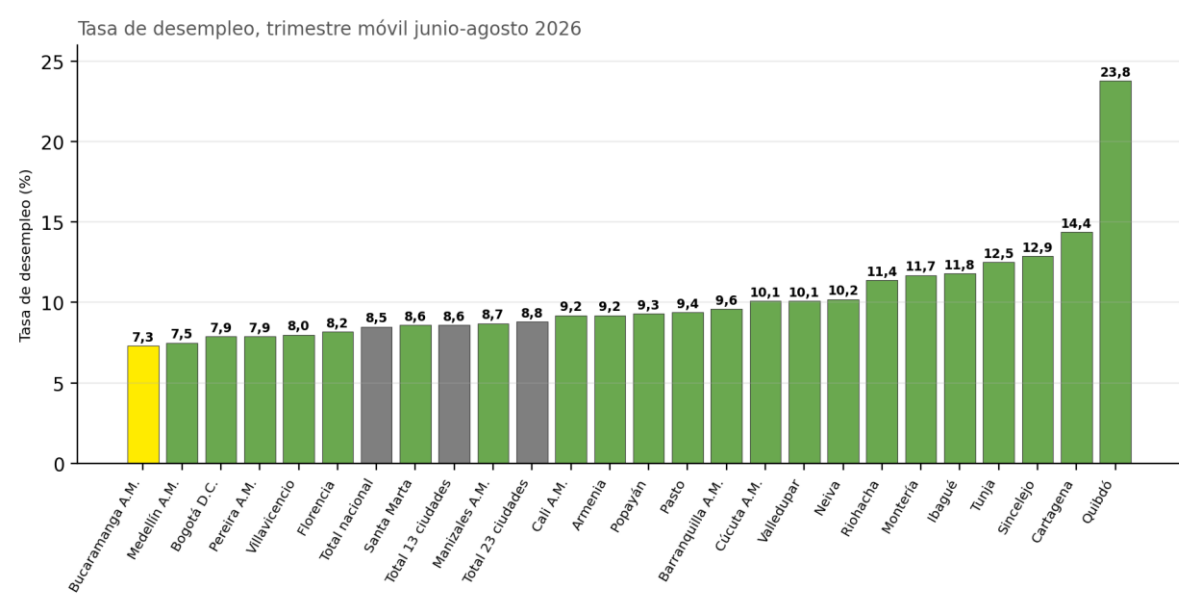
Comparación	Tasa de desempleo	Bucaramanga A.M. (7,3 %) está...
Total, de las 23 ciudades principales	8,8	1,5 puntos por debajo
Total, de las 13 ciudades más grandes	8,6	1,3 puntos por debajo
Total, nacional (promedio de tres meses)	8,5	1,2 puntos por debajo
Total, nacional (solo el mes de agosto)	9,4	2,1 puntos por debajo

Fuente: DANE, GEIH, boletín técnico y anexo estadístico de agosto de 2026. Elaboración: Observatorio Económico, IMEBU.

¿Qué nos muestra? El desempleo en Colombia aumentó en agosto: llegó a 9,4 % (en agosto de 2025 fue 8,6 %). Mientras el país empeoraba, Bucaramanga se mantuvo con uno de los niveles más bajos. Ese 9,4 % es del mes de agosto; el 8,5 % es el promedio de junio, julio y agosto, y es el que se compara con Bucaramanga en el mismo tipo de medición.

A nivel nacional, según el DANE, en un año el país perdió cerca de 126.000 empleos (de 23,8 a 23,7 millones de personas ocupadas), y la industria fue la que más empleos perdió (240.000). El DANE aclara que, por el sismo del 10 de agosto de 2026, ajustó los cálculos de la encuesta de agosto para tener en cuenta las viviendas que quedaron destruidas o inhabitables.

Gráfico 1. Tasa de desempleo en las 23 ciudades principales. Jun-ago 2026.



Fuente: DANE, GEIH, anexo estadístico de agosto de 2026 (hoja "Total 23 ciudades A.M. Trim") y boletín técnico (total nacional). Elaboración: Observatorio Económico, IMEBU.

¿Qué nos muestra? Cada barra es una ciudad y su altura es el porcentaje de personas sin empleo. La barra amarilla es Bucaramanga y la más baja de todas. Las barras grises son los promedios (nacional, 13 y 23 ciudades). Diez ciudades superan el 10 % y Quibdó llega a 23,8 %, más de tres veces la tasa de Bucaramanga.

3.2 Bucaramanga comparada con las otras ciudades grandes

Bucaramanga también lidera entre las siete ciudades capitales más grandes, tomando solo la ciudad sin su área metropolitana:

7,2 %, frente a 7,9 % de Medellín, 8,7 % de Manizales, 8,9 % de Pereira, 9,3 % de Cali, 9,6 % de Barranquilla y 9,9 % de Cúcuta. El promedio de las siete ciudades es 8,7 %.

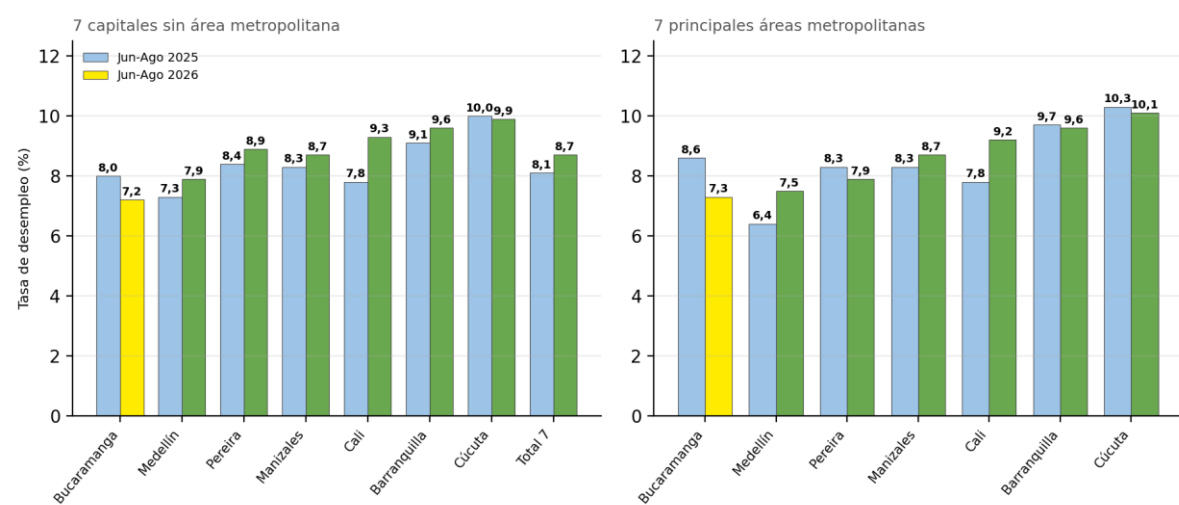
Cuadro 3. Desempleo en las 7 capitales sin área metropolitana (porcentaje).

Ciudad	Jun-Ago 2025	Jun-Ago 2026	Cambio (puntos)	Puesto 2026
Bucaramanga	8,0	7,2	-0,8	1
Medellín	7,3	7,9	+0,5	2
Manizales	8,3	8,7	+0,4	3
Pereira	8,4	8,9	+0,5	4
Cali	7,8	9,3	+1,5	5
Barranquilla	9,1	9,6	+0,5	6
Cúcuta	10,0	9,9	-0,1	7
Total 7 capitales	8,1	8,7	+0,6	-

Fuente: DANE, GEIH, anexo estadístico de agosto de 2026 (hoja "Total 7 ciudades sin A.M."). Elaboración: Observatorio Económico, IMEBU.

¿Qué nos muestra? El puesto 1 es la ciudad con menos desempleo. Bucaramanga es la única de las siete cuyo desempleo bajó de verdad en el último año (-0,8 puntos); en Cúcuta casi no cambió (-0,1) y en las otras cinco subió, sobre todo en Cali (+1,5).

Gráfico 2. Desempleo en las 7 capitales (sin A.M.) y en las 7 áreas metropolitanas. Jun-ago 2025 y 2026.



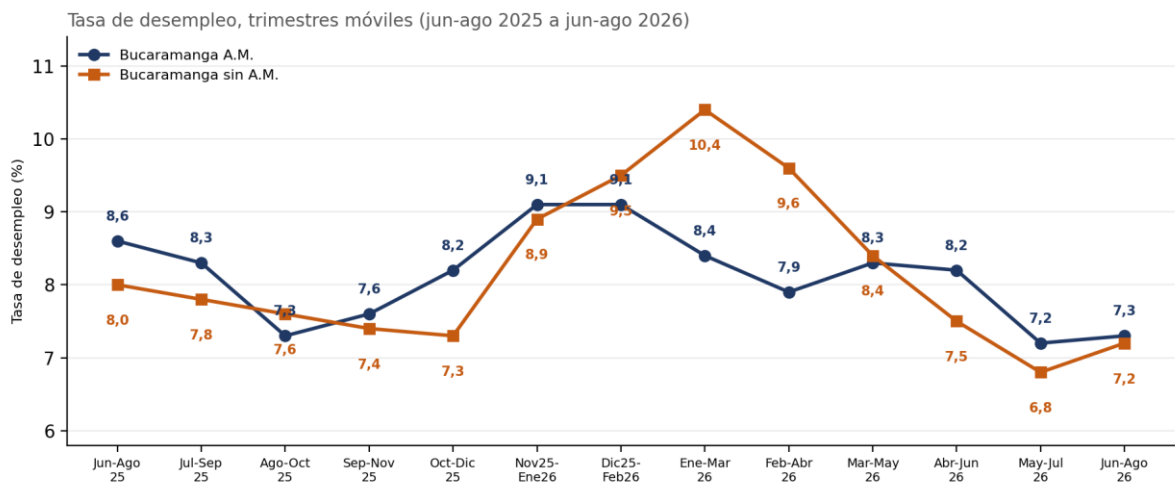
Fuente: DANE, GEIH, anexo estadístico de agosto de 2026 (hojas "Total 7 ciudades sin A.M." y "Total 23 ciudades A.M. Trim"). Elaboración: Observatorio Económico, IMEBU.

¿Qué nos muestra? Las barras azules son el desempleo de hace un año y las verdes (o amarilla, en el caso de Bucaramanga) el de hoy. A la izquierda se mide cada capital sola; a la derecha, cada ciudad con su área metropolitana. En ambos casos Bucaramanga es la que mejor resultado muestra: su barra de hoy es más baja que la de hace un año, mientras que en la mayoría de ciudades ocurre lo contrario.

3.3 ¿Cómo ha cambiado el desempleo en el último año?

El desempleo en Bucaramanga no ha bajado en línea recta: subió a finales de 2025 y comienzos de 2026 y luego bajó con fuerza. En el área metropolitana, el punto más alto fue 9,1 % (noviembre de 2025 a enero de 2026) y hoy está en 7,3 %. En la ciudad de Bucaramanga, el punto más alto fue 10,4 % (enero a marzo de 2026) y hoy está en 7,2 %.

Gráfico 3. Evolución de la tasa de desempleo en Bucaramanga. Jun-ago 2025 a jun-ago 2026.



Fuente: DANE, GEIH, anexo estadístico de agosto de 2026 (hojas "Total 23 ciudades A.M. Trim" y "Total 7 ciudades sin A.M."). Elaboración: Observatorio Económico, IMEBU.

¿Qué nos muestra? La línea azul es el área metropolitana y la naranja la ciudad de Bucaramanga. Ambas suben a comienzos de 2026 y después bajan hasta los niveles más bajos del año. Desde mayo-julio las dos líneas están muy cerca, lo que muestra que la capital y los municipios vecinos hoy viven una situación laboral parecida.

3.4 ¿Quiénes tienen trabajo y en qué?

En el área metropolitana hay unas 616.000 personas con empleo, 9.000 más que hace un año. Las personas sin empleo que buscan trabajo bajaron de 58.000 a 48.000 (unas 9.000 menos). Pero también aumentó en 12.000 el número de personas que no trabajan ni buscan trabajo, es decir, parte de la mejora viene de que más personas salieron del mercado laboral.

Cuadro 4. El mercado laboral en Bucaramanga A.M. (jun-ago).

Indicador	Jun-Ago 2025	Jun-Ago 2026	Cambio
Personas con empleo (miles)	607	616	+9 mil
Personas sin empleo que buscan trabajo (miles)	58	48	-9 mil
Personas fuera del mercado laboral (miles)	353	366	+12 mil
Participación (% de personas en edad de trabajar que trabajan o buscan trabajo)	65,3 %	64,5 %	-0,8 puntos
Ocupación (% de personas en edad de trabajar que tienen empleo)	59,7 %	59,8 %	+0,2 puntos
Tasa de desempleo	8,6 %	7,3 %	-1,4 puntos

Fuente: DANE, GEIH, anexo estadístico de agosto de 2026 (hoja "Total 23 ciudades A.M. Trim"). Cifras en miles de personas. Elaboración: Observatorio Económico, IMEBU.

¿Qué nos muestra? El cuadro resume cuántas personas trabajan, cuántas buscan empleo y cuántas están fuera del mercado laboral. La buena noticia es que hay más gente con empleo y menos gente desempleada. El dato a vigilar es que también creció el número de personas que no buscan trabajo, porque una parte de la baja del desempleo se explica por eso y no solo por nuevos empleos.

Por tipo de trabajo, la mayoría de las personas ocupadas (53 %) son empleados de empresas privadas y cerca de 37 % trabajan por cuenta propia. En un año crecieron los trabajadores por cuenta propia (+6.000) y los empleados del gobierno (+5.000), y disminuyeron las trabajadoras domésticas (-6.000).

Cuadro 5. Personas con empleo según el tipo de trabajo, Bucaramanga A.M. (miles, jun-ago).

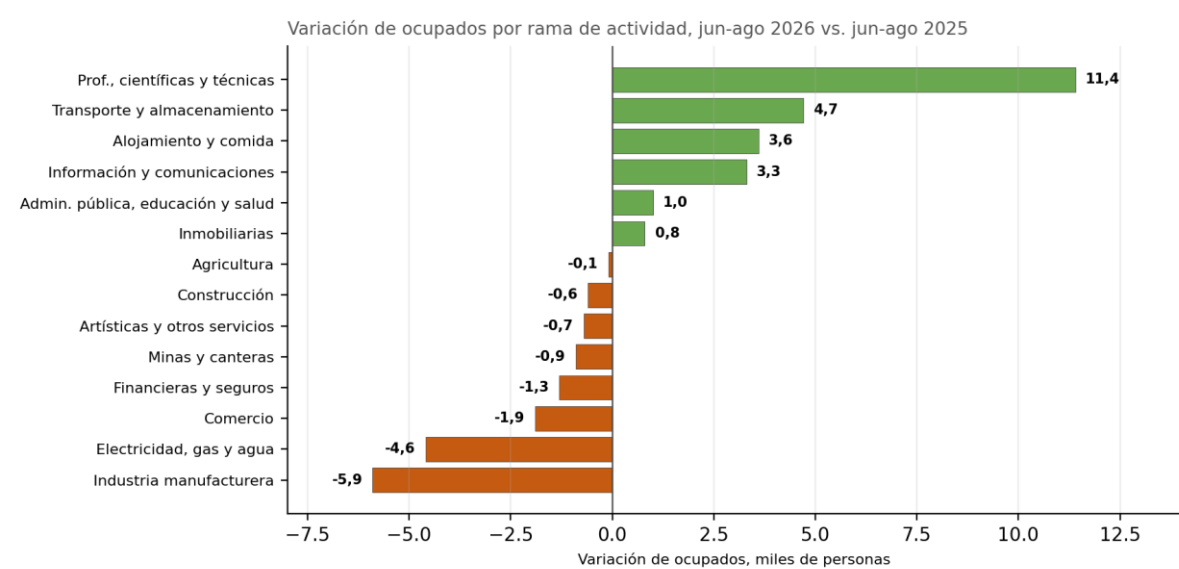
Tipo de trabajo	Jun-Ago 2025	Jun-Ago 2026	Cambio
Empleado de empresa particular	326	327	+1 mil
Trabajador por cuenta propia	220	226	+6 mil
Empleado del gobierno	17	22	+5 mil
Patrón o empleador	15	17	+2 mil
Empleado doméstico	20	14	-6 mil
Trabajador familiar sin pago, jornalero y otros	10	11	+1 mil
Total de personas con empleo	607	616	+9 mil

Fuente: DANE, GEIH, anexo estadístico de agosto de 2026 (hoja "Ocupados 23 Ciudades_pos_Trim"). Elaboración: Observatorio Económico, IMEBU.

¿Qué nos muestra? Muestra de qué viven las personas con empleo. Más de la mitad tiene un empleo en empresas particulares; más de una de cada tres trabaja por su cuenta. Es útil para saber que el empleo en la ciudad depende mucho de los negocios pequeños y de los trabajos independientes.

Por sectores, el empleo creció más en servicios profesionales y técnicos (por ejemplo, ingenieros, asesores, tecnología y oficinas de servicios), con 11.000 empleos más, seguido de transporte (+5.000), hoteles y restaurantes (+4.000) y comunicaciones (+3.000). La industria manufacturera perdió 6.000 empleos y el suministro de electricidad, gas y agua, 5.000.

Gráfico 4. Empleos que se ganaron o perdieron por sector en Bucaramanga A.M. Jun-ago 2026 frente a jun-ago 2025.



Fuente: DANE, GEIH, anexo estadístico de agosto de 2026 (hoja "Ocupados 23 Ciudades_rama_Trim"). Cifras en miles de personas. Elaboración: Observatorio Económico, IMEBU.

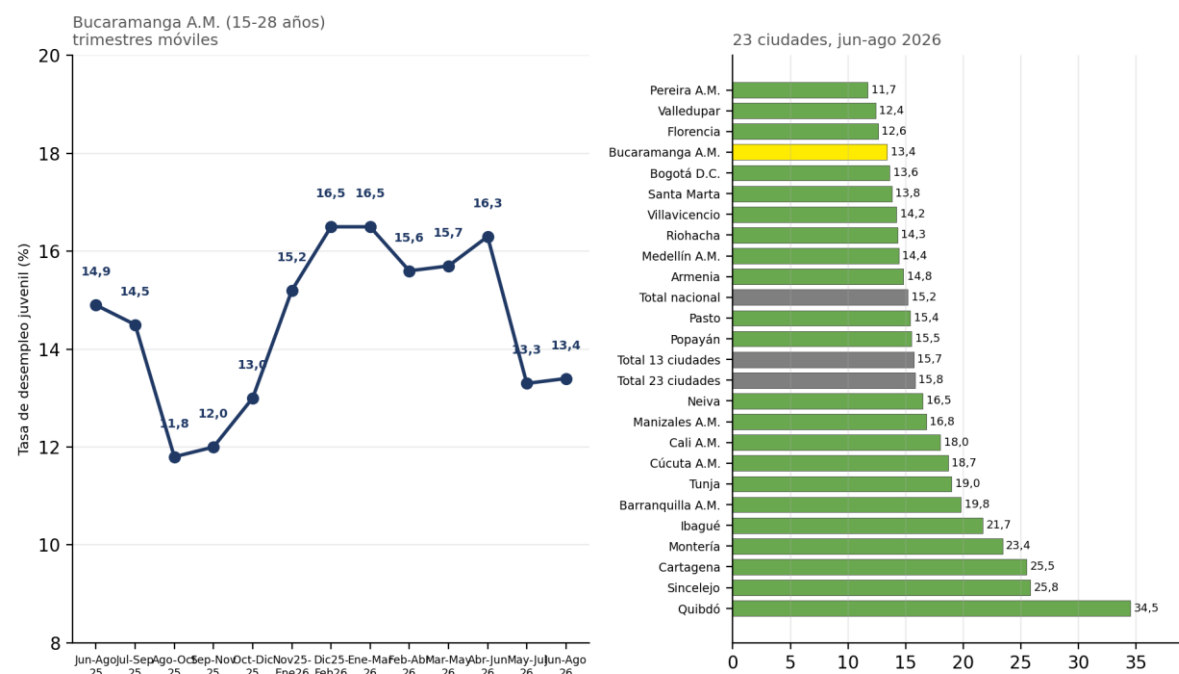
¿Qué nos muestra? Las barras verdes son sectores donde hay más personas con empleo que hace un año; la naranja, sectores donde hay menos. Los servicios son hoy el motor del empleo de la ciudad, mientras la industria, que en el país entero perdió empleos, también se debilitó en Bucaramanga.

3.5 Desempleo en los jóvenes (15 a 28 años)

Entre los jóvenes el desempleo es casi el doble que en el resto de la población: 13,4 % frente a 7,3 %. Esto significa que de cada 100 jóvenes que buscan trabajo en el área metropolitana, unos 13 no lo encuentran. Aun así, la cifra mejoró frente a hace un año (14,9 %) y es la cuarta más baja entre las 23 ciudades, por debajo del total nacional (15,2 %).

El dato de los jóvenes ha tenido altibajos fuertes: llegó a 16,5 % entre diciembre y marzo, y en abril-junio de 2026 fue 16,3 %, casi cinco puntos más que un año atrás (11,5 %). En mayo-julio bajó a 13,3 % y en junio-agosto se mantiene en 13,4 %. Por eso conviene mirar la tendencia de varios meses y no un solo dato.

Gráfico 5. Desempleo juvenil (15 a 28 años): evolución en Bucaramanga A.M. y comparación entre 23 ciudades.



Fuente: DANE, GEIH, boletín de juventud mayo-julio 2026 (anexo, hoja "23 ciudades trim móvil") y presentación de resultados de agosto de 2026 (jun-ago 2026). Elaboración: Observatorio Económico, IMEBU.

¿Qué nos muestra? A la izquierda, la línea muestra cómo ha cambiado el desempleo de los jóvenes de Bucaramanga en el último año: subió hasta 16,5 % y bajó a 13,4 %. A la derecha se ordenan las 23 ciudades de menor a mayor desempleo juvenil; Bucaramanga (amarillo) está entre las cuatro mejores. Las barras grises son los promedios del país.

3.6 Informalidad: trabajos sin contrato ni seguridad social

La informalidad bajó: en junio-agosto de 2026 fue 43,1 %, frente a 45,5 % hace un año (2,4 puntos menos). Esto quiere decir que, de cada 100 personas con empleo, unas 43 tienen un trabajo informal. Son cerca de 266.000 personas (cálculo propio con las 616.000 personas ocupadas). Aunque la cifra mejora, sigue siendo alta y afecta a cerca de cuatro de cada diez trabajadores.

Bucaramanga está mejor que el país: la informalidad nacional es 54,8 %, es decir, 11,7 puntos más que en Bucaramanga. También está por encima del promedio de las 13 ciudades más grandes (40,7 %). Entre las 23 ciudades es la séptima con menos informalidad y entre las 13 grandes es la quinta.

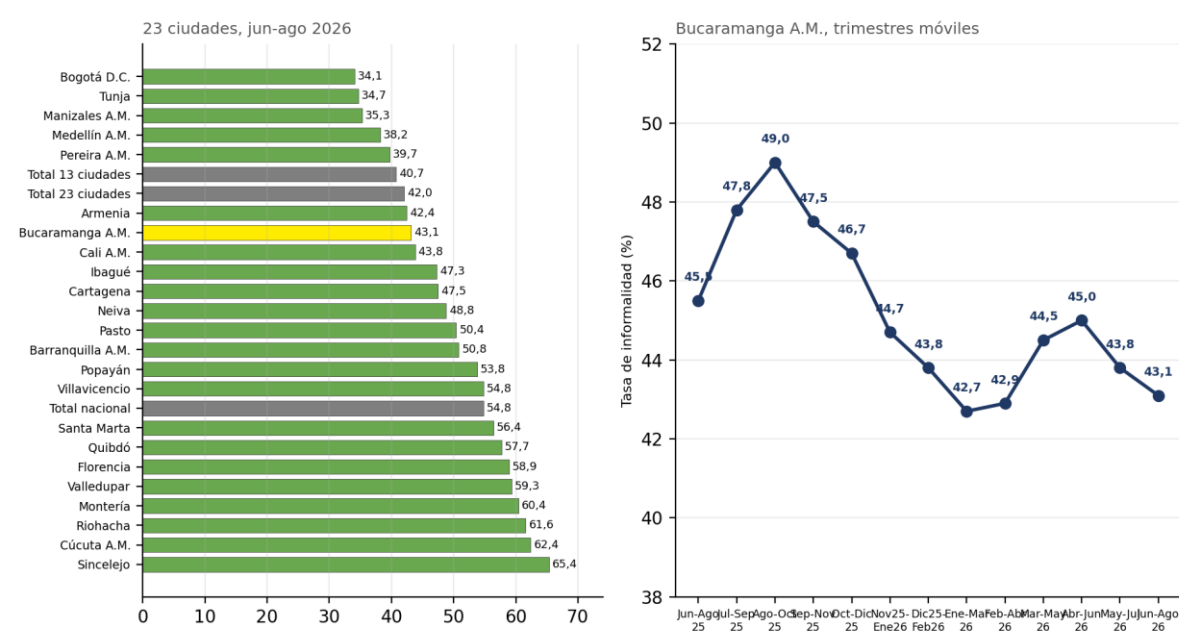
Cuadro 6. Jóvenes e informalidad en Bucaramanga A.M. (jun-ago).

Indicador	Jun-Ago 2025	Jun-Ago 2026	Cambio (puntos)
Desempleo de jóvenes de 15 a 28 años (%)	14,9	13,4	-1,6
Informalidad (% de personas con empleo)	45,5	43,1	-2,4
Referencia nacional: informalidad (%)	55,2	54,8	-0,4
Referencia nacional: desempleo juvenil (%)	14,8	15,2	+0,4

Fuente: DANE, GEIH, presentación de resultados de agosto de 2026 (variaciones calculadas por el DANE con cifras sin redondear). Elaboración: Observatorio Económico, IMEBU.

¿Qué nos muestra? Resume en un solo lugar dos temas de calidad del empleo. En Bucaramanga mejoran los dos indicadores frente a hace un año, mientras que en el total del país el desempleo juvenil empeora un poco.

Gráfico 6. Informalidad en las 23 ciudades (jun-ago 2026) y evolución en Bucaramanga A.M.



Fuente: DANE, GEIH, presentación de resultados de agosto de 2026 (ranking de 23 ciudades) y boletín de empleo informal mayo-julio 2026 (anexo, hoja "Ciudades"; evolución en Bucaramanga A.M.). Elaboración: Observatorio Económico, IMEBU.

¿Qué nos muestra? A la izquierda, las ciudades ordenadas de menor a mayor informalidad: Bucaramanga (amarillo) está en el grupo de las que menos trabajo informal tienen, lejos de ciudades como Sincelejo (65,4 %) o Cúcuta (62,4 %). A la derecha, la línea muestra que la informalidad en Bucaramanga llegó a 49,0 % en agosto-octubre de 2025 y desde entonces bajó a 43,1 %.

4. CONCLUSIONES

En una frase: Bucaramanga tiene hoy la menor tasa de desempleo del país y mejoró frente a hace un año, mientras el desempleo en Colombia subió; los retos están en los jóvenes y en los trabajos informales.

- 1. **Menos desempleo que el resto del país.** En el área metropolitana, 7 de cada 100 personas que buscan trabajo no lo encuentran (7,3 %); en el país son cerca de 9 (8,5 % en el promedio de tres meses y 9,4 % en agosto). Hace un año Bucaramanga estaba en el puesto 10 entre 23 ciudades y hoy es la primera.

2. **La mejora es real, pero con una advertencia.** Hay 9.000 personas más con empleo que hace un año, pero también 12.000 personas más que no trabajan ni buscan trabajo. Una parte de la baja del desempleo se debe a que más personas salieron del mercado laboral.
3. **El empleo crece en servicios y cae en la industria.** Los servicios profesionales, el transporte y los hoteles y restaurantes están generando empleo; la industria perdió empleos, igual que en el resto del país. Es una señal para orientar la formación y los programas de apoyo hacia los sectores que sí crecen.
4. **Los jóvenes siguen siendo el grupo más afectado.** Su desempleo (13,4 %) es casi el doble del general, aunque mejoró frente a hace un año (14,9 %) y está entre los más bajos del país. Es clave mantener programas de primer empleo, formación y prácticas laborales.
5. **La informalidad bajó, pero sigue siendo alta.** Cerca de 43 de cada 100 personas con empleo trabajan sin los beneficios de un trabajo formal, unas 266.000 personas. Bajó 2,4 puntos frente a hace un año y está por debajo del promedio del país (54,8 %), pero sigue siendo el mayor reto de calidad del empleo.
6. **Qué vigilar en los próximos meses.** Si el desempleo de Colombia sigue subiendo, puede afectar también a Bucaramanga. Conviene observar si se mantienen los empleos en servicios, si baja la salida de personas del mercado laboral y si el desempleo de los jóvenes se estabiliza.

TABLA DE CONTENIDO

- 1. Meta 64: Realizar 3 estrategias de vinculación laboral compartida; de incentivos para la inversión nacional y extranjera en el sector productivo; y de beneficios para la formalización laboral. 12.
- 2. Meta 65: Realizar 15 programas de formación para el trabajo.....13.
- 3. Meta 66: Ejecutar un (1) programa de gestión empresarial en unidades productivas y/o personas, mediante un ecosistema para el empleo y fortalecimiento empresarial.22.
- 4. Meta 67: Beneficiar a 8.000 empresas con líneas especiales de crédito.....72.
- 5. Meta 68: Fortalecer técnicamente un (1) prestador del Servicio Público de Empleo y fomento empresarial. 73.
- 6. Meta 69: Cofinanciar 2 proyectos de innovación y desarrollo tecnológico mediante alianzas. 107.
- 7. Meta 70: Cofinanciar 8 proyectos para agregar valor a los productos y/o mejorar los canales de comercialización, así como para el desarrollo de cadenas productivas. 107.
- 8. Meta 71: Asistir 2 proyectos de alto impacto para el fortalecimiento y desarrollo de cadenas productivas. 120.
- 9. Meta 72: Realizar 20 asistencias técnicas para el fortalecimiento de las unidades productivas de Economía Popular. 125.
- 10. Meta 73: Implementar una (1) Ventanilla Única Empresarial “Centro Integrado de Servicios al Empresario”. 146.



INFORME DE GESTIÓN

HASTA TERCER TRIMESTRE 2026

INSTITUTO MUNICIPAL DE EMPLEO Y FOMENTO EMPRESARIAL DEL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA – IMEBU.

BALANCE DE EJECUCIÓN PRESUPUESTAL – PROYECTOS DE INVERSIÓN

Nº	SECTOR	METAS PLANEADAS/DESARROLLO	PROYECTO	POA/2026	TOTAL PROYECTO 2026	ADICIONES	COMPROMETIDO	DISPONIBLE TOTAL	VALOR OBLIGADO	VALOR PAGADO
64	SECTOR TRABAJO	Realizar 3 estrategias de vinculación laboral compartida; de incentivos para la inversión nacional y extranjera en el sector productivo; y de beneficios para la formalización laboral	Apoyo para la formalización laboral en el municipio de Bucaramanga 2024680010181(APE)	\$ 250.000.000	\$ 250.000.000	\$ 627.242.279,10	\$ 200.000.000	\$ 877.242.279,10	\$ 0,00	\$ 0,00
65	SECTOR TRABAJO	Realizar 15 Programas de formación para el trabajo	Fortalecimiento de competencias y habilidades para el trabajo en el municipio de Bucaramanga 2024680010182 (FORMACIÓN PARA EL TRABAJO- PTOS PARTICIPATIVOS-VICTIMS)	\$ 675.000.000	\$ 675.000.000	\$ 6.216.902.445,61	\$ 4.421.159.929,33	\$ 6.891.902.445,61	\$ 144.222.370,00	\$ 144.222.370,00
66	SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	Ejecutar un (1) Programa de gestión empresarial en unidades productivas y/o personas, mediante un ecosistema para el empleo y fortalecimiento empresarial.	MEJORAMIENTO DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS DEL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA 20246800000185 LOGSETIC/24/3520003	\$ 450.000.000	\$ 450.000.000	\$ 1.345.000.000	\$ 1.767.716.844,00	\$ 1.795.000.000,00	\$ 48.600.630,00	\$ 48.600.630,00
			Fortalecimiento A Las Acciones Operativas Y De Gestión Dirigidas A Los Programas Del Instituto Municipal De Empleo Y Fomento Empresarial Del Municipio De Bucaramanga 2025000000036219 (CDE-MARKETPLACE-EVENTOS). 3502003	\$ 1.082.000.000			\$ 3.899.967.497,00			
		Ejecutar un (1) Programa de gestión empresarial en unidades productivas y/o personas, mediante un ecosistema para el empleo y fortalecimiento empresarial.	Fortalecimiento A Las Acciones Operativas Y De Gestión Dirigidas A Los Programas Del Instituto Municipal De Empleo Y Fomento Empresarial Del Municipio De Bucaramanga 2025000000036219 (CDE-MARKETPLACE-EVENTOS). 3502003	\$ 4.018.288.000	\$ 2.985.926.333,63		\$ 7.004.214.334	\$ 3.241.406.350,00	\$ 3.240.656.350,00	
			Fortalecimiento A Las Acciones Operativas Y De Gestión Dirigidas A Los Programas Del Instituto Municipal De Empleo Y Fomento Empresarial Del Municipio De Bucaramanga 2025000000036219 (CDE-MARKETPLACE-EVENTOS). 3502003	\$ 2.936.288.000		\$ 2.901.629.665,33				
67	SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	Beneficiar a 8.000 Empresas con líneas especiales de crédito.	Fortalecimiento A Las Acciones Operativas Y De Gestión Dirigidas A Los Programas Del Instituto Municipal De Empleo Y Fomento Empresarial Del Municipio De Bucaramanga 2025000000036219 (BANCA) (3502004)	\$ 181.818.181,82	\$ 181.818.182	\$ -	\$ 177.880.000	\$ 181.818.182	\$ 165.513.333,00	\$ 165.513.333,00
70		Cofinanciar 6 proyectos para agregar valor a los productos y/o mejorar los canales de comercialización, así como para el Desarrollo de cadenas productivas.	Fortalecimiento A Las Acciones Operativas Y De Gestión Dirigidas A Los Programas Del Instituto Municipal De Empleo Y Fomento Empresarial Del Municipio De Bucaramanga 2025000000036219 (PROYECTOS ESPECIALES-CLUSTER CALZADO) ACICAM- ASOINDUCIALS - 3502010	\$ 300.000.000	\$ 300.000.000	\$ -	\$ 300.000.000,00	\$ 300.000.000	\$ 63.813.333,00	\$ 63.813.333,00
73		Implementar una (1) Ventanilla Única Empresarial "Centro Integrado de Servicios al Empresario.	Fortalecimiento A Las Acciones Operativas Y De Gestión Dirigidas A Los Programas Del Instituto Municipal De Empleo Y Fomento Empresarial Del Municipio De Bucaramanga 2025000000036219 (VENTANILLA ÚNICA) 3502014	\$ 33.152.000	\$ 33.152.000	\$ -	\$ 32.800.000,00	\$ 33.152.000	\$ 29.383.333,00	\$ 29.383.333,00
68	SECTOR TRABAJO	Fortalecer técnicamente un (1) prestador del Servicio Público de Empleo y fomento empresarial.	Fortalecimiento a la investigación, innovación y el desarrollo tecnológico del sector trabajo en el municipio de Bucaramanga 2024680010186 (APE)	\$ 627.272.727	\$ 627.272.727	\$ 238.440.000	\$ 841.946.675,00	\$ 886.712.727	\$ 542.683.329,00	\$ 542.683.329,00
69		Cofinanciar 2 proyectos de innovación y desarrollo tecnológico mediante alianzas.	Fortalecimiento a la investigación, innovación y el desarrollo tecnológico del sector trabajo en el municipio de Bucaramanga 2024680010186 (CONVENIO UTS)	\$ 150.000.000	\$ 150.000.000	\$ -	\$ 150.000.000,00	\$ 150.000.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00
71	SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	Asistir 2 proyectos de alto impacto para el fortalecimiento y desarrollo de cadenas productiva	APOYO INTEGRAL A PROYECTOS DE ALTO IMPACTO PARA DINAMIZAR CADENAS PRODUCTIVAS EN EL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA 2025000000036222	\$ 1.008.400.000	\$ 1.250.000.000	\$ 90.600.000	\$ 1.093.241.575,00	\$ 1.340.600.000	\$ 315.984.262,00	\$ 315.984.262,00
			APOYO INTEGRAL A PROYECTOS DE ALTO IMPACTO PARA DINAMIZAR CADENAS PRODUCTIVAS EN EL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA 2025000000036222 (CAFETEROS)	\$ 241.600.000						
72	SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	Realizar 20 asistencias técnicas para el fortalecimiento de las unidades productivas de Economía Popular.	FORTALECIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS DE ECONOMÍA POPULAR EN EL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA BPN 2025000000036216	\$ 219.670.000	\$ 350.869.090,91	\$ 65.600.000,00	\$ 387.655.757,00	\$ 416.469.091	\$ 216.607.333,00	\$ 216.607.333,00
			FORTALECIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS DE ECONOMÍA POPULAR EN EL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA BPN 2025000000036216	\$ 131.200.000						
TOTAL PROYECTOS DE INVERSIÓN 2026					\$ 8.286.400.000	\$ 11.569.711.058	\$ 16.173.997.842,66	\$19.856.111.058,25	\$ 4.768.214.273,00	\$ 4.767.464.273,00

META 64: REALIZAR 3 ESTRATEGIAS DE VINCULACIÓN LABORAL COMPARTIDA; DE INCENTIVOS PARA LA INVERSIÓN NACIONAL Y EXTRANJERA EN EL SECTOR PRODUCTIVO; Y DE BENEFICIOS PARA LA FORMALIZACIÓN LABORAL.

1.LÍNEA ESTRATÉGICA
Territorio seguro que progresa

2.SECTOR
Trabajo (36)

1.PROGRAMA
Generación y formalización del empleo (3602)

1. META E INDICADOR DE PRODUCTO

Realizar 3 estrategias de vinculación laboral compartida; de incentivos para la inversión nacional y extranjera en el sector productivo; y de beneficios para la formalización laboral.

Indicador	Meta 2026	Logro vigencia 2026	% avance trimestre	Presupuesto definitivo 2026	Total Recursos Comprometido 2026	Ejecución Recursos Comprometidos	Ejecución Recursos Obligados	Ejecución Recursos Pagados
Estrategias realizadas 360202700	3	1	33%	\$ 877,242,279.10	\$ 200,000,000.00	23%	0%	0%

1.1. DESCRIPCIÓN DE PROYECTOS

Nombre del Proyecto	Código BPIN	Valor Vigencia Proyecto	Valor Total Proyecto
APOYO PARA LA FORMALIZACIÓN LABORAL EN EL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA	2024680010181	\$ 250.000.000	\$ 877,242,279.10

1.2. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Durante la vigencia del año 2026 (Enero – septiembre), la Agencia Pública de Empleo del Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial de Bucaramanga – IMEBU continuó desarrollando de manera permanente acciones orientadas al fortalecimiento de la intermediación laboral, la promoción del empleo formal y la articulación entre el sector empresarial y los buscadores de empleo del municipio, en el marco de la estrategia institucional **Empleo Seguro**.

Además de los eventos y jornadas institucionales desarrollados durante el año 2026, es importante resaltar que la Agencia mantuvo su operación diaria en la prestación de servicios de empleabilidad, garantizando atención continua a buscadores de empleo y empleadores a través de las diferentes etapas de la Ruta de la Empleabilidad.

Dentro de las actividades permanentes desarrolladas diariamente se destacan:

Atención a buscadores de empleo

- **Registro y/o actualización de hojas de vida:** acompañamiento a ciudadanos en el proceso de inscripción inicial o actualización de su información en la plataforma del Servicio Público de Empleo, permitiendo mantener perfiles vigentes para la postulación a vacantes.
- **Orientación laboral individual y grupal:** asesoría personalizada para el fortalecimiento del perfil ocupacional, identificación de competencias, proyección laboral y preparación para procesos de selección.
- **Intermediación laboral:** preselección y remisión de hojas de vida a vacantes activas, conectando la oferta laboral empresarial con los perfiles de los buscadores de empleo registrados en el sistema.

Atención y gestión empresarial

- **Registro de nuevas empresas:** vinculación de nuevos empleadores al Servicio Público de Empleo, ampliando la red empresarial asociada a la Agencia.
- **Registro y gestión de vacantes:** acompañamiento a empleadores en la publicación de vacantes y levantamiento de perfiles ocupacionales requeridos.
- **Relacionamiento y mantenimiento empresarial:** seguimiento permanente a empresas registradas, incluyendo aquellas vinculadas en vigencias anteriores, con el fin de identificar nuevas necesidades de talento humano y fortalecer los procesos de intermediación laboral.

Durante el periodo la agencia desarrolló y/o acompañó **actividades institucionales**, entre jornadas internas lideradas directamente por la Agencia y participaciones externas en espacios interinstitucionales.

Fecha	Tipo De Participación	Evento	Organizador	Ubicación
-------	-----------------------	--------	-------------	-----------

4/02/2026	Interno	Convocatoria Laboral Thomas Greg	Agencia De Empleo Imebu	Agencia De Empleo Imebu
10/02/2026	Interno	Convocatoria Laboral Avsa Mac Pollo	Agencia De Empleo Imebu	Agencia De Empleo Imebu
19/02/2026	Externo	Sistema Municipal Del Cuidado "Asegúrate"	Desarrollo Social	Centro Vida Kennedy
20/02/2026	Externo	Encuentro De Orientación Y Acompañamiento Social A Connacionales	Prosperidad Social	Av. González Valencia #52-69 Comfenalco
24/02/2026	Externo	Taller De Sensibilización Empresarial En El Marco Del Programa Mujeres, Equidad Y Empleo	Fundación Colombia Incluyente	Calle 15 # 27 37 Ape Sena
25/02/2026	Interno	Taller De Habilidades Blandas Dirigida A Emprendedores	Market Place Imebu	Auditorio S-Innova
27/02/2026	Externo	Oferta Institucional "Iv Feria Del Café Del Nororiente Colombiano"	Imebu	Neomundo
28/02/2026	Externo	Oferta Institucional "Iv Feria Del Café Del Nororiente Colombiano"	Imebu	Neomundo
1/03/2026	Externo	Oferta Institucional "Iv Feria Del Café Del Nororiente Colombiano"	Imebu	Neomundo
14/03/2026	Externo	Claves Para Un Proceso De Selección Efectivo Para Beneficiarios De Renta Joven, Renta Ciudadana Y Connacionales Retornados	Comfenalco Imebu Prosperidad Social	Cra 30 51 72 Comfenalco
17/03/2026	Externo	Resolución Y Manejo De Conflictos Empresa Distraves	Distraves	Cra 17 60 170 Palenque Distraves
18/03/2026	Externo	Resolución Y Manejo De Conflictos Empresa Distraves	Distraves	Cra 17 60 170 Palenque Distraves
24/03/2026	Interno	Feria Laboral En Bucaramanga Camello Si Hay	Agencia De Empleo Imebu	Neomundo Barrio Kennedy Punto Vive Digital Morrórico
7/04/2026	Interno	Manejo Del Estres - Empresa Distraves	Distraves	Cra 17 60 170 Palenque - Giron - Administrativa.
7/04/2026	Interno	Resolución Y Manejo De Conflictos Empresa Distraves	Distraves	Cra 17 60 170 Palenque - Giron - Administrativa.
9/04/2026	Interno	Resolucion Y Manejo De Conflictos - Unidades Tecnologicas De Santander	Bolsa De Empleo- Uts	Real De Minas- Calle Los Estudiantes - Auditorio Hermano Luciano
10/04/2026	Interno	Taller Orientacion Hoja De Vida Y Entrevista Laboral	Icbf	Cra 26 N 33- 61 Anonia Santos
10/04/2026	Interno	Taller Habilidades Blandas	Icbf	Cra 26 N 33- 61 Anonia Santos

14/04/2026	Interno	Manejo Del Estres - Empresa Distraves	Distraves	Cra 17 60 170 Palenque - Giron - Administrativa.
15/04/2026	Externo	1° Feria De Empleabilidad 2026 - Alcaldia De Girón	Oficina Mujer Y Equidad Alcaldía De Girón	Coliseo Villamil - Girón
16/04/2026	Interno	Convocatoria Laboral "Abai Colombia" Dirigida A Agentes Call Center	Agencia De Empleo Imebu	Agencia De Empleo Imebu
17/04/2026	Interno	Taller De Habilidades Blandas - Buscadores De Empleo	Agencia De Empleo Imebu	Agencia De Empleo Imebu
22/04/2026	Externo	Participación Feria Laboral Universidad Pontificia Bolivariana	Universidad Pontificia Bolivariana Upb	Universidad Pontificia Bolivariana Upb
24/04/2026	Externo	Charla Abordaje De Personas Con Discapacidad, Ajustes Razonables Y Diseño Universal En El Sector Empresarial Turístico	Instituto Municipal De Cultura Y Turismo	Instituto Municipal De Cultura Y Turismo
28/04/2026	Interno	Jornada De Inclusión Laboral Para Personas Con Discapacidad "Capacidades Que Conectan Sueños"	Agencia De Empleo Imebu	Agencia De Empleo Imebu
30/04/2026	Externo	Oferta Institucional "Feria Mia 2026"	Imebu	Neomundo
1/05/2026	Externo	Oferta Institucional "Feria Mia 2026"	Imebu	Neomundo
2/05/2026	Externo	Oferta Institucional "Feria Mia 2026"	Imebu	Neomundo
3/05/2026	Externo	Oferta Institucional "Feria Mia 2026"	Imebu	Neomundo
12/05/2026	Interno	Taller En Habilidades Y Competencias Para Entrevista Laboral - Imebu	Institución Educativa Comuneros	Carrera 18 # 10 – 06 Comuneros
13/05/2026	Interno	Convocatoria Laboral "Osa"	Agencia De Empleo Imebu	Agencia De Empleo Imebu
13/05/2026	Interno	Taller En Habilidades Y Competencias Para Entrevista Laboral - Imebu	Centro Integrate	Salon Comunal Cristal Bajo
13/05/2026	Interno	Taller En Habilidades Y Competencias Para Entrevista Laboral - Imebu	Sede A Institución Educativa De Santander	Calle 9 # 25 – 67 La Universidad
14/05/2026	Externo	Entrevistas Laborales A Personas Con Discapacidad Empresa Kikes	Empresa Huevos Kikes, Centro Comercial De La Cuesta	Empresa Huevos Kikes, Centro Comercial De La Cuesta
14/05/2026	Externo	Charla Abordaje De Personas Con Discapacidad, Ajustes Razonables Y Diseño Universal En La Empresa "Huevos Kikes"	Agencia De Empleo Imebu	Empresa Huevos Kikes, Centro Comercial De La Cuesta

14/05/2026	Interno	Taller En Habilidades Y Competencias Para Entrevista Laboral - Imebu	Sede A Institución Educativa Francisco De Paula Santander	Carrera 5 Occ # 30 – 61 Santander
15/05/2026	Interno	Taller En Habilidades Y Competencias Para Entrevista Laboral - Imebu	Sede D Institución Educativa Nuestra Señora Del Pilar	Calle 45 # 1-32 Campo Hermoso
16/05/2026	Interno	Taller En Habilidades Y Competencias Para Entrevista Laboral - Imebu	Sede C Institución Educativa Campo Hermoso	Calle Principal # 11 – 1 José Antonio Galán
16/05/2026	Interno	Taller En Habilidades Y Competencias Para Entrevista Laboral - Imebu	Institución Educativa Técnico Empresarial José María Estévez	Calle 51 # 13 – 97 San Miguel
18/05/2026	Interno	Taller En Habilidades Y Competencias Para Entrevista Laboral - Imebu	Sede A Institución Educativa Técnico Nacional De Comercio	Calle 55 Diagonal 14-54 Ciudadela Real De Minas
19/05/2026	Interno	Taller En Habilidades Y Competencias Para Entrevista Laboral - Imebu	Sede B Institución Educativa Nuestra Señora Del Pilar	Calle 65c # 6a-08 Los Canelos
20/05/2026	Interno	Taller En Habilidades Y Competencias Para Entrevista Laboral - Imebu	Sede E Institución Educativa Nuestra Señora Del Pilar	Carrera 10 C # 68a-13 Pablo Vi
21/05/2026	Interno	Taller En Habilidades Y Competencias Para Entrevista Laboral - Imebu	Sede A Institución Educativa Inem Custodio García Rovira	Carrera 19 A N° 104 – 56 Provenza
21/05/2026	Externo	Entrevistas Laborales A Personas Con Discapacidad Empresa Kikes	Empresa Huevos Kikes, Centro Comercial De La Cuesta	Empresa Huevos Kikes, Centro Comercial De La Cuesta
22/05/2026	Externo	Oferta Institucional En La Feria Comercial "Emprender Para Crecer" Dirigida A La Población Migrante	Desarrollo Social Ong World Vision	Parque De Los Sueños
25/05/2026	Interno	Taller En Habilidades Y Competencias Para Entrevista Laboral - Imebu	Institución Educativa Las Américas	Calle 33 # 36-18 Álvarez
26/05/2026	Interno	Taller En Habilidades Y Competencias Para Entrevista Laboral - Imebu	Institución Educativa José Celestino Mutis	Carrera 3 W # 57-14 Mutis
27/05/2026	Interno	Entrevistas A Personas Con Discapacidad Con La Empresa San Marino	Agencia De Empleo Imebu	Agencia De Empleo Imebu

28/05/2026	Externo	Feria De Emprendimiento Inklusivo "Segundas Oportunidades" - Personas En Habitabilidad De Calle	Desarrollo Social - Programa Habitante De Calle	Plaza De La Democracia
29/05/2026	Externo	Feria Laboral Universidad Manuela Beltran	Universidad Manuela Beltran	Sede Académica 1er Piso
10/06/2026	Externo	Oferta Institucional - Jornada Integral De Atención Para La Población Habitante De Calle	Desarrollo Social	Calle 30 # 17
11/06/2026	Externo	Jornada De Empleabilidad - Secretaria De Mujer Y Equidad De Género Gobernación De Santander	Gobernación De Santander	Calle 51 #36-18-Bucaramanga
12/06/2026	Interno	Taller De Habilidades Blandas - Buscadores De Empleo	Agencia De Empleo Imebu	Auditorio S-Innova
13/06/2026	Externo	Oferta Institucional - Programa Familias Desarrollo Social	Desarrollo Social	Centro Vida Sur
17/06/2026	Interno	Convocatoria Laboral "Osya"	Agencia De Empleo Imebu	Auditorio S-Innova
25/06/2026	Interno	Taller De Habilidades Blandas - Buscadores De Empleo	Agencia De Empleo Imebu	Auditorio S-Innova
1/07/2026	Interno	Convocatoria Laboral Empresa "Pharmbills" - Aplica Para Personas Que Mínimo Tengan B2 En Inglés	Agencia De Empleo Imebu	Virtual
3/07/2026	Interno	Convocatoria Laboral Para Personas Con Discapacidad "Higuera Escalante, Jardines La Colina, Teamworking, Huevos Kikes, Industrias Haceb Y Ramédicas"	Agencia De Empleo Imebu	Auditorio S-Innova
17/07/2026	Interno	Taller De Habilidades Blandas - Buscadores De Empleo	Agencia De Empleo Imebu	Auditorio S-Innova
22/07/2026	Interno	Convocatoria Laboral Personal Operativo Y Logística. Empresas Osya, Prodeca, Nathan Group Y Megalogistik	Agencia De Empleo Imebu	Auditorio S-Innova
27/07/2026	Interno	Convocatoria Laboral Para Guardas De Seguridad Con Discapacidad Empresa "Vigilamos Seguridad"	Agencia De Empleo Imebu	Agencia De Empleo Imebu
29/07/2026	Interno	Taller De Habilidades Blandas - Buscadores De Empleo	Agencia De Empleo Imebu	Auditorio S-Innova
31/07/2026	Interno	Convocatoria Laboral Para Personal Administrativo Con Discapacidad Empresas "Disfarma" Y	Agencia De Empleo Imebu	Auditorio S-Innova

		"Medicinas Y Terapias Domiciliarias"		
4/08/2026	Interno	Convocatoria Laboral Empresas Coordinadora Mercantil Y Mantenimiento, Fabricación Y Montajes Industriales (Mfmi) - Personal Opetivo: Logistico, Conductores, Operadores, Soldadores	Agencia De Empleo Imebu	Auditorio S-Innova
19/08/2026	Interno	Convocatoria Laboral Virtual Con La Empresa Delthac 1 - Para Guardas De Seguridad	Agencia De Empleo Imebu	Virtual
20/08/2026	Interno	Convocatoria Laboral Virtual Con La Empresa Delthac 1 - Para Guardas De Seguridad	Agencia De Empleo Imebu	Virtual
20/08/2026	Externo	Oferta Institucional Con La Escuela Municipal De Artes Y Oficios De Bucaramanda (Ema)	Ema	Centro Cultural Del Oriente
21/08/2026	Interno	Convocatoria Laboral Virtual Con La Empresa Delthac 1 - Para Guardas De Seguridad	Agencia De Empleo Imebu	Virtual
21/08/2026	Interno	Convocatoria Laboral Empresa "Pharmbills" - Aplica Para Personas Que Mínimo Tengan B2 En Inglés	Agencia De Empleo Imebu	Auditorio S-Innova
7/09/2026	Interno	Convocatoria Laboral Empresa "Activos". Vacantes Para Tiendas De Ropa, Auxiliares Logisticos, Entre Otros	Agencia De Empleo Imebu	Auditorio S-Innova
9/09/2026	Interno	Convocatoria Laboral Empresa "Gente Util". Vacantes: Dispensario De Farmacia	Agencia De Empleo Imebu	Auditorio S-Innova
16/09/2026	Externo	Oferta Intitucional Y Taller De Creación De Hoja De Vida En Jornada Lúdica Y De Capacitación "Los Aliados Del Comercio" Estudiantes La Institución Educativa Centro Piloto Simón Bolívar	Institución Educativa Centro Piloto Simón Bolívar	Cra 20 No. 11-83
23/09/2026	Interno	Desayuno Empresarial Participantes Feria Laboral "En Bucaramanga Camello Si Hay"	Agencia De Empleo Imebu	Restaurante Necio
25/09/2026	Externo	Oferta Institucional Para Cuidadores De Personas Con Discapacidad	Programa Discapacidad Alcaldía	Fundación Pintando Huellas, Calle 34 # 21-37.
27/09/2026	Externo	Oferta Institucional En La Feria Emprendedores Arn (Reincorporados) Y Otras Poblaciones Especiales	Secretaría De Interior	Parque De Los Niños

Promoción de la oferta institucional

Durante el periodo acumulado del 2026, la Agencia Pública de Empleo del IMEBU participó en diferentes espacios de

promoción de su oferta institucional, acercando los servicios de empleabilidad a diversas poblaciones.

Se destacan la **Oferta Institucional con la Escuela Municipal de Artes y Oficios de Bucaramanga – EMA**, la jornada “**Los Aliados del Comercio**” con estudiantes de la Institución Educativa Centro Piloto Simón Bolívar, la jornada dirigida a **cuidadores de personas con discapacidad** y la participación en la **Feria de Emprendedores ARN**, dirigida a población reincorporada y otras poblaciones especiales. Texto pegado

Fortalecimiento de competencias para la empleabilidad

Durante el trimestre se realizaron **talleres de habilidades blandas dirigidos a buscadores de empleo** y un taller de **creación de hoja de vida** en el marco de la jornada “Los Aliados del Comercio”, fortaleciendo las herramientas de los participantes para la búsqueda y acceso a oportunidades laborales. Texto pegado

Jornadas de empleabilidad e intermediación laboral

Durante el trimestre se desarrollaron diferentes **convocatorias laborales** con empresas de sectores como servicios, logística, seguridad, industria, comercio y salud. Entre ellas se destacan las realizadas con **Pharmbills, OSYA, Prodeca, Nathan Group, Megalogistik, Vigilamos Seguridad, Disfarma, Medicinas y Terapias Domiciliarias, Coordinadora Mercantil, MFMI, Delthac 1, Activos y Gente Útil**.

Estas acciones facilitaron el acercamiento entre empresas y buscadores de empleo, mediante procesos de convocatoria, orientación, preselección y remisión de candidatos.

Inclusión laboral y enfoque diferencial

Se fortalecieron las acciones de inclusión laboral mediante convocatorias dirigidas específicamente a **personas con discapacidad**, así como actividades orientadas a cuidadores, población reincorporada y otras poblaciones especiales. Estas acciones permitieron ampliar el acceso a los servicios de empleabilidad y a oportunidades laborales para poblaciones con mayores barreras de acceso al empleo

3.1.1 Indicadores de gestión y de impacto

Indicador	Trimestre I	Trimestre II	Trimestre III	Acumulado enero-septiembre
Personas atendidas en eventos	6.388	1.112	900	8.400
Personas registradas en SISE	3.292	1.016	1.141	5.449
Orientaciones laborales	798	1.461	817	3.076
Personas fortalecidas en competencias	202	457	137	796
Nuevas empresas vinculadas	38	42	25	105
Oferentes remitidos	3.816	5.085	4.517	13.418
Vacantes registradas	3.932	2.744	3.351	10.027
Personas colocadas	1.056	1.738	1.507	4.301

3.2.1 Indicadores de gestión

Durante el periodo acumulado del 2026, la Agencia Pública de Empleo del IMEBU continuó fortaleciendo sus procesos de atención a buscadores de empleo, orientación laboral, fortalecimiento de competencias y relacionamiento empresarial, dando continuidad a las acciones desarrolladas durante el primer semestre y consolidando los resultados acumulados de la vigencia.

Durante el periodo de enero a septiembre de 2026, la Agencia registró **900 personas atendidas en eventos, jornadas y espacios de promoción de la oferta institucional**, correspondientes a actividades desarrolladas con diferentes poblaciones y entidades aliadas.

En relación con el registro de buscadores de empleo, durante el tercer trimestre se registraron **1.141 personas en el SISE**, alcanzando un acumulado de **5.449 personas registradas entre enero a septiembre de 2026**. Este resultado permite continuar ampliando la base de usuarios vinculados a los servicios del Servicio Público de Empleo.

Asimismo, durante el trimestre se realizaron **817 orientaciones laborales**, mediante acompañamiento dirigido a fortalecer los perfiles ocupacionales de los buscadores de empleo y facilitar su acceso a oportunidades acordes con sus competencias. De esta manera, el acumulado a septiembre alcanza **3.076 orientaciones laborales**.

En materia de fortalecimiento de competencias para la empleabilidad, durante el tercer trimestre participaron **137 personas** en actividades orientadas al desarrollo de habilidades y herramientas para la búsqueda de empleo. Con ello, el acumulado enero-septiembre asciende a **796 personas fortalecidas en competencias**.

De igual manera, durante el tercer trimestre se vincularon **25 nuevas empresas**, fortaleciendo el relacionamiento con el sector productivo y ampliando las oportunidades disponibles para los buscadores de empleo. Con este resultado, el acumulado de enero a septiembre alcanza **105 nuevas empresas vinculadas**.

3.2.2 Indicadores de impacto

Como resultado de las acciones de intermediación laboral desarrolladas durante el tercer trimestre, se realizaron **4.517 remisiones de oferentes** a procesos de selección, facilitando el acercamiento entre los perfiles registrados en la Agencia y las oportunidades laborales disponibles. El acumulado enero-septiembre alcanza **13.418 remisiones de oferentes**.

Asimismo, durante el trimestre se gestionaron **3.351 vacantes**, correspondientes a oportunidades laborales reportadas por las empresas vinculadas al Servicio Público de Empleo. Con este resultado, el acumulado de la vigencia asciende a **10.027 vacantes registradas**.

En cuanto a la colocación laboral, durante el tercer trimestre se alcanzaron **1.507 colocaciones**, resultado de los procesos de orientación, remisión y selección adelantados en articulación con las empresas. De esta manera, el acumulado entre enero y septiembre de 2026 asciende a **4.301 personas colocadas laboralmente**.

Los resultados del tercer trimestre evidencian la continuidad de la gestión de la Agencia Pública de Empleo del IMEBU en materia de **intermediación laboral, relacionamiento empresarial y conexión entre buscadores de empleo y empresas**, fortaleciendo durante el periodo la atención a la población y la gestión de oportunidades laborales.

Evidencia fotográfica



META 65: REALIZAR 15 PROGRAMAS DE FORMACIÓN PARA EL TRABAJO.

1. LÍNEA ESTRATÉGICA

Territorio seguro que progresa

2. SECTOR

Trabajo (36)

3. PROGRAMA

Formación para el trabajo (3603)

4. META E INDICADOR DE PRODUCTO

Realizar 15 Programas de formación para el trabajo.

Indicador	Meta 2026	Logro vigencia 2026	% avance trimestre	Presupuesto definitivo 2026	Total Recursos Comprometido 2026	Ejecución Recursos Comprometidos	Ejecución Recursos Obligados	Ejecución Recursos Pagados
Estrategias realizadas 360301900	1	0.3	30%	\$ 6,891,902,445.61	\$ 4,421,159,929.00	64%	3%	3%

4.1. DESCRIPCIÓN DE PROYECTOS

Nombre del Proyecto	Código BPIN	Valor Vigencia Proyecto	Valor Total Proyecto
FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS Y HABILIDADES PARA EL TRABAJO EN EL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA	2024680010182	\$675.000.000	\$ 6,891,902,445.61

4.2. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

4.2.1 FORMACION PARA EL TRABAJO

Durante el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre de 2026, en el marco de la Meta 65 “Realizar 15 programas de formación para el trabajo” (Programa 3603 – Formación para el trabajo, proyecto BPIN 2024680010182), el IMEBU adelantó gestión preparatoria con instituciones oferentes de formación y ejecutó el Convenio de Asociación No. 148 con la Fundación Colombia Fashion Summit, con el apoyo de las Unidades Tecnológicas de Santander (UTS), dirigido a 20 emprendimientos del sector moda de Bucaramanga. A continuación, se presenta la gestión acumulada por trimestre.

Primer trimestre (enero – marzo): gestión preparatoria

Se atendió a las instituciones oferentes de formación (Remington, Cajasán, Colombia College, Universitaria de Chicamocha, UTS y Corporación CELAI) y se adelantó la articulación con el equipo de Presupuestos Participativos y la Secretaría de Planeación para la revisión de saldos de formaciones de vigencias anteriores (2022 y 2023), como gestión preparatoria para la ejecución de nuevos programas de formación durante la vigencia.

Segundo trimestre (abril – junio): suscripción e inicio del Convenio de Asociación No. 148

Se suscribió el Convenio de Asociación No. 148 entre la Alcaldía de Bucaramanga y la Fundación **Colombia Fashion Summit**, cuyo objeto es aunar esfuerzos administrativos, técnicos y financieros para el desarrollo de formaciones no formales que fortalezcan las competencias y habilidades técnicas y de gestión en el sector moda de la economía local. Se abrió la convocatoria en redes sociales para emprendedores de confección, accesorios y marroquinería y se realizó el evento de apertura del programa en Degodoy Cocina, con la presencia del director del IMEBU y los emprendedores seleccionados. El proceso, gratuito para los participantes, se desarrolló en tres fases con un total de 20 sesiones de formación:

Fase	Actividades desarrolladas	Sesiones	Estado
I. Caracterización y diagnóstico integral de capacidades empresariales	Diagnóstico individual de los 20 emprendimientos: estado del negocio, marketing de producto, capacidad productiva, canales de venta digital y nivel de preparación comercial.	6	Finalizada

Fase	Actividades desarrolladas	Sesiones	Estado
II. Desarrollo de capacidades estratégicas en innovación y modelo de negocio	Alianzas estratégicas, tendencias globales, cocreación estratégica, curaduría de producto, styling y coherencia visual, cadena de valor en la moda y moda circular.	6	Finalizada
III. Consolidación empresarial y posicionamiento competitivo	Costeo básico, pricing, estrategias B2C, escalabilidad, gestión estratégica de marca, presentación de producto, participación en ferias y eventos, pitch comercial, producción consciente, cierre de ventas y propuesta de valor.	8	Finalizada
Total		20	

Los 20 emprendimientos beneficiados culminaron el proceso, con permanencia del 100 % y sin deserciones. Participaron 12 mujeres (60 %) y 8 hombres (40 %), y los negocios corresponden a los sectores textil (13; 65 %), accesorios (4; 20 %) y marroquinería (3; 15 %).

Tercer trimestre (julio – septiembre)

Julio.

Los 20 beneficiarios participaron en la Fase IV (Preparación Comercial: ventas, atención al cliente y pitch) y en la Fase V (Ejecución Real: simulación y ventas en entorno real).

Agosto.

Los 20 emprendimientos participaron en Santander Fashion Week 2026 (12 al 15 de agosto). Previamente adelantaron el alistamiento comercial (montaje de stands, definición de la presentación de productos y marcas y coordinación con las modelos de la pasarela) y, entre el 13 y el 15 de agosto, contaron con espacios de exhibición apoyados por el IMEBU, con presentación directa de sus productos ante compradores, potenciales clientes y actores del ecosistema de la moda. El 15 de agosto participaron en la pasarela “Jardín de Auroras” y se realizó la ceremonia de certificación del proceso de formación, en la que el director general del IMEBU, doctor Clinfor Bello Castillo, entregó los reconocimientos a los 20 emprendimientos.

En la Fase VI (Evaluación de Impacto, Medición de Resultados y Cierre Estratégico) los participantes analizaron los resultados del proceso y de su experiencia en la feria, estructuraron una ruta básica de continuidad y respondieron encuestas de percepción, insumo para validar los resultados e identificar mejoras en futuros procesos. En la Fase VII (Acompañamiento Estratégico y Escalabilidad Empresarial) se trabajó la divulgación de resultados comerciales, la comunicación estratégica y el storytelling empresarial, la revisión y ajuste de los modelos de negocio y la construcción, por cada emprendimiento, de una Ruta Estratégica de Crecimiento con acciones y mecanismos de seguimiento a corto, mediano y largo plazo.

Resultados acumulados a septiembre de 2026

Programas de formación para el trabajo realizados: 1 de 1 programado para la vigencia 2026 (100 %) — Convenio de Asociación No. 148. Emprendimientos beneficiados: 20, con 100 % de permanencia y sin deserciones. Participación en Santander Fashion Week 2026: 20 emprendimientos, con stands de exhibición y pasarela.

Beneficiarios por género

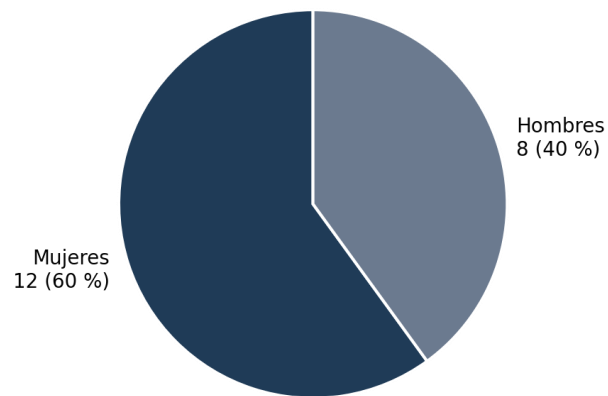


Gráfico 1. Distribución de beneficiarios por género.

Emprendimientos por sector

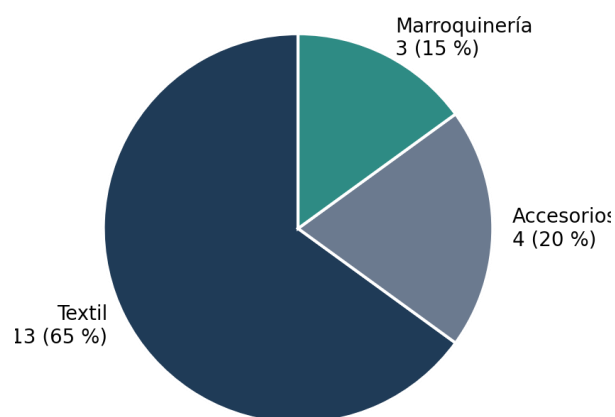


Gráfico 2. Distribución de emprendimientos por sector.

Sesiones de formación por fase (Total: 20)

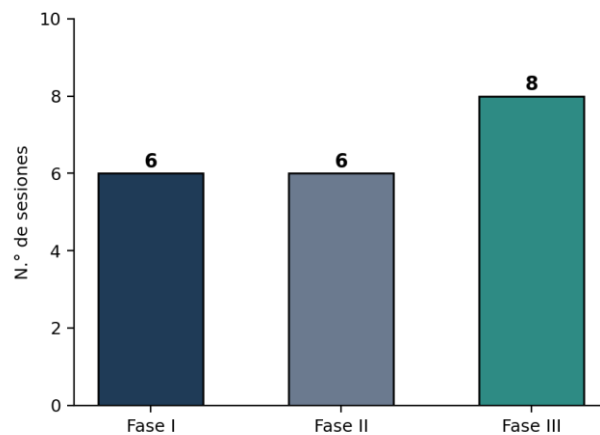


Gráfico 3. Sesiones de formación desarrolladas por fase (total: 20).

Cumplimiento de indicadores de gestión

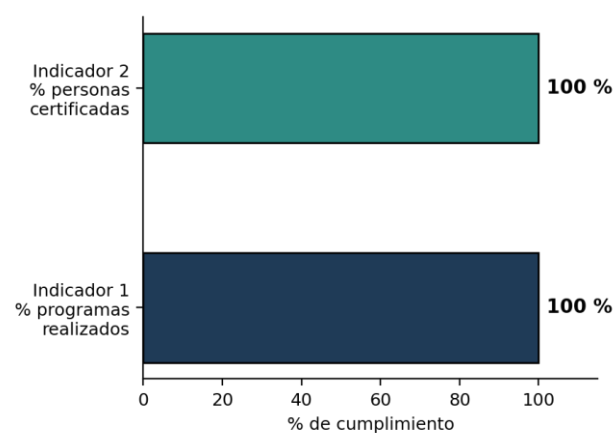


Gráfico 4. Cumplimiento de los indicadores de gestión (Indicador 1 y 2).



4.2.2 PRESUPUESTOS PARTICIPATIVOS

Durante el periodo de este informe, el área de Presupuestos Participativos gestionó la consolidación de la información sobre la ejecución de 2025 y la determinación de los saldos pendientes por ejecutar en cada barrio y vereda. Posteriormente, se notificó formalmente a cada comunidad los valores ejecutados y los saldos restantes, aclarando que dichos montos incluyen los rendimientos financieros certificados por la Subdirección Administrativa y Financiera del IMEBU.

COMUNA	VIGENCIA	BARRIO / VEREDA	PROYECTO APROBADO	PRESUPUESTO INICIAL	PRESUPUESTO EJECUTADO EN ACTA DE SUPERVISION FINAL	SALDO A FAVOR POR FORMACION	SALDO A FAVOR DEL BARRIO	RENDIMIENTOS	SALDO TOTAL DEL BARRIO CON RENDIMIENTOS
3	2023	MUTUALIDAD	BELLEZA INTEGRAL	\$ 328.790.410	\$ 161.654.579	\$ 2.740.626	\$ 5.738.031	\$ 741.882	\$ 7.291.305
			CONDUCCION		\$ 161.397.800	\$ 2.997.405		\$ 811.392	
3	2022	PUERTO RICO	MECANICA DIESEL	\$ 273.881.925	\$ 17.656.974	\$ 73.637.001	\$ 80.857.061	\$ 19.933.401	\$ 102.744.919
			BELLEZA INTEGRAL		\$ 87.232.090	\$ 4.061.885		\$ 1.099.545	
			CONDUCCION		\$ 88.135.800	\$ 3.158.175		\$ 854.912	
4	2022	LA GLORIA	ESTAMPADOS	\$ 273.881.925	\$ 272.720.000	\$ 1.161.925	\$ 1.161.925	\$ 314.531	\$ 1.476.456
4	2022	MILAGRO DE DIOS	BELLEZA INTEGRAL	\$ 273.881.925	\$ 65.400.505	\$ 3.069.976	\$ 44.890.613	\$ 831.037	\$ 57.042.419
			CONFECCIONES		\$ 60.651.184	\$ 7.819.297		\$ 2.116.669	
			CULINARIA		\$ 67.801.518	\$ 668.963		\$ 181.087	
			MECANICA DIESEL		\$ 35.138.105	\$ 33.332.376		\$ 9.023.013	
4	2023	VILLAS DE GIRARDOT	CONFECCIONES	\$ 328.790.410	\$ 16.770.932	\$ 312.019.478	\$ 312.019.478	\$ 84.463.099	\$ 396.482.577
5	2023	PRIMERO DE MAYO	BELLEZA INTEGRAL	\$ 328.790.410	\$ 161.654.579	\$ 2.740.626	\$ 4.795.931	\$ 741.882	\$ 6.094.181
			CONDUCCION		\$ 162.339.900	\$ 2.055.305		\$ 556.367	
CORR 3	2023	MIRADORES DE LA UIS	CONFECCIONES	\$ 328.790.410	\$ 94.596.776	\$ 69.798.429	\$ 71.121.634	\$ 18.894.306	\$ 90.374.130
			CONDUCCION		\$ 163.072.000	\$ 1.323.205		\$ 358.189	
10	2022	GRANJAS DE PROVENZA	ENERGIA FOTOVOLTAICA	\$ 273.881.925	\$ 42.053.340	\$ 231.828.585	\$ 231.828.585	\$ 62.755.842	\$ 294.584.427
CORR 3	2022	VEREDA PEDREGAL BAJO SECTOR PORVENIR	CONFECCIONES	\$ 273.881.925	\$ 17.161.864	\$ 119.779.099	\$ 121.470.161	\$ 32.423.982	\$ 154.351.910
			CONDUCCION		\$ 135.249.900	\$ 1.691.063		\$ 457.768	
10	2022	BRISAS DE PROVENZA	CONDUCCION	\$ 273.881.925	\$ 270.709.800	\$ 3.172.125	\$ 3.172.125	\$ 858.688	\$ 4.030.813
3	2023	SAN RAFAEL	CONDUCCION	\$ 328.790.410	\$ 327.098.900	\$ 1.691.510	\$ 1.691.510	\$ 457.889	\$ 2.149.399
3	2023	NORTE BAJO	CONDUCCION	\$ 328.790.410	\$ 327.936.000	\$ 854.410	\$ 854.410	\$ 231.287	\$ 1.085.697
8	2022	LAURELES	CONDUCCION	\$ 273.881.925	\$ 252.473.100	\$ 21.408.825	\$ 21.408.825	\$ 5.795.330	\$ 27.204.155

Se llevaron a cabo asambleas de residentes en los siguientes barrios con el fin de elegir las capacitaciones a desarrollar en cada sector. Las formaciones seleccionadas por la comunidad fueron:

BARRIOS EJECUTADOS EN 2025

COMUNA	VIGENCIA	BARRIO / CORREGIMIENTO	SALDO TOTAL DEL BARRIO CON RENDIMIENTOS	DECISION DE LA COMUNIDAD FRENTE AL SALDO 2025
3	2023	MUTUALIDAD	\$ 7,291,305	SALDO INSUFICIENTE NO SE EJECUTARA
3	2023	PUERTO RICO	\$ 102,744,918	ENVIO COMUNICACIÓN - DESEAN EJECUTARCAMARAS DE SEGURIDAD
4	2022	LA GLORIA	\$ 1,476,455	SALDO INSUFICIENTE NO SE EJECUTARA
4	2022	MILAGRO DE DIOS	\$ 57,042,419	BELLEZA INTEGRAL
4	2023	VILLAS DE GIRARDOT	\$ 396,482,576	COCINA INTEGRAL
				BELLEZA INTEGRAL
				MODISTERIA
				REPOSTERIA
5	2023	PRIMERO DE MAYO	\$ 6,094,180	SALDO INSUFICIENTE NO SE EJECUTARA
CORR 3	2023	MIRADORES DE LA UIS	\$ 90,374,129	DESEAN EJECUTAR PROYECTO DE INFRAESTRUCTURA EN CONUNTO CON PEDREGAL BAJO - EN PROCESO DE SEGUIMIENTO EN EL CONCEJO MUNICIPAL
10	2022	GRANJAS DE PROVENZA	\$ 294,585,427	SE REALIZO ASAMBLEA DE RESIDENTES Y DECIDIERON EJECUTAR ANDENES
CORR 3	2022	VEREDA PEDREGAL BAJO SECTOR PORVENIR	\$ 154,351,910	DESEAN EJECUTAR PROYECTO DE INFRAESTRUCTURA EN CONJUNTO CON MIRADORES DE LA UIS - EN PROCESO DE SEGUIMIENTO EN EL CONCEJO MUNICIPAL
10	2022	BRISAS DE PROVENZA	\$ 4,030,813	ESTE SALDO SE SUMA A LA NUEVA ASIGNACION 2026
3	2023	SAN RAFAEL	\$ 2,149,398	CAPACITACION EN PRIMERA INFANCIA
3	2023	NORTE BAJO	\$ 1,085,697	SALDO INSUFICIENTE NO SE EJECUTARA
8	2022	LAURELES	\$ 27,204,155	SALDO INSUFICIENTE NO SE EJECUTARA
16	2022	HACIENDA SAN JUAN	\$ 348,021,258	SE REALIZO ASAMBLEA DE RESIDENTES Y DECIDIERON EJECUTAR CORNETAS
				SE DEBE TRASLADAR A INFRAESTRUCTURA POR DIRECCIONAMIENTO DE PLANEACION
10	2023	LUZ DE SALVACIÓN	\$ 417,793,369	ESTAMPADOS

NUEVAS ASIGNACIONES DE BARRIOS / VEREDAS 2026

COMUNA	VIGENCIA	BARRIO / VEREDA	PROYECTO APROBADO	PRESUPUESTO ASIGNADO AL BARRIO
1	2021	BETANIA ETAPA 12	CURSO LICENCIA DE MANEJO C1 BELLEZA MODISTERIA	\$ 253,808,244
1	2023	BAVARIA II	BELLEZA INTEGRAL VIGILANCIA ESTAMPADOS REPOSTERIA	\$ 328,790,410
1	2024	A. H. LA ROCA	BELLEZA INTEGRAL MODISTERIA VIGILANCIA COMIDAS RAPIDAS	\$ 352,467,825
1	2024	A.H. VILLAS DEL CLAVERIANO	ESTAMPADOS BELLEZA INTEGRAL BARBERIA VIGILANCIA	\$ 352,467,825
1	2024	A. H. BRISAS DEL SOL	ESTAMPADOS BELLEZA INTEGRAL REPOSTERIA DECORACION DE EVENTOS	\$ 352,467,825
1	2024	SAN VALENTIN	NO VAN A EJEUCTAR - PRESIDENTA JAC ENVIÓ COMUNICACIÓN	\$ 352,467,825
4	2024	A.H. ZARABANDA	MODISTERIA	\$ 352,467,825
4	2024	A.H. CAMILO TORRES	FORMACION EN BELLEZA	\$ 352,467,825
10	2024	BRISAS DE PROVENZA	CAPACITACION EN PRIMERA INFANCIA	\$ 352,467,825
4	2025	GAITAN	ESTAMPADOS	\$ 394,139,879
1	2025	A.H. LA PLAYITA	CALZADO Y MARROQUINERIA ESTAMPADOS BELLEZA INTEGRAL BARBERIA	\$ 394,139,879

Como resultado final de la gestión desarrollada con cada una de las comunidades, a continuación, se resumen los valores confirmados para ejecutar / no ejecutar durante la vigencia 2026.

AÑO	TOTAL BARRIOS	CANTIDAD DE BARRIOS CONFIRMADOS QUE EJECUTARAN SALDOS EN 2026	BARRIOS CONFIRMADOS QUE EJECUTARAN SALDOS EN 2026	PRESUPUESTO YA CONFIRMADO A EJECUTAR
2025	15	4	MILAGRO DE DIOS VILLAS DE GIRARDOT BRISAS DE PROVEZA LUZ DE SALVACION	\$ 875,349,177
2026	11	10	BETANIA ETAPA 12 BAVARIA II LA ROCA VILLAS DEL CLAVERIANO BRISAS DEL SOL CAMILO TORRES BRISAS DE PROVENZA GAITAN LA PLAYITA ZARABANDA	\$ 3,485,685,362
		CONFIRMADO PARA EJECUCION EN 2026		\$ 4,361,034,539

Se realizó PRIMERA MESA DE TRABAJO CORREGIMIENTO 3 _PRESUPUESTO PARTICIPATIVOS SALDOS DE EJECUCIÓN DEL 2025, con las veredas del corregimiento 3 Miradores de la UIS y Pedregal Bajo sector Porvenir.

Estos sectores presentan una problemática derivada de una falla geológica que ocasionó un deslizamiento de tierra, afectando y destruyendo el sistema de alcantarillado artesanal existente, situación que requiere una intervención técnica e institucional.

Se revisaron las diferentes variables y se establecieron compromisos para cada una de las partes a fin de determinar si es viable o no el traslado de los recursos.

A la fecha de este informe no se ha recibido información de avances de los Barrios frente a los compromisos adquiridos por ellos.

Se realizó la consolidación y organización del soporte documental de la estrategia para los Barrios / Veredas ejecutados en 2025

4.2.3 VICTIMAS

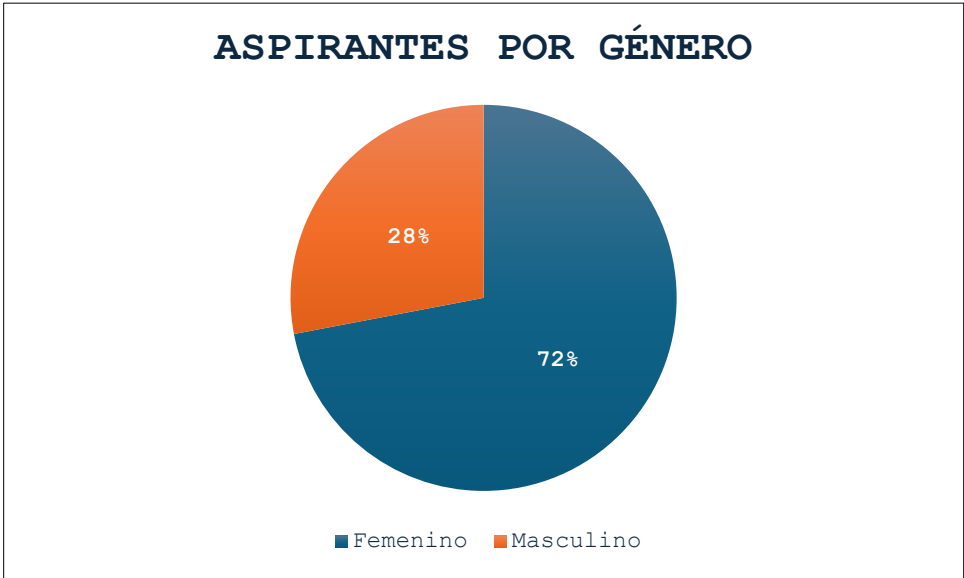
CONVOCATORIA PROYECTOS PRODUCTIVOS 2026

Durante la vigencia 2026, el **Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial de Bucaramanga – IMEBU** llevó a cabo la convocatoria del **Programa de Proyectos Productivos**, dirigida a la población víctima del conflicto armado residente en el municipio de Bucaramanga, con el propósito de identificar y seleccionar iniciativas orientadas tanto al **emprendimiento como al fortalecimiento de unidades productivas existentes**.

La convocatoria contó con una **amplia participación y acogida por parte de la población objetivo**, reflejada en la inscripción de un total de **308 aspirantes** interesados en acceder al programa. Este resultado evidencia el interés de la comunidad en las estrategias de apoyo al emprendimiento y fortalecimiento productivo promovidas por el Instituto y permitió contar con una participación significativa para el desarrollo del proceso de evaluación y selección correspondiente a la vigencia 2026.

A partir de la información registrada durante la convocatoria, se realizó la **caracterización de la población aspirante**, teniendo en cuenta variables como género, grupo etario, tipo de apoyo solicitado, sector económico y enfoque diferencial, cuyos resultados se presentan a continuación.

VARIABLE	CATEGORÍA	N.º DE ASPIRANTES	PARTICIPACIÓN
Género	Femenino	222	72%
	Masculino	86	28%

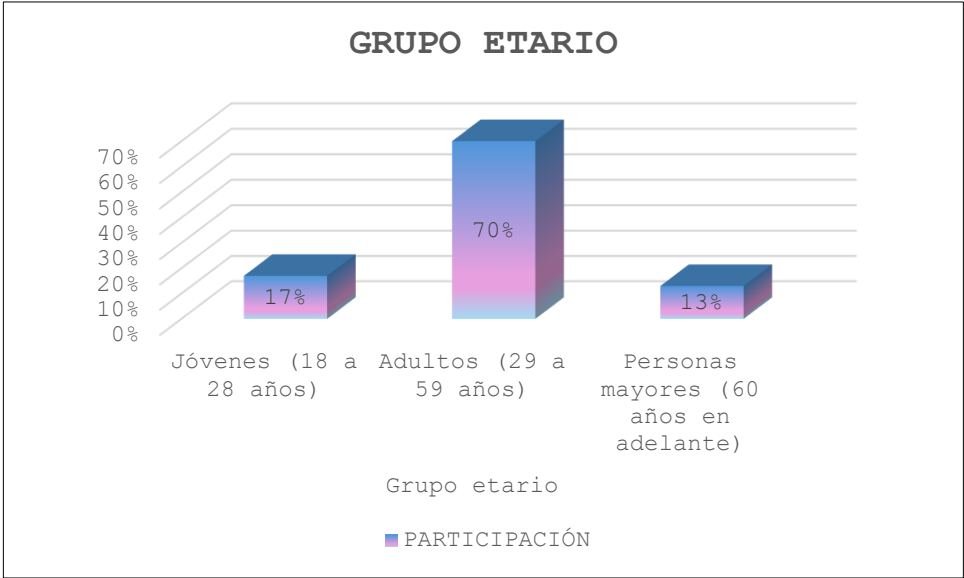


• **ANÁLISIS POR GÉNERO**

La distribución por género evidencia una mayor participación de mujeres en la convocatoria, quienes representan el 72 % de los aspirantes, con 222 inscripciones, frente al 28 % correspondiente a 86 hombres. Esto significa que aproximadamente 7 de cada 10 personas inscritas fueron mujeres, mostrando una participación femenina considerablemente superior durante el proceso de convocatoria.

Este comportamiento permite identificar una importante presencia de las mujeres dentro de las iniciativas de emprendimiento y fortalecimiento productivo presentadas al programa. Desde el punto de vista de la gestión, esta información constituye un elemento relevante para la caracterización de la población participante y para orientar las acciones de acompañamiento posteriores, teniendo en cuenta la composición real de los aspirantes.

VARIABLE	CATEGORÍA	N.º DE ASPIRANTES	PARTICIPACIÓN
Grupo etario	Jóvenes (18 a 28 años)	52	17%
	Adultos (29 a 59 años)	215	70%
	Personas mayores (60 años en adelante)	41	13%



• **ANÁLISIS POR GRUPO ETARIO**

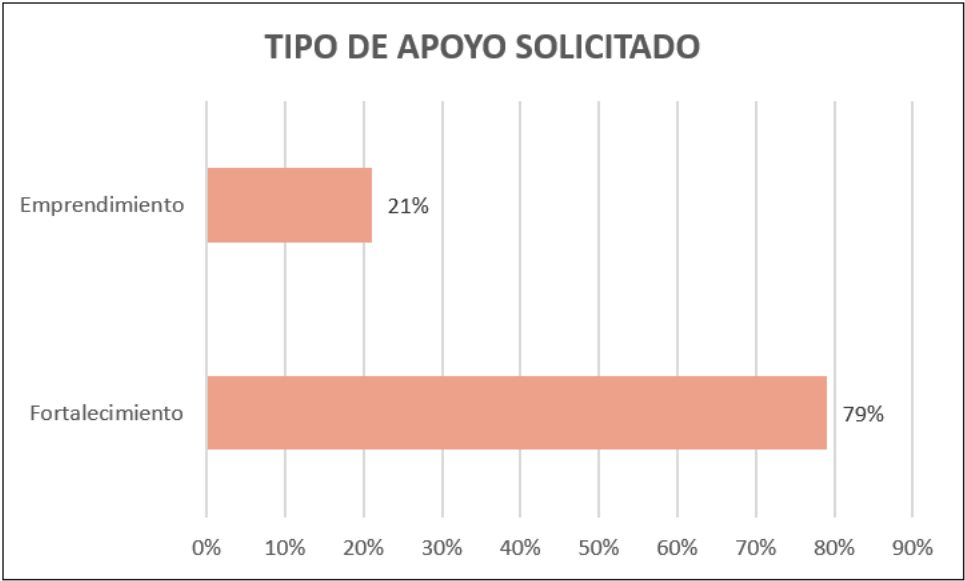
La participación se concentró principalmente en la población adulta entre los 29 y 59 años, con 215 aspirantes, equivalentes al 70 % del total, seguida de los jóvenes con un 17 % y las personas mayores con un 13 %. Esta distribución evidencia que la mayor demanda del programa se encuentra en población en edad económicamente activa, interesada en generar o fortalecer alternativas de ingreso mediante sus proyectos productivos. A su vez, la participación de jóvenes y personas mayores refleja que la convocatoria logró vincular diferentes grupos generacionales, aspecto relevante para orientar las estrategias de acompañamiento de acuerdo con las características de la población atendida.

SECTOR ECONÓMICO	N.º DE ASPIRANTES	PARTICIPACIÓN
Alimentos	86	29 %
Moda y confecciones	65	22 %
Comercio al por menor	39	13 %
Belleza	24	8 %
Agricultura	10	4 %
Servicios técnicos	10	3 %
Otros sectores	62	21 %
TOTAL	296	100 %

• ANÁLISIS POR SECTOR ECONÓMICO

La caracterización por sector económico evidencia una mayor concentración de las iniciativas en **alimentos (29 %)** y **moda y confecciones (22 %)**, que en conjunto representan más de la mitad de los registros con información disponible. Le siguen comercio al por menor (13 %) y belleza (8 %), mientras que el **21 % corresponde a otros sectores**, lo que evidencia diversidad en las actividades económicas propuestas. Esta distribución permite identificar los sectores con mayor demanda dentro de la convocatoria y constituye un insumo para orientar el acompañamiento técnico, las capacitaciones y las acciones de fortalecimiento de acuerdo con las necesidades propias de cada actividad productiva.

TIPO DE APOYO	N.º DE ASPIRANTES	PARTICIPACIÓN
Emprendimiento	169	58 %
Fortalecimiento	123	42 %
TOTAL	292	100 %

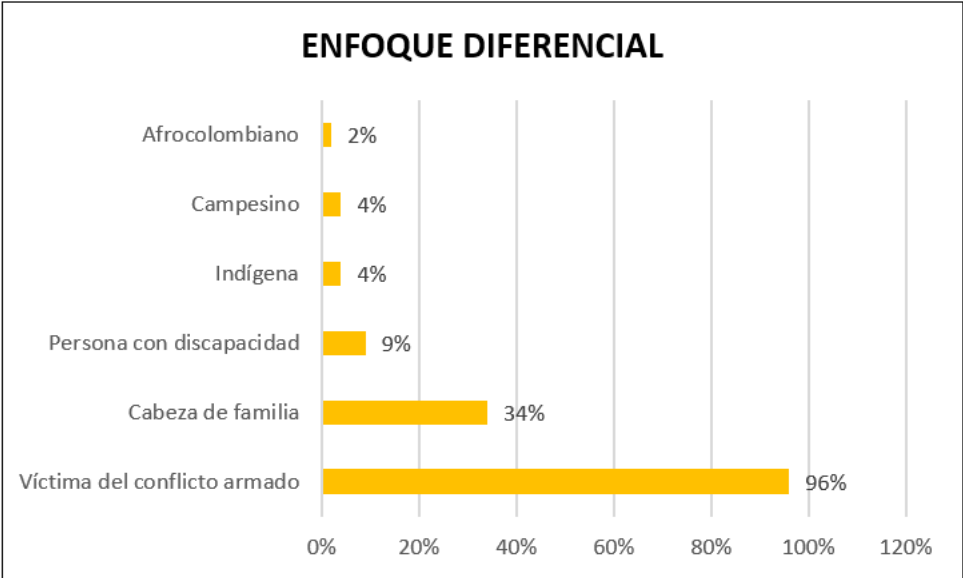


• ANÁLISIS POR TIPO DE APOYO

La distribución por tipo de apoyo muestra una mayor participación de iniciativas de emprendimiento, con 169 aspirantes (58 %), frente a 123 solicitudes de fortalecimiento (42 %). Esta composición evidencia que la convocatoria atendió tanto a personas interesadas en poner en marcha nuevas iniciativas productivas como a aquellas que buscan fortalecer negocios existentes. La diferencia entre ambas modalidades permite identificar una mayor demanda hacia la creación de nuevas iniciativas, sin dejar de representar una participación importante de unidades productivas que requieren fortalecimiento para mejorar su capacidad y sostenibilidad.

ENFOQUE DIFERENCIAL	N.º DE ASPIRANTES	PARTICIPACIÓN
Víctima del conflicto armado	281	92 %
Cabeza de familia	105	34 %
Persona con discapacidad	28	9 %
Afrocolombiano	25	8 %
Campesino	15	5 %

Otros enfoques reportados	3	1 %
---------------------------	---	-----



• **ANÁLISIS POR ENFOQUE DIFERENCIAL**

La caracterización por enfoque diferencial muestra que **281 aspirantes (92 %) se reconocen como víctimas del conflicto armado**, condición que guarda relación directa con la población objetivo de la convocatoria. Adicionalmente, se identificó una participación importante de **personas cabeza de familia (34 %)**, así como personas con discapacidad (9 %), población afrocolombiana (8 %) y campesina (5 %). Estos resultados permiten reconocer que dentro de la población participante **convergen diferentes condiciones de vulnerabilidad**, información relevante para orientar el acompañamiento y la atención durante el desarrollo del programa.

NOTA: Los enfoques diferenciales no son excluyentes, por lo que un mismo aspirante puede pertenecer a más de una categoría y los porcentajes no deben sumar 100 %.

1. PROCESO DE EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE BENEFICIARIOS – PROYECTOS PRODUCTIVOS 2026.

Una vez finalizada la etapa de inscripción, se dio inicio al proceso de **evaluación y selección de los aspirantes** a la convocatoria de Proyectos Productivos 2026. Para el desarrollo de esta etapa, el **Centro de Desarrollo Empresarial – CDE conformó un equipo de 15 asesores**, quienes tuvieron a su cargo la revisión y evaluación de la documentación y de los requisitos presentados por cada uno de los participantes.

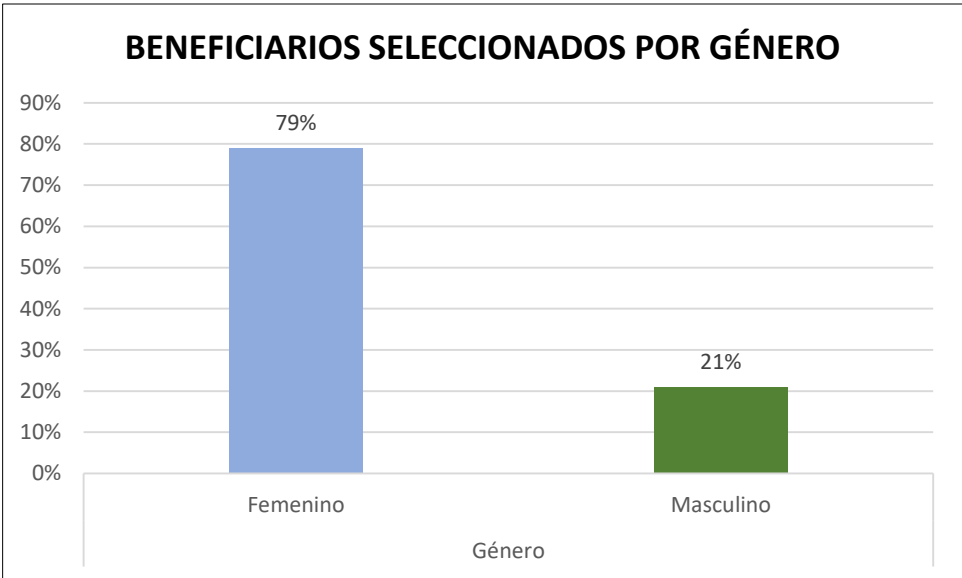
El proceso de evaluación se realizó teniendo en cuenta los **criterios de priorización establecidos en los Términos de Referencia de la convocatoria**, con el propósito de aplicar los mismos parámetros de evaluación a los aspirantes y garantizar una selección acorde con las condiciones previamente definidas.

Como resultado de este proceso, se consolidó la selección de **53 beneficiarios** para la vigencia 2026. De acuerdo con la distribución definida para el programa, el **80 % de los cupos se destinó a fortalecimiento y el 20 % a emprendimiento**, quedando seleccionadas **42 personas para el fortalecimiento de sus unidades productivas y 11 para el desarrollo de iniciativas de emprendimiento**.

Con la selección de los 53 beneficiarios se dio cierre a esta etapa y se continuó con la ruta establecida por el programa para el acompañamiento de las iniciativas seleccionadas.

- **CARACTERIZACIÓN DE BENEFICIARIOS SELECCIONADOS – 2026**
- **DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIARIOS POR GÉNERO**

GÉNERO	BENEFICIARIOS	PARTICIPACIÓN
Femenino	42	79 %
Masculino	11	21 %
TOTAL	53	100 %

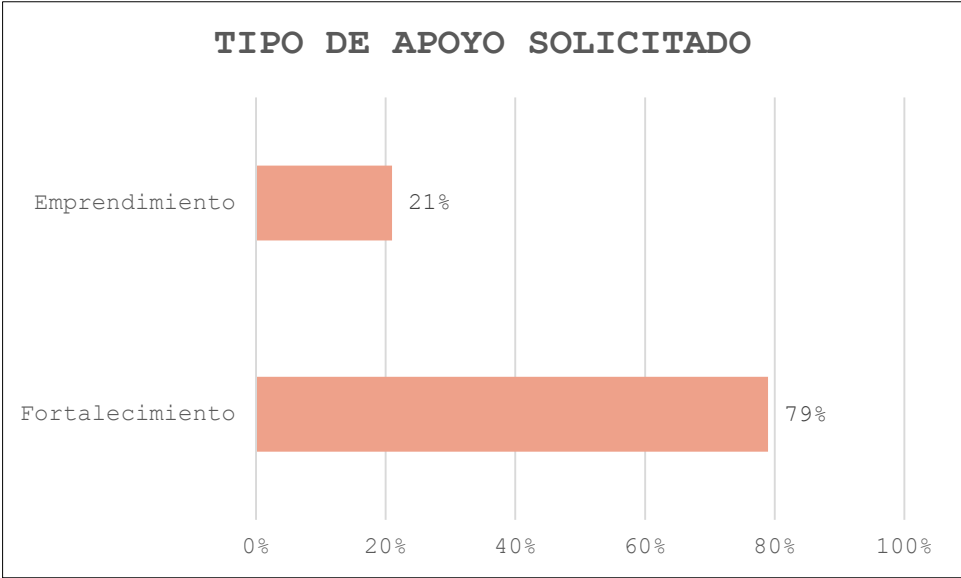


- **ANÁLISIS POR GÉNERO**

La distribución por género de los beneficiarios seleccionados muestra una **participación mayoritariamente femenina**, con 42 mujeres frente a 11 hombres. Esta composición mantiene la tendencia observada desde la etapa de inscripción y evidencia la presencia significativa de las mujeres dentro de las iniciativas productivas seleccionadas. El resultado permite identificar el papel que tiene la población femenina dentro del programa y su participación en procesos orientados a la generación de ingresos y al desarrollo de actividades productivas.

- **DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIARIOS POR TIPO DE APOYO**

TIPO DE APOYO	BENEFICIARIOS	PARTICIPACIÓN
Fortalecimiento	42	79 %
Emprendimiento	11	21 %
TOTAL	53	100 %

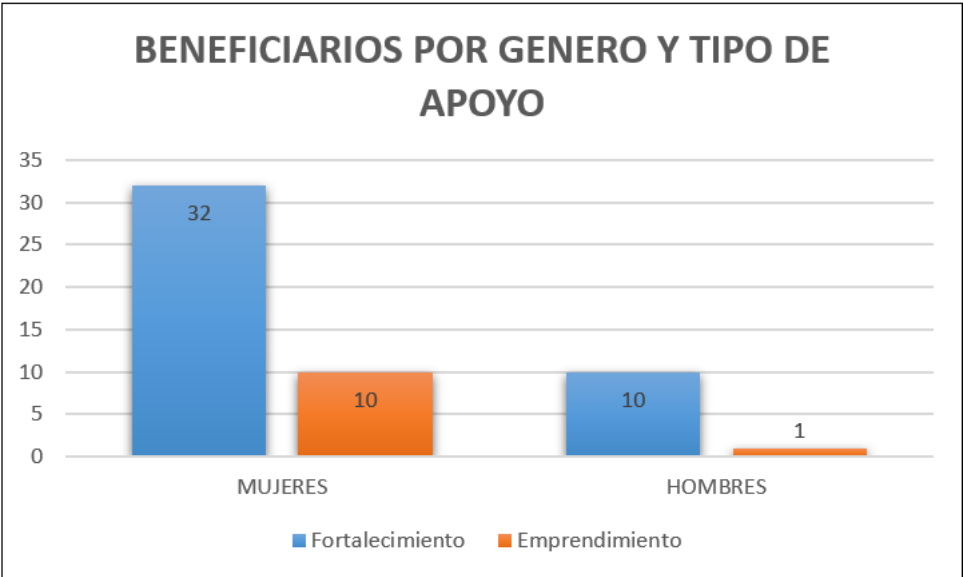


• **ANÁLISIS POR BENEFICIARIOS VS TIPO DE APOYO:**

La distribución por género de los beneficiarios seleccionados muestra una **participación mayoritariamente femenina**, con 42 mujeres frente a 11 hombres. Esta composición mantiene la tendencia observada desde la etapa de inscripción y evidencia la presencia significativa de las mujeres dentro de las iniciativas productivas seleccionadas. El resultado permite identificar el papel que tiene la población femenina dentro del programa y su participación en procesos orientados a la generación de ingresos y al desarrollo de actividades productivas.

• **DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE APOYO Y GÉNERO**

TIPO DE APOYO	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Fortalecimiento	32	10	42
Emprendimiento	10	1	11
TOTAL	42	11	53

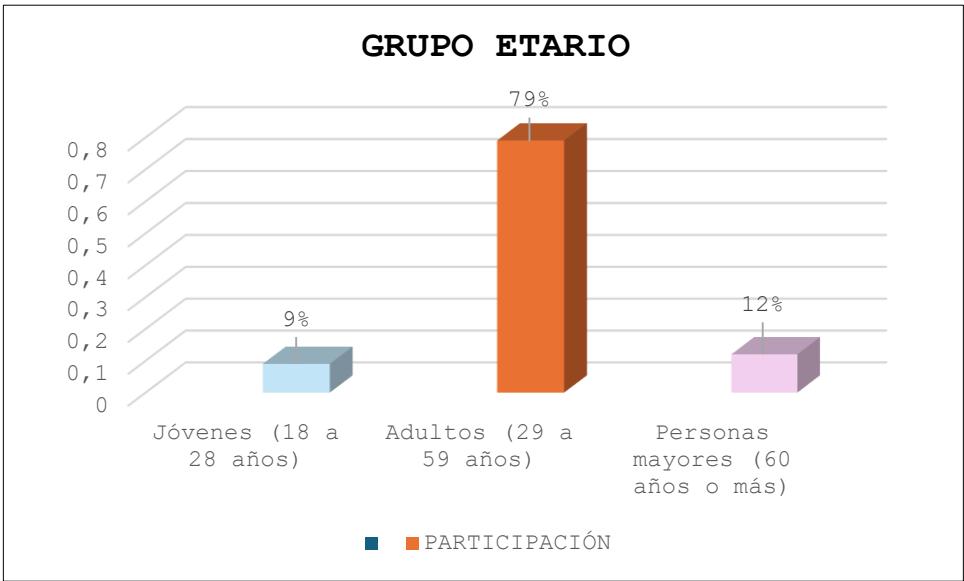


- ANÁLISIS POR GÉNERO Y TIPO DE APOYO

Al relacionar el género con el tipo de apoyo se observa que la **participación femenina es mayor en las dos modalidades del programa**. En fortalecimiento se seleccionaron 32 mujeres y 10 hombres, mientras que en emprendimiento fueron seleccionadas 10 mujeres y 1 hombre. Esta distribución confirma la tendencia identificada durante el proceso de caracterización y muestra una participación importante de las mujeres tanto en la **consolidación de unidades productivas existentes como en la puesta en marcha de nuevas iniciativas de negocio**.

- GRUPO ETARIO

GRUPO ETARIO	BENEFICIARIOS	PARTICIPACIÓN
Jóvenes (18 a 28 años)	5	9 %
Adultos (29 a 59 años)	42	79 %
Personas mayores (60 años o más)	6	12 %
TOTAL	53	100 %



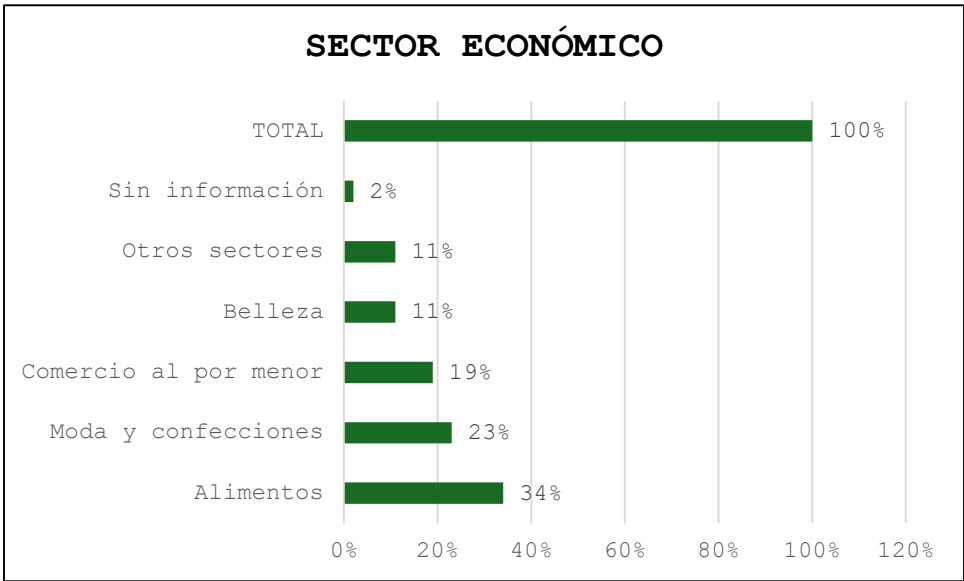
- ANÁLISIS POR GRUPO ETARIO

La distribución por grupo etario evidencia que la mayor parte de los beneficiarios seleccionados se concentra en la población adulta entre los **29 y 59 años**, que representa el 79 % del total. Este resultado muestra que el programa tiene una participación importante de personas en edad productiva que buscan fortalecer o desarrollar alternativas para la generación de ingresos. Por su parte, la participación de jóvenes y personas mayores permite evidenciar que el programa también tiene alcance en otros grupos generacionales de la población víctima.

- SECTOR ECONÓMICO

SECTOR ECONÓMICO	BENEFICIARIOS	PARTICIPACIÓN
Alimentos	18	34 %

Moda y confecciones	12	23 %
Comercio al por menor	10	19 %
Belleza	6	11 %
Otros sectores	6	11 %
Sin información	1	2 %
TOTAL	53	100 %



• **ANÁLISIS POR SECTOR ECONOMICO:**

La distribución por sector económico muestra que los beneficiarios seleccionados desarrollan actividades en diferentes áreas, con una mayor concentración en alimentos, moda y confecciones y comercio al por menor. En conjunto, estos tres sectores representan el 76 % de los beneficiarios, lo que permite identificar las actividades con mayor presencia dentro del programa. Esta información es relevante para orientar el acompañamiento y las acciones de fortalecimiento de acuerdo con las características y necesidades de las unidades productivas seleccionadas.

• **ENFOQUE DIFERENCIAL**

ENFOQUE DIFERENCIAL	BENEFICIARIOS	PARTICIPACIÓN SOBRE 53
Víctima del conflicto armado	53	100 %
Cabeza de familia	18	34 %
Persona con discapacidad	5	9 %
Indígena	2	4 %
Campesino	2	4 %
Afrocolombiano	1	2 %

- **ANÁLISIS POR ENFOQUE DIRERENCIAL**

La caracterización por enfoque diferencial evidencia que el **100 % de los beneficiarios seleccionados son víctimas del conflicto armado**, de acuerdo con la población objetivo-definida para la convocatoria. Adicionalmente, se identifican otras condiciones diferenciales, principalmente la de **cabeza de familia, presente en el 34 % de los beneficiarios**, seguida de personas con discapacidad (9 %), población indígena (4 %), campesina (4 %) y afrocolombiana (2 %). Esta caracterización permite conocer con mayor detalle las condiciones de la población seleccionada y constituye un insumo para orientar el acompañamiento durante el desarrollo del programa.

NOTA: Los enfoques diferenciales no son excluyentes; un mismo beneficiario puede registrar más de una condición, razón por la cual los porcentajes no corresponden a categorías que deban sumar 100 %.

3. ESTADO ACTUAL DEL PROGRAMA DE PROYECTOS PRODUCTIVOS – VIGENCIA 2026

Al cierre del mes de septiembre de 2026, el Programa de Proyectos Productivos – vigencia 2026 cuenta con **53 beneficiarios seleccionados**, una vez culminadas las etapas de convocatoria, inscripción, evaluación y selección de los aspirantes, conforme a los criterios establecidos en los Términos de Referencia.

Posterior a la publicación de resultados, realizada el **8 de septiembre de 2026**, se llevó a cabo la **jornada de inducción el 18 de septiembre**, espacio en el cual se socializó con los beneficiarios la ruta de atención y las actividades previstas para continuar con el desarrollo del programa. Esta jornada contó con el acompañamiento del **Centro de Desarrollo Empresarial – CDE y el SENA**, como parte de la articulación institucional prevista para el desarrollo de las siguientes etapas.

Actualmente, el programa se encuentra en la fase de **acompañamiento y preparación de los beneficiarios para la estructuración de sus proyectos productivos**, tanto en la modalidad de fortalecimiento como de emprendimiento. Como parte de esta ruta, se tiene previsto iniciar el **5 de octubre de 2026 el proceso de formación de los 53 beneficiarios**, actividad que se desarrollará de manera articulada entre el **IMEBU, el Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA y el Centro de Desarrollo Empresarial – CDE**.

Este proceso de formación constituye una etapa previa para continuar con la **formulación y estructuración de los planes de inversión**, de acuerdo con las características y necesidades de cada emprendimiento o unidad productiva. Posteriormente, se avanzará en las actividades técnicas y administrativas requeridas para definir los bienes que integrarán dichos planes y continuar con el proceso para su adquisición y entrega.

5. AVANCE PROYECTOS PRODUCTIVOS – VIGENCIA 2025

Durante la vigencia 2026 se dio continuidad al proceso de **Proyectos Productivos correspondiente a la vigencia 2025**, avanzando en las actividades técnicas y administrativas necesarias para la adquisición de los bienes establecidos en los planes de inversión de los beneficiarios.

Como primera etapa, se realizó la **revisión, organización y consolidación de los ítems resultantes de los planes de inversión formulados durante 2025**. A partir de este ejercicio se efectuó una sectorización de los bienes, con el propósito de agrupar elementos con características similares y facilitar tanto su revisión técnica como el posterior proceso de cotización.

Una vez organizada la información, se avanzó en la elaboración del **estudio de precios y del sector**, proceso que incluyó la revisión y fortalecimiento de las especificaciones técnicas de los diferentes ítems. Este trabajo permitió contar con descripciones más precisas de los bienes requeridos y establecer condiciones técnicas que facilitarían la consulta y comparación de precios en el mercado.

Durante el desarrollo de esta etapa se identificó un **número considerable de ítems con características y especificaciones particulares**, situación que generaba dificultades para adelantar de manera eficiente el proceso de cotización y posterior adquisición. Frente a esta situación, se consideró necesario revisar nuevamente los requerimientos establecidos inicialmente en los planes de inversión.

Por esta razón, se realizaron espacios de trabajo con los beneficiarios del programa, orientados a la **revisión y actualización de sus planes de inversión**, buscando ajustar los bienes solicitados a las necesidades actuales de cada unidad productiva y, al mismo tiempo, reducir y consolidar el número de ítems requeridos. Este ejercicio permitió obtener planes de inversión actualizados y una estructura de bienes más organizada para continuar con el proceso.

Con base en los nuevos planes de inversión, se adelantó nuevamente la **consolidación de los ítems, revisión de especificaciones técnicas y estudio de precios**, incorporando los ajustes realizados con los beneficiarios y actualizando la información necesaria para estructurar el proceso de adquisición.

Como resultado de las actividades desarrolladas durante la vigencia, actualmente el proyecto se encuentra en su **etapa final**, habiéndose consolidado y remitido a la **Oficina Jurídica del IMEBU** las fichas técnicas, el estudio de precios y demás documentos y soportes requeridos para continuar con el proceso contractual mediante **subasta inversa electrónica**, orientado a concretar la adquisición y posterior entrega de los bienes a los beneficiarios del Programa de Proyectos Productivos de la vigencia 2025.

INDICADOR DE AVANCE	RESULTADO
Categorías sectorizadas para estudio de mercado	15
Estudios de precios de mercado elaborados	15
Cotizaciones No. 1	15
Cotizaciones No. 2	15
Cotizaciones utilizadas en total	30
Cotizaciones por categoría	2
Categorías con dos fuentes de cotización	15 de 15 (100 %)
Estado actual	Proceso de subasta



¡53 beneficiarios seleccionados!

Una convocatoria que abre oportunidades para las víctimas del conflicto armado.

274 preseleccionados

43 Seleccionados fortalecimiento de unidades productivas

10 Seleccionados emprendimientos

Seguimos impulsando oportunidades para transformar vidas y fortalecer proyectos productivos.

4.2.4 CONVENIO DE ASOCIACION IMEBU – FUNDACION COLOMBIA FASHION SUMMIT

Durante la ejecución de este convenio, en el marco del Convenio de Asociación No. 148, suscrito entre el Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial de Bucaramanga – IMEBU y la Fundación Colombia Fashion Summit, se desarrolló un proceso integral de formación, acompañamiento y fortalecimiento empresarial dirigido a veinte (20) emprendimientos vinculados al sector moda de la economía local.

El convenio tuvo como objeto aunar esfuerzos administrativos, técnicos y financieros para el desarrollo de formaciones no formales orientadas al fortalecimiento de las competencias y habilidades técnicas y de gestión de los participantes, en el marco del proyecto “Fortalecimiento de competencias y habilidades para el trabajo en el municipio de Bucaramanga”. Esta articulación permitió brindar a las participantes herramientas para el fortalecimiento de sus capacidades técnicas, empresariales y comerciales, abordando diferentes aspectos del desarrollo de sus unidades productivas: desde el diagnóstico inicial y la identificación de necesidades, hasta la preparación comercial, la participación en escenarios de visibilización, la evaluación de resultados y la definición de rutas de crecimiento.

La ejecución se desarrolló de manera progresiva, conforme al cronograma establecido, mediante una ruta que inició con la caracterización y diagnóstico de los emprendimientos, continuó con el fortalecimiento de capacidades estratégicas, empresariales y comerciales, avanzó hacia la preparación y validación en escenarios reales y culminó con la participación en Santander Fashion Week 2026, la evaluación de resultados, el acompañamiento para la escalabilidad, la sistematización y el cierre técnico y administrativo del convenio. De este modo, los contenidos de formación y las actividades de acompañamiento respondieron a las diferentes etapas de consolidación de los emprendimientos.

En este sentido, el proceso articuló formación, acompañamiento especializado y oportunidades de aplicación práctica, buscando que los conocimientos adquiridos por los participantes pudieran ser trasladados a la gestión cotidiana de sus emprendimientos y a escenarios reales de comercialización y posicionamiento.

1.1. Ruta de ejecución del convenio

El siguiente cuadro resume las fases desarrolladas conforme al cronograma de ejecución, las cuales se describen en detalle en los numerales siguientes:

Fase	Denominación	Fecha(s) de desarrollo
Fase I	Caracterización y diagnóstico integral de capacidades empresariales	20 al 22 de abril de 2026
Fase II	Desarrollo de capacidades estratégicas en innovación y modelo de negocio	29 de abril al 27 de mayo de 2026
Fase III	Consolidación empresarial y posicionamiento competitivo	3 al 24 de junio de 2026
Fase IV	Preparación comercial, validación de mercado y cierre estratégico	1 y 8 de julio de 2026
Fase V	Laboratorio de validación comercial y aplicación práctica	8 de julio de 2026
Fase VI	Evaluación de impacto, medición de resultados y cierre estratégico	13 de agosto de 2026
Fase VII	Acompañamiento estratégico y escalabilidad empresarial	14 de agosto de 2026

Fase	Denominación	Fecha(s) de desarrollo
Fase VIII	Conclusión, sistematización y cierre técnico del programa	15 de agosto de 2026
Cierre	Consolidación documental, seguimiento y liquidación del convenio	Hasta el 15 de septiembre de 2026

1.2. Población beneficiaria y caracterización de los emprendimientos

El proceso contó con la participación de veinte (20) emprendimientos, para los cuales se consolidó información de caracterización, participación, asistencia, formación, acompañamiento y cierre. De acuerdo con el consolidado final de los beneficiarios, los emprendimientos participantes fueron:

No.	Emprendimiento	Sector
1	Agua de Mayo	Textil
2	Alejandra VR	Textil
3	Azara	Textil
4	Beklo Store	Marroquinería
5	Bercia	Textil
6	Daiam	Textil
7	Espinel	Textil
8	Fermina	Textil
9	Jelly Shoes	Marroquinería
10	Juleta	Accesorios
11	Kaia	Accesorios
12	Kassroll	Textil
13	Leogma	Textil
14	Lug Lug	Joyería
15	Monare	Textil
16	Pigneo	Textil
17	Sach	Accesorios
18	Ser	Textil
19	Vaher	Textil
20	Viirca	Marroquinería

Por sector, la población beneficiaria se distribuyó así: trece (13) emprendimientos del sector textil, tres (3) de marroquinería, tres (3) de accesorios y uno (1) de joyería, para un total de veinte (20) emprendimientos.

La información de caracterización permitió identificar aspectos relacionados con el estado de los negocios, productos, nichos de mercado, capacidad productiva, canales de comercialización y nivel de preparación comercial, constituyéndose en un insumo para orientar las diferentes actividades de formación y acompañamiento. Asimismo, durante la ejecución se realizó seguimiento a la participación de los emprendimientos, lo que permitió consolidar al cierre información individual de los veinte (20) participantes.

Fase I – Caracterización y diagnóstico integral de capacidades empresariales

La primera etapa correspondió a la Fase I: “Caracterización y Diagnóstico Integral de Capacidades Empresariales”, desarrollada durante abril de 2026. De acuerdo con el cronograma, esta fase comprendió las siguientes actividades:

- Diagnóstico Individual.
- Estado del Negocio.
- Marca y Producto.
- Capacidad Productiva.
- Canales de Venta Digital.
- Nivel de Preparación Comercial.

Las actividades se desarrollaron entre el 20 y el 22 de abril de 2026 y estuvieron orientadas a reconocer las condiciones particulares de cada emprendimiento —su estado de desarrollo, las características de sus productos, su capacidad productiva, sus canales de comercialización y su nivel de preparación para afrontar escenarios comerciales— y a establecer una base de información para el desarrollo posterior del proceso. El diagnóstico permitió abordar de manera diferenciada la situación actual de los negocios, sus productos, su capacidad de producción, su presencia y comercialización a través de canales digitales y su preparación para escenarios comerciales.

A partir de esta información se identificaron aspectos susceptibles de fortalecimiento y se establecieron elementos de referencia para orientar las siguientes etapas, así como para facilitar el seguimiento de la evolución de cada emprendimiento durante la ejecución del convenio. Esta etapa fue fundamental para que la formación no se limitara a contenidos generales, sino que respondiera a las necesidades y condiciones reales de los participantes. En este periodo también se dio inicio formal al proceso de formación y acompañamiento, consolidando la vinculación de los veinte (20) participantes al programa.

1.4. Fase II – Desarrollo de capacidades estratégicas en innovación y modelo de negocio

Posteriormente se desarrolló la Fase II: “Desarrollo de Capacidades Estratégicas en Innovación y Modelo de Negocio”, orientada a ampliar las capacidades de los emprendimientos frente a la innovación, las tendencias, la colaboración, el producto y la comprensión integral de la cadena de valor del sector moda. En esta fase se desarrollaron las siguientes capacitaciones, con una intensidad total de 24 horas según el cronograma:

No.	Capacitación	Fecha
1	Alianzas que Transforman: Gestión Estratégica en Moda Colaborativa	29 de abril de 2026
2	Tendencias Globales WGSN: Implicaciones Estratégicas para tu Negocio	6 de mayo de 2026
3	Co-creación Estratégica: Innovar Juntos para Generar Valor	13 de mayo de 2026
4	Curaduría de Producto: Styling y Coherencia Visual	20 de mayo de 2026
5	Cadena de Valor en la Moda: Integración Estratégica y Roles Creativos	27 de mayo de 2026
6	Moda Circular	27 de mayo de 2026

Los contenidos permitieron abordar la importancia de la colaboración y la generación de alianzas, la lectura de tendencias globales, la innovación mediante procesos de co-creación, la presentación y coherencia visual de los productos, la comprensión de los diferentes actores y roles que intervienen en la cadena de valor de la moda y la incorporación de principios asociados a la moda circular y la innovación vinculada a la sostenibilidad.

El desarrollo de esta fase contribuyó a que los participantes ampliaran la mirada sobre sus emprendimientos, comprendiendo que la competitividad en el sector no depende únicamente de la calidad del producto, sino también de la capacidad para interpretar el mercado, construir propuestas diferenciadas, generar alianzas y responder a nuevas tendencias y dinámicas de consumo. De esta manera, los emprendimientos fueron abordados no solo desde la perspectiva del producto, sino también desde su propuesta de valor, su posicionamiento y su capacidad de adaptación a las dinámicas del mercado.

1.5. Fase III – Consolidación empresarial y posicionamiento competitivo

La Fase III: “Consolidación Empresarial y Posicionamiento Competitivo” constituyó una etapa de especial importancia dentro del proceso, porque trasladó la formación hacia aspectos directamente relacionados con la gestión empresarial, la comercialización, la construcción de marca y la preparación de los emprendimientos para escenarios de mercado. Durante esta fase se desarrollaron las siguientes actividades:

No.	Actividad	Fecha
1	Costeo Básico, Pricing B2C y Escalabilidad del Producto	3 de junio de 2026
2	Gestión Estratégica de Marca: Identidad, Narrativa y Servicio al Cliente	10 de junio de 2026
3	Presentación de Producto	11 de junio de 2026
4	Formación Ferias y Eventos	11 de junio de 2026
5	Preparación de Ventas B2C	11 de junio de 2026
6	Pitch Comercial Corto (jornadas personalizadas virtuales)	12 al 16 de junio de 2026
7	Producción Consciente como Modelo de Negocio en la Industria de la Moda	17 de junio de 2026
8	Cierre de Ventas	17 de junio de 2026
9	Posicionamiento Inteligente: Propuesta de Valor	24 de junio de 2026

Estas actividades se encuentran contempladas en el cronograma de ejecución de la Fase III. En el caso del pitch comercial corto, se desarrollaron asesorías individuales mediante jornadas personalizadas virtuales durante cinco días consecutivos, entre el 12 y el 16 de junio de 2026, orientadas a fortalecer el pitch y la propuesta de valor de cada emprendimiento. Este acompañamiento permitió trasladar los contenidos desarrollados durante las jornadas grupales a las particularidades de cada unidad productiva.

Los contenidos abordados permitieron fortalecer aspectos esenciales para la gestión y sostenibilidad de los emprendimientos, incluyendo estructura de costos, definición de precios, escalabilidad, identidad y narrativa de marca, servicio al cliente, presentación de productos, preparación para ferias y eventos, ventas B2C, comunicación comercial, producción consciente, cierre de ventas y construcción de propuestas de valor.

El pitch comercial corto representó además un ejercicio de aplicación de los aprendizajes adquiridos, al permitir que los participantes trabajaran en la manera de comunicar de forma clara y efectiva sus emprendimientos, productos, propuestas de valor y elementos diferenciadores. La articulación entre formación grupal y acompañamiento individual

constituyó un elemento importante del convenio, pues los participantes recibieron herramientas generales y, a su vez, orientación sobre su aplicación en sus propios emprendimientos. De esta manera, la Fase III permitió avanzar desde el fortalecimiento conceptual hacia herramientas directamente aplicables a la gestión comercial y al posicionamiento de las marcas.

1.6. Fase IV – Preparación comercial, validación de mercado y cierre estratégico

Como continuidad del proceso se desarrolló la Fase IV: “Preparación Comercial, Validación de Mercado y Cierre Estratégico”, orientada a fortalecer las capacidades de los participantes para interactuar con clientes, realizar seguimiento comercial y aprovechar de manera adecuada los contactos y oportunidades generadas en los diferentes escenarios. El cronograma contempló las siguientes actividades:

No.	Actividad	Fecha
1	Servicio Postventa	1 de julio de 2026
2	Registro de Contactos	1 de julio de 2026
3	Atención al Cliente	8 de julio de 2026
4	Seguimiento	8 de julio de 2026

Estos contenidos complementaron las competencias desarrolladas en las fases anteriores, incorporando elementos relacionados con la continuidad de la relación comercial, la organización de la información de clientes, la atención y el seguimiento posterior a las ventas. La etapa permitió comprender la actividad comercial como un proceso que no finaliza con la venta, sino que requiere mecanismos de atención, seguimiento, registro y fidelización que contribuyan a generar relaciones sostenibles con los clientes.

La preparación tuvo un enfoque práctico, buscando que los participantes pudieran aplicar los conocimientos adquiridos en situaciones concretas de exposición, comercialización y relacionamiento. En este sentido, el convenio permitió avanzar desde la formación conceptual hacia la preparación efectiva de los emprendimientos para enfrentarse a espacios reales de mercado, fortaleciendo además sus habilidades de comunicación, presentación de productos, interacción con potenciales clientes y aprovechamiento de oportunidades comerciales.

1.7. Fase V – Laboratorio de validación comercial y aplicación práctica

De manera complementaria se desarrolló la Fase V: “Laboratorio de Validación Comercial y Aplicación Práctica”, concebida como un espacio para llevar los conocimientos adquiridos a un entorno de aplicación. Esta fase contempló:

- 5.1. Coordinación estratégica y seguimiento.
- 5.2. Montaje y estructuración de espacio comercial multimarca – laboratorio práctico.
- 5.3. Simulación y aplicación de ventas en entorno real.
- 5.4. Acompañamiento técnico y retroalimentación en sitio.
- 5.5. Registro y análisis de desempeño comercial.

El cronograma registra esta fase como una sesión desarrollada el 8 de julio de 2026 en la Oficina CFS. Esta etapa fue relevante porque permitió que los participantes experimentaran de manera práctica situaciones relacionadas con la organización de un espacio comercial, la presentación de productos, la interacción con clientes, la aplicación de estrategias de venta y la recepción de retroalimentación. Así, el proceso de formación pasó de los contenidos desarrollados en aula a ejercicios de aplicación que permitieron observar la manera en que los emprendimientos respondían ante situaciones propias de un entorno comercial.

1.8. Preparación y participación en Santander Fashion Week 2026

Durante agosto se concentró uno de los principales momentos de aplicación y visibilización de los resultados del proceso: la participación de los veinte (20) emprendimientos en Santander Fashion Week 2026, realizado entre el 13 y el 15 de agosto.

Como preparación para este escenario, se desarrollaron actividades de coordinación y alistamiento con los participantes, incluyendo la organización y adecuación de los espacios comerciales, el montaje de stands, la presentación de productos y la preparación de las marcas. Asimismo, se desarrollaron espacios de coordinación para la participación especial en la pasarela, incluyendo la articulación con las modelos encargadas de presentar las diferentes propuestas.

Los veinte (20) emprendimientos contaron con espacios de exhibición comercial apoyados por el IMEBU, lo que les permitió presentar directamente sus productos y propuestas de marca ante asistentes, potenciales clientes, compradores y actores relacionados con el ecosistema de la moda. La participación en este escenario permitió poner en práctica las competencias trabajadas durante las diferentes fases, particularmente en materia de presentación de producto, identidad y comunicación de marca, comercialización, atención al cliente, networking y posicionamiento.

La participación en Santander Fashion Week constituyó, por tanto, no solo una actividad de exhibición, sino un espacio de aplicación práctica de las competencias desarrolladas durante el programa y una oportunidad de acercamiento de los emprendimientos a nuevos públicos y actores del ecosistema de la moda.

Santander Fashion Week 2026 alcanzó **19.727 asistentes**, reunió más de 200 marcas comerciales, más de 30 diseñadores y desarrolló 18 pasarelas, además de espacios de showroom, muestras comerciales, agenda académica y rueda de negocios internacionales.

En este escenario participaron **20 emprendimientos**, distribuidos en 13 del sector textil, 3 de marroquinería y 4 de accesorios, fortaleciendo su visibilidad, posicionamiento y conexión con nuevos mercados.

Resultados clave: 19.727 asistentes | más de 200 marcas comerciales | más de 30 diseñadores | 18 pasarelas | más de 45 empresas ancla exportables | **20 emprendimientos participantes**.

1.9. Participación en la pasarela “Jardín de Auroras”

Como parte de la programación de Santander Fashion Week, el 15 de agosto de 2026 se desarrolló la participación especial en la pasarela “Jardín de Auroras”. Este escenario permitió ampliar las posibilidades de exposición de las marcas participantes y presentar sus propuestas en un espacio especializado de la industria de la moda.

La participación en pasarela complementó el componente comercial desarrollado mediante los stands, fortaleciendo las oportunidades de visibilidad y permitiendo aplicar conocimientos relacionados con presentación, comunicación, concepto de marca y exhibición de producto.

1.10. Fase VI – Evaluación de impacto, medición de resultados y cierre estratégico

En el marco de la jornada de Santander Fashion Week, el cronograma estableció para el 13 de agosto de 2026 el desarrollo de la Fase VI: “Evaluación de Impacto, Medición de Resultados y Cierre Estratégico”, programada como una sesión de trabajo en la Oficina CFS. La fase contempló los siguientes componentes:

- 6.1. Recolección y sistematización de información comercial.
- 6.2. Medición de indicadores de ventas y desempeño empresarial.
- 6.3. Evaluación de impacto socioeconómico, incluyendo empleo, encadenamiento y posicionamiento.

- 6.4. Análisis de sostenibilidad y plan de mejora post-programa.
- 6.5. Socialización de resultados y cierre técnico del proceso.

El desarrollo de esta fase permitió revisar los avances alcanzados durante el proceso de formación y acompañamiento, realizar la recolección y sistematización de información relacionada con el proceso comercial y el desempeño de los emprendimientos, y analizar la experiencia de los participantes en escenarios reales de comercialización y exposición, así como los aprendizajes obtenidos durante el convenio. Se revisaron aspectos relacionados con visibilidad de marca, presentación de producto, relacionamiento, acercamiento a nuevos públicos y oportunidades comerciales.

Como parte de la evaluación se promovió un ejercicio de reflexión individual alrededor de preguntas orientadas a identificar qué fortaleció cada emprendimiento, qué resultados obtuvo, qué aspectos debía mejorar y qué acciones implementaría posteriormente. A partir de este ejercicio se estructuraron rutas básicas de continuidad, con acciones relacionadas con fortalecimiento comercial, posicionamiento de marca, marketing digital, generación de contenido, relacionamiento, fidelización de clientes y participación estratégica en ferias y eventos.

De igual manera, se aplicaron encuestas a los veinte (20) emprendimientos participantes para recoger su percepción sobre la formación, el acompañamiento y el proceso de fortalecimiento empresarial, e identificar elementos susceptibles de fortalecimiento en futuros procesos. Esta etapa permitió orientar los resultados del convenio hacia una perspectiva de continuidad, procurando que los aprendizajes adquiridos no finalizaran con las actividades programadas, sino que pudieran convertirse en herramientas aplicables a la gestión futura de cada emprendimiento.

1.11. Fase VII – Acompañamiento estratégico y escalabilidad empresarial

El 14 de agosto de 2026, en el marco de la jornada de Santander Fashion Week, se desarrolló la Fase VII: “Acompañamiento Estratégico y Escalabilidad Empresarial”, orientada a trasladar los aprendizajes obtenidos hacia una perspectiva de continuidad, crecimiento y sostenibilidad. La fase comprendió cinco componentes, contemplados en el cronograma:

7.1. Divulgación estratégica de resultados comerciales

Se trabajó en el aprovechamiento de las experiencias obtenidas durante el proceso y en Santander Fashion Week como activos de comunicación y posicionamiento para las marcas. Los participantes analizaron el uso de fotografías, videos, participación en pasarela, presencia en stands, encuentros con compradores, networking, menciones y demás experiencias como elementos para fortalecer la comunicación y credibilidad de sus emprendimientos. Se abordaron aspectos relacionados con:

- Comunicación estratégica de resultados.
- Aprovechamiento de la experiencia en Santander Fashion Week.
- Contenido comercial y digital.
- Storytelling empresarial.
- Reputación y posicionamiento de marca.

7.2. Estrategias de mejora y ajuste del modelo de negocio

Se realizó una revisión de los modelos de negocio a partir de las experiencias y aprendizajes obtenidos durante el programa. Los participantes analizaron:

- Productos.
- Clientes.
- Canales de comercialización.
- Propuesta de valor.
- Fuentes de ingresos.

- Oportunidades comerciales.
- Factores de competitividad y diferenciación.
- Estrategias comerciales.
- Adaptación a las necesidades del consumidor.

Como ejercicio práctico, cada emprendimiento identificó qué estaba funcionando, qué debía mejorar, qué oportunidades podía aprovechar y qué acciones implementaría.

7.3. Método replicable y estructuración de crecimiento

Se trabajó en la identificación de procesos susceptibles de ser organizados, estandarizados y replicados, buscando que los emprendimientos pudieran convertir los aprendizajes adquiridos en procesos aplicables a futuros escenarios comerciales. Se abordaron aspectos relacionados con organización para el crecimiento, escalabilidad empresarial, identificación de nuevos mercados y canales, indicadores de crecimiento y proyección empresarial.

Como actividad integradora, cada emprendimiento desarrolló una Ruta Estratégica de Crecimiento, partiendo de su situación actual, fortalezas, oportunidades, aspectos por fortalecer, acciones estratégicas, mecanismos de seguimiento y proyección.

7.4. Opciones de escalabilidad y expansión comercial

Se analizaron posibilidades de crecimiento relacionadas con nuevos productos, mercados, canales y clientes, buscando que los participantes identificaran oportunidades que pudieran ser desarrolladas posteriormente.

7.5. Articulación sectorial y vinculación al ecosistema empresarial

Se promovió la identificación y aprovechamiento de contactos, relaciones y oportunidades generadas durante el proceso y los escenarios de participación, especialmente aquellas derivadas de la interacción con actores del sector moda.

De igual manera, se abordaron estrategias de comunicación y divulgación de los resultados obtenidos, y cada emprendimiento avanzó en la identificación de acciones para su crecimiento y sostenibilidad, incluyendo aspectos asociados al fortalecimiento comercial, posicionamiento de marca, canales digitales, generación de contenidos, relacionamiento, participación en ferias y eventos y fidelización de clientes. Esta fase permitió dar continuidad al proceso de formación mediante una mirada hacia el futuro de los emprendimientos, orientándolos hacia la consolidación de procesos que pudieran ser replicados y fortalecidos posteriormente.

1.12. Fase VIII – Conclusión, sistematización y cierre técnico del programa

El 15 de agosto de 2026, dentro del marco de las actividades programadas alrededor de Santander Fashion Week, se desarrolló la Fase VIII: “Conclusión, Sistematización y Cierre Técnico del Programa”. Esta fase comprendió:

- 8.1. Formulación de conclusiones técnicas del proceso.
- 8.2. Proyección de futuros proyectos y sostenibilidad.
- 8.3. Reporte técnico consolidado de resultados.
- 8.4. Análisis integral de resultados y mejora continua.
- 8.5. Socialización final y cierre metodológico.

La etapa permitió integrar los resultados obtenidos durante las diferentes fases y establecer una visión de continuidad para los emprendimientos. La sistematización recogió los principales aprendizajes, avances, oportunidades y aspectos susceptibles de fortalecimiento, consolidando los elementos necesarios para el cierre técnico del proceso. De igual manera, se promovió la proyección de futuras acciones y la identificación de oportunidades para dar continuidad a los procesos de fortalecimiento empresarial, así como de mejora y sostenibilidad del proceso.

1.13. Ceremonia de certificación y cierre del proceso formativo

En el marco de Santander Fashion Week se realizó la ceremonia de reconocimiento y certificación de los participantes, mediante la cual se reconoció la participación de los veinte (20) emprendimientos en el proceso desarrollado durante la vigencia del convenio.

La actividad representó un momento de cierre y reconocimiento al proceso de formación y acompañamiento desarrollado, así como una oportunidad para visibilizar ante los participantes y actores vinculados al sector los avances alcanzados durante la ejecución. La certificación estuvo acompañada por la dirección del IMEBU, reafirmando el acompañamiento institucional brindado al proceso y el compromiso con el fortalecimiento de los emprendimientos y del sector moda local.

1.14. Sistematización, consolidación y cierre documental

Una vez desarrolladas las actividades sustantivas del programa, durante la etapa final de la vigencia contractual se adelantaron acciones de seguimiento, consolidación y verificación de la información generada durante la ejecución, integrando los principales productos, soportes y evidencias derivados de las diferentes fases. Este proceso permitió organizar y revisar los soportes asociados a los diferentes componentes del convenio y establecer la trazabilidad de los resultados alcanzados por los veinte (20) emprendimientos. Como parte del cierre se consolidó información relacionada con:

- Fichas de caracterización.
- Registros de asistencia.
- Participación en las actividades de formación.
- Actividades de acompañamiento.
- Participación en Santander Fashion Week.
- Participación en pasarela.
- Pitch comercial corto.
- Encuestas de percepción.
- Evidencias de los espacios de formación.
- Soportes relacionados con los espacios de exhibición.
- Cronograma de ejecución.
- Documentación administrativa y financiera correspondiente al proceso de cierre.

De acuerdo con el cronograma, el cierre técnico contempló la consolidación de conclusiones, la proyección de futuras acciones y la identificación de oportunidades de mejora y sostenibilidad del proceso, etapa establecida como la Fase VIII. La consolidación final permitió verificar la información individual de los veinte (20) emprendimientos y fortalecer la trazabilidad entre las actividades desarrolladas, los productos establecidos y las evidencias correspondientes, incluyendo fichas de caracterización, registros de asistencia, participación en las actividades, pitch corto y participación en Santander Fashion Week, junto con los respectivos soportes documentales.

1.15. Seguimiento y liquidación del convenio

Durante septiembre, hasta la finalización de la vigencia contractual el 15 de septiembre de 2026, las actividades estuvieron principalmente relacionadas con el seguimiento, consolidación, verificación y cierre de la ejecución. En esta etapa se revisó la correspondencia entre las actividades reportadas, el cronograma, los productos y los soportes disponibles para la liquidación.

Dentro de la documentación consolidada para el cierre se verificó la información de los veinte (20) emprendimientos, incluyendo sus registros de caracterización, asistencia, participación en el proceso de formación y acompañamiento, participación en Santander Fashion Week y pitch comercial corto. La consolidación permitió establecer como resultado de cierre que los veinte (20) emprendimientos cuentan con información y soportes asociados a su participación en el

proceso. De manera particular, se verificó la existencia de 20 pitch comerciales cortos, correspondientes a los emprendimientos participantes, los cuales hacen parte de los soportes asociados al cierre y liquidación.

Esta etapa no correspondió a la repetición de las actividades de formación o de las acciones desarrolladas durante Santander Fashion Week, sino al proceso de verificación, consolidación documental y cierre de la ejecución contractual, permitiendo organizar los elementos necesarios para respaldar técnica y administrativamente el cumplimiento del convenio.

1.16. Resultados consolidados de la ejecución

Al cierre del convenio se consolidó información correspondiente a los veinte (20) emprendimientos participantes, permitiendo verificar su vinculación y permanencia, así como su participación en los diferentes componentes del proceso. Como resultado del seguimiento y consolidación final se cuenta con:

Resultado	Cantidad / Estado
Emprendimientos participantes	20
Fichas de caracterización verificadas	20
Registros de asistencia validados	20
Pitch comerciales cortos verificados	20
Emprendimientos con participación registrada en Santander Fashion Week	20
Soportes de las actividades de formación y acompañamiento	Consolidados
Evidencias de participación en espacios de exhibición y pasarela	Consolidadas
Encuestas de percepción del proceso	Aplicadas
Información para el cierre técnico y administrativo	Consolidada

Estos resultados permiten establecer una trazabilidad individual de los participantes y evidenciar el desarrollo de una ruta de fortalecimiento que comprendió diagnóstico, formación, acompañamiento, aplicación práctica, exposición comercial, evaluación, proyección y cierre.

1.17. Impacto y aporte al fortalecimiento de los emprendimientos

La ejecución del Convenio de Asociación No. 148 permitió desarrollar un proceso de fortalecimiento que trascendió la realización de jornadas de capacitación aisladas. El valor del convenio se encuentra en la articulación de las diferentes etapas desarrolladas y en la posibilidad de que los emprendimientos participantes avanzaran desde el reconocimiento de sus condiciones iniciales hacia una mayor preparación para afrontar escenarios comerciales. Uno de los principales resultados fue la vinculación y permanencia de los veinte (20) emprendimientos, cuya totalidad cuenta con registros de caracterización, asistencia validada, pitch corto y participación registrada en Santander Fashion Week.

El proceso permitió trabajar de manera progresiva competencias relacionadas con:

- Diagnóstico y análisis empresarial.
 - Identificación de capacidades productivas.
 - Gestión de marca y producto.
 - Interpretación de tendencias.
 - Innovación y co-creación.
 - Cadena de valor de la moda.
 - Sostenibilidad y moda circular.
- Costeo y fijación de precios.

- Comercialización B2C.
- Presentación de producto.
- Preparación para ferias y eventos.
- Pitch y comunicación comercial.
- Producción consciente.
- Cierre de ventas.
- Servicio y atención al cliente.
- Seguimiento y posventa.
- Posicionamiento.
- Propuesta de valor.
- Relacionamiento y networking.
- Revisión de modelos de negocio.
- Escalabilidad y expansión comercial.
- Planeación y proyección empresarial.

El impacto se evidenció especialmente en la posibilidad de que los participantes llevaran los aprendizajes adquiridos a escenarios reales de exposición y comercialización. Santander Fashion Week permitió que las competencias trabajadas durante las diferentes fases fueran aplicadas directamente frente a públicos, clientes potenciales, compradores y actores del sector, aplicando conocimientos relacionados con exhibición, comunicación, comercialización, servicio y posicionamiento, y generando espacios de visibilidad y relacionamiento para los emprendimientos.

La experiencia también permitió que los emprendimientos identificaran oportunidades y aspectos de mejora a partir de situaciones reales de mercado, fortaleciendo la capacidad de analizar sus propios modelos de negocio y establecer acciones posteriores. De esta manera, el convenio aportó no solamente a la adquisición de conocimientos, sino a la generación de experiencias prácticas que permitieron fortalecer la visión empresarial de los participantes, contribuyendo a mayores condiciones para su proyección comercial, posicionamiento y sostenibilidad.

1.18. Aporte institucional del IMEBU

El desarrollo del Convenio No. 148 permitió materializar el acompañamiento del IMEBU al sector moda de la economía local mediante la articulación de esfuerzos técnicos, administrativos y financieros con la Fundación Colombia Fashion Summit. El apoyo institucional hizo posible que los veinte (20) emprendimientos participantes accedieran a un proceso estructurado de formación y acompañamiento que incluyó diagnóstico, capacitación especializada, asesorías, preparación comercial, aplicación práctica y participación en un escenario de relevancia para la industria de la moda.

Particularmente, el respaldo del IMEBU permitió generar condiciones para la participación de los emprendimientos en Santander Fashion Week, incluyendo los espacios de exhibición comercial, lo que representó una oportunidad de visibilidad y relacionamiento que complementó el proceso formativo. Este componente resulta especialmente significativo porque permitió que los conocimientos desarrollados durante las diferentes capacitaciones fueran llevados a un escenario real, brindando a los participantes la posibilidad de interactuar con el mercado, presentar sus productos, fortalecer sus marcas y establecer nuevos contactos.

La articulación institucional contribuyó así al fortalecimiento del tejido empresarial local y a la visibilización de emprendimientos vinculados al sector moda, generando herramientas y experiencias que pueden continuar siendo aprovechadas por los participantes una vez finalizada la vigencia del convenio.

1.19. Balance final del proceso

La ejecución del Convenio de Asociación No. 148, durante el periodo comprendido entre el 15 de abril y el 15 de septiembre de 2026, permitió desarrollar una ruta integral de fortalecimiento para veinte (20) emprendimientos del sector moda. El proceso inició con la caracterización y diagnóstico de las unidades productivas, avanzó hacia el desarrollo de capacidades estratégicas y empresariales, incorporó herramientas para la gestión comercial y el posicionamiento, continuó con espacios de preparación y aplicación práctica y alcanzó uno de sus principales hitos con la participación de los veinte emprendimientos en Santander Fashion Week 2026.

Las fases VI, VII y VIII permitieron complementar esta experiencia mediante la evaluación de resultados, el análisis de impacto, la identificación de oportunidades de mejora, la estructuración de rutas de crecimiento, la proyección de sostenibilidad y la sistematización del proceso. Finalmente, las actividades de septiembre permitieron consolidar la información y verificar los soportes necesarios para el cierre y liquidación del convenio, dejando organizada la trazabilidad de los veinte participantes y de los principales productos derivados de la ejecución.

En términos integrales, el convenio generó un espacio de fortalecimiento para emprendimientos del sector moda que combinó formación, acompañamiento, aplicación práctica, visibilidad y proyección empresarial. La articulación entre IMEBU y la Fundación Colombia Fashion Summit permitió que los participantes no solo recibieran conocimientos, sino que tuvieran la oportunidad de aplicarlos en escenarios concretos y de identificar acciones para continuar fortaleciendo sus negocios.

El resultado final se refleja en un proceso que acompañó a los emprendimientos desde el diagnóstico de sus condiciones iniciales hasta la construcción de herramientas para su continuidad, contribuyendo al fortalecimiento de sus capacidades de gestión, comercialización, posicionamiento y proyección dentro del sector moda de la economía local.



META 66: EJECUTAR UN (1) PROGRAMA DE GESTIÓN EMPRESARIAL EN UNIDADES PRODUCTIVAS Y/O PERSONAS, MEDIANTE UN ECOSISTEMA PARA EL EMPLEO Y FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL.

1. LÍNEA ESTRATÉGICA
Territorio seguro que progresa

2. SECTOR
Comercio, industria y turismo (35)

3. PROGRAMA
Productividad y competitividad de las empresas colombianas (3502)

4. META E INDICADOR DE PRODUCTO
Ejecutar un (1) Programa de gestión empresarial en unidades productivas y/o personas, mediante un ecosistema para el empleo y fortalecimiento empresarial.

Indicador	Meta 2026	Logro vigencia 2026	% avance trimestre	Presupuesto definitivo 2026	Total Recursos Comprometido 2026	Ejecución Recursos Comprometidos	Ejecución Recursos Obligados	Ejecución Recursos Pagados
Estrategias realizadas 3502003	1	0.6	60%	\$ 8,799,214,733.00	\$ 8,569,314,006.33	97%	38%	38%

4.1. DESCRIPCIÓN DE PROYECTOS

Nombre del Proyecto	Código BPIN	Valor Vigencia Proyecto	Valor Total Proyecto
MEJORAMIENTO DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE UNIDADES PRODUCTIVAS DEL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA.	2024680010185	\$ 450.000.000	\$ 8,799,214,733.00

Nombre del Proyecto	Código BPIN	Valor Vigencia Proyecto	Valor Total Proyecto
FORTALECIMIENTO A LAS ACCIONES OPERATIVAS Y DE GESTION DEL INSTITUTO MUNICIPAL DE EMPLEO Y FOMENTO EMPRESARIAL DEL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA	202500000036219	\$ 4,533,258,181.82	\$ 8,799,214,733.00

4.2. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS

4.2.1. CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL – CDE

Durante la vigencia 2026, con corte al 30 de septiembre, el Centro de Desarrollo Empresarial (CDE) del Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial – IMEBU ejecutó una estrategia de fortalecimiento del tejido emprendedor y empresarial de Bucaramanga sustentada en tres líneas de intervención complementarias: la atención y orientación inicial a ciudadanos con vocación emprendedora o con unidades productivas en operación; la formación empresarial mediante talleres, capacitaciones y un curso certificado; y el acompañamiento

técnico personalizado a emprendedores mediante rutas de asesoría con diagnóstico y seguimiento.

La estrategia se estructuró desde el inicio del año bajo un enfoque de descentralización del servicio. Su primer resultado fue la apertura y puesta en funcionamiento de seis puntos de atención: la sede principal del IMEBU, CAME Norte, CAME Alcaldía de Bucaramanga y los puntos digitales Caballo de Bolívar, Real de Minas y Sur. Esta red, que registra operación desde febrero, acercó la oferta institucional a distintas zonas del municipio y fue el soporte de la gestión en los meses siguientes.

En términos acumulados, el CDE atendió a 717 personas, registró 1.128 participaciones en 57 eventos de capacitación abiertos y un curso certificado, y acompañó a 350 empresarios hasta el cierre de su ruta de fortalecimiento. El comportamiento de estos indicadores no fue uniforme: tras una etapa inicial de puesta en marcha, la gestión alcanzó entre abril y junio sus registros más altos y descendió entre julio y septiembre, aunque el fortalecimiento empresarial de este último período se mantuvo por encima del nivel con el que inició el año.

La oferta formativa evolucionó a lo largo de la vigencia. Los primeros meses se concentraron en marketing digital y ventas por redes sociales, gestión financiera, registro de marca y fotografía de producto, e incluyeron el primer taller de inteligencia artificial para emprendedores, realizado el 19 de marzo. A partir de abril la inteligencia artificial se convirtió en el eje de la formación, con sesiones de nivel básico, intermedio y aplicado que dieron origen, en junio, al primer curso certificado por el IMEBU. De julio a septiembre la programación se orientó hacia mercadeo, contenido digital, identidad de marca y servicio al cliente, complementada con sesiones de finanzas, liderazgo, innovación y socialización de la oferta institucional.

El perfil de la población atendida fue consistente durante todo el período. Siete de cada diez personas atendidas fueron mujeres (501 de 717) y el 43,0% (308 personas) pertenece a algún grupo de enfoque diferencial, principalmente cabezas de familia y víctimas del conflicto armado. Los rangos de 29 a 49 años reunieron el 55,6% de las personas con edad registrada, y la atención llegó a las 17 comunas del municipio y a sus tres corregimientos.

En el plano sectorial, Restaurante y gastronomía y Sistema Moda fueron los sectores con mayor número de personas atendidas (135 y 101) y de empresarios fortalecidos (103 y 73), seguidos por Comercio minorista (53 atendidos y 49 fortalecidos). Este último tuvo su mayor peso relativo al inicio de la vigencia, cuando encabezó el fortalecimiento empresarial.

3.1.1 RESULTADOS GENERALES DE LA VIGENCIA

Las siguientes tablas consolidan los indicadores de gestión del CDE. La primera presenta el resultado de cada trimestre y el acumulado de la vigencia; la segunda, la evolución mensual de enero a septiembre.

INDICADOR DE GESTIÓN	DE	PRIMER TRIMESTRE	SEGUNDO TRIMESTRE	TERCER TRIMESTRE	TOTAL VIGENCIA
Personas atendidas		215	313	189	717
Participaciones en formación		289	674*	165	1.128
Eventos de capacitación abiertos		12	32	13	57
Cursos certificados		0	1	0	1
Empresarios fortalecidos		40	200	110	350
Puntos de atención activos		6	6	6	6

* Incluye los 30 participantes del curso certificado.

INDICADOR	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	TOTAL
Personas atendidas	0	97	118	91	108	114	68	56	65	717
Participaciones en formación	0	152	137	271	225	178	46	64	55	1.124
Eventos de capacitación abiertos	0	6	6	14	11	7	4	6	3	57
Cursos certificados	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Empresarios fortalecidos	–	–	40	53	68	79	41	26	43	350
Puntos de atención activos	0	6	6	6	6	6	6	5**	6***	6

*En enero: no registra información (periodo de contratación)
**En agosto el Punto Digital Caballo de Bolívar tenía presencia del CDE.
**En septiembre el Punto Digital Caballo de Bolívar no presenta registros, personal en contratación.

Los resultados muestran tres momentos. Entre febrero y marzo el CDE puso en marcha su red de atención y alcanzó 215 personas atendidas, 289 participaciones en formación y 40 rutas de fortalecimiento cerradas. Entre abril y junio se registraron los valores más altos de la vigencia: la atención aumentó 45,6% (313 personas), las participaciones en formación se multiplicaron (674) y los empresarios fortalecidos pasaron de 40 a 200, con un crecimiento mes a mes que llegó a 79 en junio. Entre julio y septiembre los indicadores descendieron: 189 personas atendidas, 165 participaciones en 13 eventos y 110 empresarios fortalecidos. En este último período la atención se ubicó entre 56 y 68 personas por mes y el fortalecimiento, tras una baja en agosto (26), cerró septiembre con 43 empresarios. En el acumulado, el segundo trimestre aportó el 43,7% de las personas atendidas, el 59,8% de las participaciones en formación y el 57,1% de los empresarios fortalecidos de la vigencia.

PERSONAS ATENDIDAS

A lo largo de la vigencia el CDE brindó atención a 717 ciudadanos y emprendedores de Bucaramanga en sus seis puntos de servicio. La atención comprende orientación empresarial, diagnóstico de unidades productivas, caracterización sociodemográfica y sectorial, y articulación con la oferta de formación y fortalecimiento del programa. Las tablas siguientes integran las cifras de los tres informes trimestrales y conservan las categorías con las que fueron reportadas.

Distribución por punto de atención

PUNTO DE ATENCIÓN	1.er TRIM.	2.º TRIM.	3.er TRIM.	TOTAL	%
IMEBU – Sede Principal	112	109	92	313	43,7%
CAME Norte	33	54	32	119	16,6%
CAME Alcaldía de Bucaramanga	21	37	28	86	12,0%
Punto Digital Real de Minas	14	45	18	77	10,7%
Punto Digital Caballo de Bolívar	14	48	3	65	9,1%
Punto Digital Sur	21	20	16	57	7,9%
TOTAL	215	313	189	717	100%

La sede principal del IMEBU fue el principal punto de atención de la vigencia, con 313 personas (43,7%). Su participación fue de 52,1% al inicio del año, bajó a 34,8% cuando los demás puntos alcanzaron su mayor actividad y volvió a 48,7% en el último trimestre. CAME Norte fue el segundo punto (119 personas, 16,6%) y CAME Alcaldía de Bucaramanga el de comportamiento más estable, con 21, 37 y 28 personas. El Punto Digital Caballo de Bolívar presentó la mayor variación: 14, 48 y 3 personas atendidas en cada trimestre.

Distribución por género

GÉNERO	1.er TRIM.	2.º TRIM.	3.er TRIM.	TOTAL	%
Femenino	161	206	134	501	69,9%
Masculino	54	107	55	216	30,1%
TOTAL	215	313	189	717	100%

Las mujeres representaron el 69,9% de las personas atendidas (501), con una participación que osciló entre 65,8% y 74,9% según el trimestre.

Distribución por rango de edad

RANGO DE EDAD	1.er TRIM.	2.º TRIM.	3.er TRIM.	TOTAL	%
18 – 28 años	38	49	34	121	17,7%
29 – 39 años	48	85	53	186	27,2%
40 – 49 años	62	83	50	195	28,5%
50 – 59 años	18	66	26	110	16,1%
60 años o más	21	27	25	73	10,7%
Sin dato de edad*	28	3	1	32	—
TOTAL	215	313	189	717	100%

* Los porcentajes se calculan sobre las 685 personas con edad registrada.

Los rangos de 40 a 49 años (195 personas) y de 29 a 39 años (186) reúnen el 55,6% de las personas con edad registrada. El diligenciamiento de esta variable mejoró durante la vigencia: los casos sin dato pasaron de 28 en el primer trimestre a 3 y 1 en los siguientes.

Distribución por sector económico

SECTOR ECONÓMICO	1.er TRIM.	2.º TRIM.	3.er TRIM.	TOTAL	%
Restaurante y gastronomía	30	64	41	135	18,8%
Sistema Moda	18	53	30	101	14,1%
Comercio minorista	19	17	17	53	7,4%
Servicios técnicos y profesionales	14	17	5	36	5,0%
Belleza y bienestar	4	15	11	30	4,2%
Tiendas, mercaderes y papelerías	–	13	6	19	2,6%
Otros	4	14	20	38	5,3%
Industrias químicas, farmacéuticas y de salud	4	9	1	14	2,0%
Turismo, recreación y eventos	2	4	3	9	1,3%
Educación	1	1	0	2	0,3%
Sin registro / sin dato	119	106	55	280	39,1%
TOTAL	215	313	189	717	100%

El 39,1% de las personas atendidas (280) no registró sector económico, porque la atención del CDE incluye a ciudadanos que se acercan a los puntos solicitando información general sobre los servicios de la entidad, sin contar aún con una unidad productiva definida. Esta proporción se redujo de 55,3% en el primer trimestre a 33,9% en el segundo y 29,1% en el tercero. Entre quienes registraron sector, Restaurante y gastronomía fue el más frecuente en los tres trimestres (135 personas); Sistema Moda (101) ocupó el segundo lugar desde abril y Comercio minorista (53) completó el grupo de sectores con mayor demanda.

Distribución por grupos poblacionales y enfoque diferencial

GRUPO POBLACIONAL	1.er TRIM.	2.º TRIM.	3.er TRIM.	TOTAL	%
Sin pertenencia a grupo especial	149	158	93	400	55,8%
Cabeza de familia	44	77	57	178	24,8%
Víctima del conflicto armado	14	51	17	82	11,4%
Migrante	5	12	4	21	2,9%
Persona con discapacidad	1	11	5	17	2,4%
Minorías sexuales (LGBTIQ+)	2	–	8	10	1,4%
Campesino	–	3	4	7	1,0%
Sin dato / no desagregado*	–	1	1	2	0,3%
TOTAL	215	313	189	717	100%
Subtotal enfoque diferencial	66	155	95	316	44,1%

El 44,1% de las personas atendidas (315) pertenece a algún grupo de enfoque diferencial. Las cabezas de familia fueron el grupo más numeroso en todos los períodos (178 personas, 24,8%), seguidas por las víctimas del conflicto armado (82 personas, 11,4%), personas migrantes (21), con discapacidad (17), minorías sexuales (10) y campesinas (7).

Distribución territorial

COMUNA / TERRITORIO	1.er TRIM.	2.º TRIM.	3.er TRIM.	TOTAL	%
Comuna 1	31	79	44	154	21,6%
Comuna 2	10	6	9	25	3,5%
Comuna 3	26	27	17	70	9,8%
Comuna 4	6	19	7	32	4,5%
Comuna 5	9	15	18	42	5,9%
Comuna 6	9	22	5	36	5,0%
Comuna 7	7	18	7	32	4,5%
Comuna 8	3	2	2	7	1,0%
Comuna 9	4	1	0	5	0,7%
Comuna 10	19	25	10	54	7,6%
Comuna 11	11	9	18	38	5,3%
Comuna 12	17	21	12	50	7,0%
Comuna 13	18	36	19	73	10,2%
Comuna 14	5	9	0	14	2,0%
Comuna 15	24	6	2	32	4,5%
Comuna 16	1	2	8	11	1,5%
Comuna 17	11	9	3	23	3,2%
Corregimientos 1, 2 y 3.	4	4	8	16	2,2%
Sin dato de comuna	0	3	0	3	—
TOTAL	215	313	189	717	100%

* Los porcentajes se calculan sobre las 714 personas con territorio registrado.

La atención llegó a las 17 comunas y a los tres corregimientos del municipio. La Comuna 1 concentró el 21,6% de las personas con territorio registrado (154), seguida por las comunas 13 (73), 3 (70), 10 (54) y 12 (50); estas cinco comunas reúnen el 56,2% del total. Las comunas 9 (5 personas), 8 (7) y 16 (11) registraron el menor número de atenciones, y la zona rural pasó de 4 personas en cada uno de los dos primeros trimestres a 8 en el tercero.

CAPACITACIONES Y FORMACIÓN

La línea de formación registró 1.128 participaciones durante la vigencia, en 57 eventos de capacitación y taller abiertos y un curso certificado. La actividad formativa se concentró en el segundo trimestre, que reunió el 59,8% de las participaciones y 32 de los 57 eventos.

TRIMESTRE	PARTICIPACIONES	EVENTOS ABIERTOS	CURSOS CERTIFICADOS
Primero (enero – marzo)	289	12	0
Segundo (abril – junio)	674*	32	1
Tercero (julio – septiembre)	165	13	0
TOTAL, VIGENCIA	1.128	57	1

* Incluye los 30 participantes del curso certificado.

La mayor actividad mensual se registró en abril, con 14 eventos y 271 participaciones, y descendió de forma gradual hasta junio. Entre julio y septiembre se realizaron entre 3 y 6 eventos por mes. El promedio de asistentes por evento abierto fue de 24 en el primer trimestre, 20 en el segundo y 13 en el tercero.

Participación por punto de capacitación

LUGAR	1.er TRIM.	2.º TRIM.	3.er TRIM.	TOTAL	%
Punto Digital Caballo de Bolívar	131	277	0	408	36,2%
IMEBU – Sede Principal	58	155	69	278	24,6%
Punto Digital Sur	68	127	25	220	19,5%
Punto Digital Real de Minas	32	115	71	218	19,3%
TOTAL	289	674	165	1.124	100%

La formación se realizó en cuatro sedes; CAME Norte y CAME Alcaldía de Bucaramanga no registran eventos de capacitación. El Punto Digital Caballo de Bolívar fue la principal sede formativa de la primera mitad de la vigencia, con 131 y 277 participaciones, y en el segundo trimestre alojó 16 de las 33 actividades, incluido el curso certificado; entre julio y septiembre no registró eventos. En ese último período la formación se distribuyó entre el Punto Digital Real de Minas (71 participaciones en 6 eventos), la sede principal del IMEBU (69 en 4) y el Punto Digital Sur (25 en 3).

Principales temáticas y evolución de la oferta

Tres grupos temáticos reúnen la oferta de la vigencia. El primero, marketing digital, redes sociales y contenido, estuvo presente en los tres trimestres, con talleres de ventas por redes sociales, Facebook Ads, marketing de contenidos, WhatsApp Business, segmentación de mercados e identidad de marca. El segundo, inteligencia artificial aplicada al emprendimiento, comenzó con el taller del 19 de marzo (40 participantes) y tuvo entre abril y junio sus eventos de mayor convocatoria: IA para emprendedores, nivel básico (50) y Aplicación de la IA en el marketing digital (44). El tercero, finanzas para emprendedores, incluyó sesiones de gestión de gastos, fijación de precios, inclusión financiera, finanzas con propósito y alistamiento financiero. De manera complementaria se realizaron jornadas de registro de marca, fotografía de producto, liderazgo, innovación y socialización de la oferta institucional.

Principales actividades formativas de la vigencia

TRIMESTRE	FECHA	TEMÁTICA	LUGAR	PARTIC.
Primero	19/03	Taller: Inteligencia artificial para emprendedores	–	40
	–	Aprende a vender en redes sociales con creación de contenido	–	33
	–	Capacitación para vender más por redes sociales	–	33
	–	Taller de Facebook Ads	–	31
	–	Taller de marketing digital y publicidad	–	29
	–	Gestión de gastos y aumento de ganancias	–	27
Segundo	28/04	Aplicación de la IA en el marketing digital	IMEBU	44
	30/04	IA para emprendedores – nivel básico	Pto. Digital de Caballo de Bolívar	50
	19/05	IA para emprendedores nivel intermedio	Pto. Digital de Caballo de Bolívar	33
	21/05	Taller: Marketing de contenidos	Pto. Digital Sur	31
	18/04	Mecanismos de inclusión financiera	Pto. Digital Sur	32
	19/06	Taller: IA para el éxito de tu negocio	Pto. Digital de Caballo de Bolívar	33
	Junio	Curso certificado: IA aplicada al Emprendimiento Digital (4 sesiones)	Pto. Digital de Caballo de Bolívar	30
Tercero	30/07	Crecer, innovar y prosperar en la era digital	IMEBU	16
	27/08	Finanzas con propósito	Pto. Digital Real de Minas	17
	03/09	Conferencia de introducción al emprendimiento y oferta institucional	IMEBU	23
	24/09	Taller: Identidad de marca	Pto. Digital Sur	15
	25/09	De invisible a inolvidable: identidad, contenido y publicidad para tu negocio	Pto. Digital Real de Minas	17

Se relacionan los eventos de mayor convocatoria de cada trimestre

CURSO CERTIFICADO

En junio se realizó el primer curso con certificación del IMEBU, diseñado y dictado por el equipo del CDE: “Inteligencia Artificial aplicada al Emprendimiento Digital”. Se desarrolló en cuatro sesiones presenciales (4, 11, 18 y 25 de junio) en el Punto Digital Caballo de Bolívar, con ocho horas de formación y 30 participantes certificados. Es el único curso certificado registrado en la vigencia.

EMPRENDEDORES FORTALECIDOS

El fortalecimiento empresarial es la intervención de mayor profundidad técnica del CDE. Parte de un diagnóstico integral de la unidad productiva, que orienta una ruta de asesorías personalizadas en estrategia, finanzas, mercadeo y transformación digital; y culmina cuando el empresario completa las horas requeridas. Durante la vigencia, 350 empresarios completaron su ruta: 40 en el primer trimestre, 200 en el segundo y 110 en el tercero. Entre abril y junio los cierres crecieron mes a mes (53, 68 y 79); entre julio y septiembre fueron 41, 26 y 43.

Fortalecidos por punto de atención

PUNTO DE ATENCIÓN	1.er TRIM.	2.º TRIM.	3.er TRIM.	TOTAL	%
IMEBU – Sede Principal	14	91	50	155	44,3%
Punto Digital Caballo de Bolívar	4	33	9	46	13,1%
Punto Digital Sur	9	26	14	49	14,0%
Punto Digital Real de Minas	9	22	10	41	11,7%
CAME Norte	0	15	15	30	8,6%
CAME Alcaldía de Bucaramanga	4	13	10	27	7,7%
Sin punto de atención asignado*	–	–	2	2	0,6%
TOTAL	40	200	110	350	100%

La sede principal del IMEBU concentró el 44,3% de los empresarios fortalecidos (155), y su participación aumentó de 35,0% en el primer trimestre a 45,5% y 45,5% en los siguientes. Los tres puntos digitales aportaron en conjunto 136 empresarios (38,9%), con resultados similares entre ellos. CAME Norte, que no registró cierres en el primer trimestre, alcanzó 15 empresarios fortalecidos en el segundo y mantuvo la misma cifra en el tercero, siendo el único punto que no disminuyó entre ambos períodos.

Fortalecidos por sector económico

SECTOR ECONÓMICO	1.TRIM.	2. TRIM.	3.TRIM.	TOTAL
Restaurante y gastronomía	6	61	36	103
Sistema Moda	4	45	24	73
Comercio minorista	15	17	17	49
Tiendas, mercaderes y papelerías	–	16	1	17
Servicios técnicos y profesionales	9	14	8	31
Belleza y bienestar	–	13	9	22
Otros	1	13	9	23
Industrias químicas, farmacéuticas y de salud	2	10	4	16
Educación y turismo	3	13	2	18
TOTAL	40	200	110	350

Restaurante y gastronomía (103 empresarios) y Sistema Moda (73) reúnen cerca de la mitad de los empresarios fortalecidos de la vigencia y fueron los dos primeros sectores en el segundo y el tercer trimestre. Comercio minorista (49) ocupó el tercer lugar en el acumulado: fue el primer sector al inicio del año, con 15 de los 40 cierres, y registró 17

empresarios en cada uno de los dos trimestres siguientes. Servicios técnicos y profesionales (31) fue el otro sector con presencia relevante en los tres períodos.



4.2.2 EVENTOS

Durante el periodo comprendido entre enero y septiembre, el IMEBU desarrolló diferentes eventos y actividades en el marco de la meta “Ejecutar un (1) programa de gestión empresarial en unidades productivas y/o personas, mediante un ecosistema para el empleo y fortalecimiento empresarial”, orientados a promover el emprendimiento, fortalecer las capacidades empresariales, generar oportunidades comerciales y fomentar el crecimiento y la sostenibilidad de las unidades productivas del municipio de Bucaramanga.

EXPO ASOINDUCALS CUERO 2026

Feria especializada del sector cuero, calzado y marroquinería, orientada a la exhibición comercial, generación de negocios y conexión con compradores nacionales e internacionales.

Del 17 al 20 de febrero de 2026, en el Centro de Convenciones Neomundo, el evento reunió más de 500 expositores y cerca de 8.500 compradores especializados, fortaleciendo un sector del que dependen más de 60.000 familias en Bucaramanga y su área metropolitana.

El IMEBU benefició a 20 emprendimientos, priorizando microempresarios y unidades productivas de menor escala. Los participantes alcanzaron ventas superiores a \$127.000.000 y comercializaron más de 5.400 unidades de producto.

Resultados clave: más de 500 expositores | cerca de 8.500 compradores | 20 microemprendimientos beneficiados | más de \$127.000.000 en ventas | más de 5.400 unidades comercializadas.

IV FERIA DEL CAFÉ DEL NORORIENTE COLOMBIANO

Escenario de promoción y comercialización del café regional, orientado al fortalecimiento de pequeños productores y a la generación de nuevas oportunidades de negocio.

Del 27 de febrero al 1 de marzo de 2026, en el Centro de Convenciones Neomundo, la feria convocó a más de 12.000 asistentes, generó ventas superiores a \$500.000.000 y negociaciones comerciales estimadas en más de \$1.883.000.000.

Mediante el trabajo articulado con la Federación Nacional de Cafeteros, el IMEBU benefició a 14 pequeños caficultores, quienes registraron ventas superiores a \$13.421.000 y generaron contactos, acuerdos y oportunidades comerciales de alto valor.

Resultados clave: más de 12.000 asistentes | más de \$500.000.000 en ventas generales | más de \$1.883.000.000 en negociaciones comerciales | 14 pequeños caficultores beneficiados | más de \$13.421.000 en ventas.

FERIA DE EMPLEO “EN BUCARAMANGA, CAMELLO SÍ HAY”

Estrategia de intermediación laboral orientada a conectar directamente a buscadores de empleo con empresas y vacantes disponibles en la ciudad.

El 24 de marzo de 2026, en Neomundo, Centro Vida Kennedy y Punto Vive Digital Morrorrico, la feria alcanzó **más de 6.000 asistentes**, contó con más de **130 empresas participantes** y puso a disposición **más de 4.000 vacantes**.

La estrategia tuvo una importante participación de grupos de valor, con más de 3.000 mujeres, cerca de 3.000 jóvenes y aproximadamente 100 personas con discapacidad.

Resultados clave: más de 6.000 asistentes | más de 130 empresas | **más de 4.000 vacantes** | más de 3.000 mujeres | cerca de 3.000 jóvenes | aproximadamente 100 personas con discapacidad.

BURGER FAN FEST 2026

Evento gastronómico y comercial de alta afluencia, orientado a dinamizar el consumo y fortalecer la visibilidad de marcas y emprendimientos locales.

Del 27 al 29 de marzo de 2026, en el Parque de los Sueños, el evento convocó aproximadamente **30.000 asistentes** y generó ventas globales cercanas a **\$700.000.000**.

El **IMEBU** priorizó emprendimientos de economía popular, seleccionando **20 beneficiarios** entre 147 postulaciones. Los participantes alcanzaron ventas aproximadas de **\$30.000.000** y fortalecieron su posicionamiento comercial.

Resultados clave: aproximadamente 30.000 asistentes | **cerca de \$700.000.000 en ventas globales** | 147 postulaciones | **20 emprendimientos de economía popular beneficiados** | aproximadamente \$30.000.000 en ventas.

BUCARASANTA – BGA CAPITAL DEL SABOR

Estrategia gastronómica desarrollada en el marco de BucaraSanta, orientada a promover la oferta local y fortalecer la actividad turística y comercial de la ciudad.

Del 1 al 4 de abril de 2026, en la Plaza Cívica Luis Carlos Galán Sarmiento, la agenda general de BucaraSanta superó los **110.000 asistentes** y BGA Capital del Sabor recibió aproximadamente **35.000 personas**.

El **IMEBU** priorizó emprendimientos gastronómicos de economía popular, atendiendo 67 postulaciones y seleccionando **20 beneficiarios**, quienes alcanzaron aproximadamente **\$72.000.000 en ventas**.

Resultados clave: más de 110.000 asistentes en BucaraSanta | aproximadamente 35.000 asistentes a BGA Capital del Sabor | 67 postulaciones | **20 emprendimientos de economía popular beneficiados** | **aproximadamente \$72.000.000 en ventas**.

FERIA MÍA 2026

Feria empresarial y comercial de gran formato, orientada a la promoción de marcas, emprendimientos y generación de oportunidades económicas, con una destacada participación femenina.

Del 30 de abril al 3 de mayo de 2026, en el Centro de Convenciones Neomundo, el evento reunió más de **180 marcas**, superó los **29.000 asistentes** y alcanzó ventas globales superiores a **\$4.200.000.000**, además de generar más de 1.100 empleos directos y cerca de 2.800 indirectos. PROGRAMA EVENTOS

El **IMEBU** apoyó a **21 emprendimientos**, priorizando especialmente la participación de mujeres: **15 de los 21 beneficiarios fueron mujeres emprendedoras**. Los participantes registraron ventas superiores a **\$55.000.000** y fortalecieron su relacionamiento comercial. PROGRAMA EVENTOS

Resultados clave: más de 180 marcas | más de 29.000 asistentes | **más de \$4.200.000.000 en ventas globales** | más de 1.100 empleos directos y 2.800 indirectos |

21 emprendimientos beneficiados | 15 mujeres emprendedoras | más de \$55.000.000 en ventas.

PET DAY 2026

Evento realizado en Neomundo, con el **acompañamiento institucional del IMEBU**, orientado a generar espacios de integración para las familias, sus mascotas y las empresas y emprendimientos vinculados al sector de animales de compañía.

Durante la jornada participaron alrededor de **600 asistentes y 26 marcas**, que tuvieron la oportunidad de exhibir, promocionar y comercializar sus productos y servicios. De acuerdo con los reportes suministrados por las marcas participantes, se alcanzaron ventas aproximadas por **\$14.000.000**.

El **IMEBU** contribuyó al fortalecimiento de la participación empresarial, apoyando la generación de espacios de promoción, comercialización, visibilidad y relacionamiento con potenciales clientes. La jornada también incluyó actividades, rifas y concursos que favorecieron la interacción entre el público y las marcas participantes.

La articulación institucional permitió sumar esfuerzos para fortalecer los emprendimientos y empresas del sector de mascotas, ampliar sus oportunidades comerciales y promover espacios de bienestar y tenencia responsable de animales de compañía.

Resultados clave: 600 asistentes | 26 marcas participantes | **ventas aproximadas por \$14.000.000** | acompañamiento institucional del **IMEBU** | fortalecimiento de la promoción, comercialización y relacionamiento empresarial.

OLIMPIADAS INTERNACIONALES DE FÍSICA – IPHO 2026

Evento académico internacional realizado del 4 al 12 de julio de 2026 en Bucaramanga, con la participación de **87 países de los cinco continentes** y cerca de **870 participantes directos**. Fue la primera vez que Colombia fue sede de las Olimpiadas Internacionales de Física y la tercera ocasión en que se realizaron en América Latina. **INFORME IMEBU**

El **IMEBU contribuyó con un apoyo económico de \$60.000.000**, que permitió apalancar actividades desarrolladas en el marco del evento, entre ellas la Feria de Emprendimientos realizada el 8 de julio en Neomundo, donde artesanos y emprendedores de diferentes sectores exhibieron y comercializaron sus productos ante los participantes internacionales. **INFORME IMEBU**

La realización de la IPHO generó una importante dinámica económica en sectores como hotelería, turismo, transporte, gastronomía, comercio y servicios. El informe reporta una inversión general cercana a **\$3.633.300.000**, equivalentes aproximadamente al millón de euros señalado por la organización, además de una ocupación del **100 % en los hoteles vinculados** y la utilización de más de 45 vehículos para el traslado de participantes. **INFORME IMEBU**

Resultados clave: 87 países participantes | 870 participantes directos | **aporte IMEBU de \$60.000.000** | **inversión general aproximada de \$3.633.300.000** | ocupación del 100 % en hoteles vinculados | más de 45 vehículos utilizados | Feria de Emprendimientos en Neomundo | dinamización del turismo, comercio, hotelería, gastronomía, transporte y servicios.

EXPOASOINDUCALS

Evento empresarial y comercial especializado en los sectores de calzado, cuero y manufactura, orientado a fortalecer la promoción, comercialización y generación de oportunidades de negocio para empresarios y emprendimientos del sector.

Durante la edición de julio de 2026, EXPOASOINDUCALS contó con **328 stands** y la participación de **más de 488 expositores**, alcanzando una asistencia total de **13.596 personas**. De este total, se

registraron 7.346 asistentes presenciales, 3.416 compradores presenciales, 2.415 visitantes, 1.420 expositores y personal de atención, y 95 invitados especiales e instituciones.

La estrategia comercial se complementó con más de **6.250 visitas a la plataforma virtual** y la participación de **más de 60 compradores internacionales**. Como resultado de la dinámica comercial generada durante la feria, se estimó un volumen de negocios superior a **4.900.000 pares de calzado**. Asimismo, la asistencia de compradores presentó un crecimiento superior al 10 % frente a la edición anterior y el 95 % de los compradores y visitantes consultados manifestó interés en participar nuevamente.

En este escenario, el **IMEBU** apoyó la participación de **23 emprendimientos de Bucaramanga**, cubriendo el 100 % del valor de su participación, incluida la adecuación de los stands. Los beneficiarios accedieron a espacios de exhibición, acompañamiento logístico, rueda de negocios, capacitación en marketing multicanal, plataforma virtual y catálogos en línea, fortaleciendo su visibilidad y sus oportunidades de relacionamiento comercial.

La participación alcanzada superó la proyección inicial de 20 beneficiarios, logrando vincular **23 emprendimientos**, lo que permitió ampliar la cobertura del apoyo institucional y fortalecer la presencia de la oferta empresarial local dentro de uno de los principales escenarios comerciales del sector.

Resultados clave: 328 stands | más de 488 expositores | 13.596 asistentes | más de 6.250 visitas virtuales | más de 60 compradores internacionales | **volumen estimado de negocios superior a 4.900.000 pares de calzado** | **23 emprendimientos beneficiados por el IMEBU** | cobertura del 100 % del valor de participación y adecuación de stand.

DÍA NACIONAL DEL TENDERO 2026

Evento de fortalecimiento empresarial y comercial dirigido al comercio tradicional, desarrollado por FENALCO Santander con la **vinculación institucional del IMEBU** y demás aliados estratégicos, orientado a generar oportunidades de relacionamiento, posicionamiento, promoción de productos y servicios y fortalecimiento de los tenderos de Bucaramanga y Santander.

El 26 de julio de 2026, en el Gran Salón de Neomundo Centro de Eventos y Convenciones, se desarrolló la edición número 24 del Día Nacional del Tendero, con la participación de **49 marcas aliadas** y una asistencia aproximada de **8.000 tenderos y sus familias**, provenientes de Bucaramanga, el área metropolitana y diferentes municipios de Santander.

Como parte de la estrategia de fortalecimiento empresarial, se desarrolló la capacitación “Cómo hacer crecer tu negocio”, con la participación aproximada de **80 tenderos**, abordando temas relacionados con vitrinismo, habilidades blandas, normatividad y facturación electrónica.

Durante la jornada se generaron espacios de relacionamiento entre empresas y comerciantes, experiencias de marca y actividades promocionales, con la entrega de más de **500 premios y obsequios** y el sorteo de **dos motocicletas cero kilómetros**.

El **IMEBU** hizo parte activa de la articulación institucional orientada al fortalecimiento del comercio tradicional, contribuyendo a la generación de espacios de integración, reconocimiento y relacionamiento empresarial. Su participación también estuvo presente en el reconocimiento especial otorgado a la Tendera Líder, destacando la trayectoria y aporte de los comerciantes de barrio al desarrollo económico y social de la ciudad.

Resultados clave: 8.000 asistentes | 49 marcas aliadas | 80 tenderos capacitados | más de 500 premios y obsequios | 2 motocicletas sorteadas | fortalecimiento del comercio tradicional y del relacionamiento empresarial.

GLOBAL BUSINESS SUMMIT

Evento empresarial orientado a fortalecer la internacionalización, promover oportunidades de negocio y conectar a las empresas de Bucaramanga con compradores, cámaras binacionales, instituciones y aliados nacionales e internacionales.

El evento registró **638 inscritos**, entre 239 exportadores potenciales y 178 exportadores actuales. En los diferentes escenarios comerciales se programaron **524 citas**, de las cuales 370 fueron aceptadas y ejecutadas, alcanzando un porcentaje de efectividad reportado del **66,4 %**.

La ronda de oportunidades para exportadores potenciales contó con la participación de 11 cámaras binacionales, representantes de países como España, China, Estados Unidos, Canadá, Indonesia, Chile, Ecuador, Venezuela y Panamá. En este componente se programaron 268 citas y se aceptaron 214, con una efectividad del 79,9 %.

Panamá participó como país invitado, fortaleciendo vínculos institucionales y comerciales con diferentes sectores de Bucaramanga. Asimismo, la agenda académica contó con 16 conferencistas nacionales e internacionales, mientras que 17 empresas se inscribieron en la iniciativa de inversión extranjera y 4 fueron seleccionadas para presentar sus ideas de negocio.

También participaron 25 empresas de calzado y marroquinería y 11 empresas TIC, ampliando la visibilidad de la oferta empresarial de la ciudad.

Resultados clave: 638 inscritos | 524 citas programadas | 370 citas aceptadas y ejecutadas | 66,4 % de efectividad | 11 cámaras binacionales | 16 conferencistas | 17 empresas inscritas en inversión extranjera | 4 seleccionadas | 25 empresas de calzado y marroquinería | 11 empresas TIC.

SANTANDER FASHION WEEK 2026

Plataforma empresarial y de moda orientada a fortalecer la industria creativa, promover el talento regional y generar oportunidades de visibilidad y relacionamiento comercial.

Santander Fashion Week 2026 alcanzó **19.727 asistentes**, reunió más de 200 marcas comerciales, más de 30 diseñadores y desarrolló 18 pasarelas, además de espacios de showroom, muestras comerciales, agenda académica y rueda de negocios internacionales.

En este escenario participaron **20 emprendimientos**, distribuidos en 13 del sector textil, 3 de marroquinería y 4 de accesorios, fortaleciendo su visibilidad, posicionamiento y conexión con nuevos mercados.

Resultados clave: 19.727 asistentes | más de 200 marcas comerciales | más de 30 diseñadores | 18 pasarelas | más de 45 empresas ancla exportables | **20 emprendimientos participantes**.

GASTROFUSIÓN 2026

Evento gastronómico y empresarial orientado a fortalecer el sector, acercar nuevas marcas a Santander, transferir conocimiento y generar oportunidades de relacionamiento comercial.

Del **6 al 9 de agosto de 2026**, en el Centro de Convenciones Neomundo, Gastrofusión reunió 147 marcas participantes, 31 aliados comerciales, aproximadamente **22.000 visitantes** y cerca de 3.000 empresarios del sector. Durante el evento se desarrollaron 10 espacios de formación y 21 competencias gastronómicas y showcookings.

El evento generó aproximadamente 11.000 relacionamientos comerciales, 812 empleos directos y 696 empleos indirectos, además de ventas estimadas por **\$572.098.675** y un impacto socioeconómico estimado de **\$1.500.153.502**.

En este escenario, el **IMEBU** facilitó la participación de **20 emprendimientos de Bucaramanga**, distribuidos en 15 del sector gastronómico y 5 del área de proveeduría, fortaleciendo su visibilidad, comercialización y relacionamiento con nuevos clientes y actores del sector.

Resultados clave: 22.000 visitantes aprox. | 147 marcas participantes | 3.000 empresarios del sector aprox. | 11.000 relacionamientos comerciales aprox. | 812 empleos directos | 696 empleos indirectos | \$572.098.675 en ventas estimadas | \$1.500.153.502 de impacto socioeconómico estimado | 20 emprendimientos beneficiados por el IMEBU.

LECHONA FEST 2026

Evento gastronómico desarrollado del 28 al 30 de agosto de 2026, en la cancha principal del barrio La Feria de Bucaramanga, como antesala de la Feria Bonita de Colombia.

La jornada reunió aproximadamente **35 emprendimientos gastronómicos**, fortaleciendo la tradición culinaria, la actividad comercial y la visibilidad de los negocios participantes.

El **IMEBU** contribuyó al fortalecimiento de la participación empresarial, apoyando espacios de promoción, comercialización y relacionamiento para los emprendimientos locales.

Resultados clave: aproximadamente 35 emprendimientos gastronómicos | participación del **IMEBU** | fortalecimiento de la visibilidad, comercialización y relacionamiento empresarial.

HECHO A MANO EN LA BONITA

Evento de moda, diseño y emprendimiento orientado a visibilizar el talento local, fortalecer la manufactura y proyectar la identidad creativa de Bucaramanga y Santander.

Del 8 al 10 de septiembre de 2026, en Neomundo, se desarrolló la tercera edición de Hecho a Mano en la Bonita, con una asistencia aproximada de **1.200 personas**, 12 pasarelas y la participación de cerca de **21 marcas y firmas de diseño santandereanas**, vinculadas a moda, calzado, marroquinería, accesorios y diseño.

La realización del evento generó aproximadamente **120 empleos temporales** entre modelos, estilistas, fotógrafos, producción, logística, vestuario y equipos creativos. Asimismo, fortaleció la visibilidad y posicionamiento comercial de las marcas participantes al inicio de la temporada de mayor movimiento del año, promoviendo nuevas relaciones de negocio y dinamizando la cadena de valor del sistema moda.

En su componente cultural y social, el evento resaltó la manufactura como parte de la identidad productiva de la ciudad e incorporó propuestas de inclusión, ampliando la participación de distintos grupos de valor y fortaleciendo el reconocimiento del talento y la creatividad local.

Resultados clave: 1.200 asistentes | 12 pasarelas | cerca de 21 marcas y firmas de diseño santandereanas | 120 empleos temporales | fortalecimiento del sistema moda, la manufactura local y el posicionamiento comercial de las marcas.

POLA FEST

Evento de ciudad que integra cultura cervecera, gastronomía, música y emprendimiento, fortaleciendo la actividad comercial y la oferta de entretenimiento durante la Feria Bonita de Bucaramanga.

Del 11 al 13 de septiembre de 2026, en el Estadio Américo Montanini, Pola Fest reunió a más de **15.000 asistentes**, con la participación de aproximadamente 60 empresas, 40 emprendimientos y 12 empresas gastronómicas.

El evento generó ventas superiores a **\$1.200.000.000**, además de cerca de 300 empleos directos y 1.000 empleos indirectos, dinamizando sectores asociados a gastronomía, comercio, producción, logística y servicios.

En este escenario, el IMEBU apoyó directamente a **20 emprendimientos de Bucaramanga**, distribuidos en 15 de categorías mixtas y 5 del sector gastronómico. Los beneficiarios alcanzaron ingresos superiores a **\$17.000.000**, además de fortalecer su visibilidad, posicionamiento y relacionamiento con nuevos clientes.

Resultados clave: más de 15.000 asistentes | más de \$1.200.000.000 en ventas globales | cerca de 1.300 empleos directos e indirectos | 20 emprendimientos locales beneficiados | más de \$17.000.000 en ingresos para los participantes apoyados por el IMEBU.

TATTOO FEST

Evento de ciudad enfocado en la cultura del tatuaje, las industrias creativas, el comercio, la gastronomía y el emprendimiento, promoviendo espacios de encuentro, expresión cultural y dinamización económica.

Del 11 al 13 de septiembre de 2026, en Neomundo, Tattoo Fest contó con 119 stands de tatuadores y 34 stands de comercio y gastronomía, alcanzando una asistencia superior a **10.000 personas**.

El evento generó ventas aproximadas por **\$945.000.000**, fortaleciendo la actividad comercial y la promoción de las industrias creativas en la ciudad.

En este escenario, el IMEBU facilitó la participación de **15 emprendimientos de Bucaramanga**, quienes reportaron ventas superiores a **\$10.000.000** y accedieron a una vitrina de alta afluencia para fortalecer su visibilidad, posicionamiento de marca, relacionamiento con nuevos clientes y generación de oportunidades comerciales posteriores al evento.

Resultados clave: más de 10.000 asistentes | 119 stands de tatuadores | 34 stands de comercio y gastronomía | aproximadamente \$945.000.000 en ventas globales | 15 emprendimientos locales beneficiados | más de \$10.000.000 en ventas de los participantes apoyados por el IMEBU.

BÚCARAVERDE

Evento orientado a la sostenibilidad, el emprendimiento y el bienestar animal, integrando las experiencias de Eco Fest y Paticas Fest como espacios de promoción para negocios verdes y emprendimientos del sector de mascotas.

Del 11 al 13 de septiembre de 2026, en el Parque Mejoras Públicas, Búcara Verde contó con 77 stands y recibió a más de **28.000 asistentes**, consolidándose como un escenario de alta afluencia para iniciativas asociadas a sostenibilidad, consumo responsable y bienestar animal.

El evento registró ventas superiores a **\$300.000.000**, reflejando la dinámica comercial generada durante los tres días de programación.

En este escenario, el IMEBU facilitó la participación de **20 emprendimientos de Bucaramanga**, distribuidos en 10 negocios verdes y 10 emprendimientos del sector de mascotas. Los beneficiarios reportaron ventas superiores a **\$12.000.000**, además de fortalecer su visibilidad, posicionamiento y relacionamiento con nuevos públicos y potenciales clientes.

Resultados clave: más de 28.000 asistentes | 77 stands | más de \$300.000.000 en ventas globales | 20 emprendimientos beneficiados | 10 negocios verdes y 10 del sector de mascotas | más de \$12.000.000 en ventas de los participantes apoyados por el IMEBU.

FERIA GANADERA DE COLOMBIA

Evento tradicional de la región orientado al fortalecimiento del sector agropecuario, empresarial y comercial, con participación de ganaderías, empresas, emprendedores y actores de la cadena productiva.

Del 11 al 20 de septiembre de 2026, en CENFER, se desarrolló la 76.^a edición de la Feria Ganadera de Colombia, que reunió a más de **300 empresas**, más de 250 ganaderías y cerca de **1.300 ejemplares** provenientes de diferentes regiones del país. El evento alcanzó una asistencia de **45.301 personas** y generó negocios superiores a **\$17.500.000.000**, impactando sectores como hotelería, turismo, comercio y servicios.

En este escenario, el IMEBU facilitó la participación de **más de 30 emprendimientos de Bucaramanga**, quienes contaron con espacios para la promoción y comercialización de sus productos. Los beneficiarios reportaron ventas superiores a **\$20.000.000**, además de fortalecer su visibilidad, posicionamiento y relacionamiento con nuevos públicos y potenciales clientes.

Resultados clave: 45.301 asistentes | más de 300 empresas | más de 250 ganaderías | cerca de 1.300 ejemplares | más de \$17.500.000.000 en negocios generados | más de 30 emprendimientos beneficiados | más de \$20.000.000 en ventas de los participantes apoyados por el IMEBU.

CAPITAL DEL SABOR

Evento gastronómico y comercial desarrollado en el marco de la Feria Bonita de Bucaramanga, orientado a visibilizar la oferta local de alimentos, bebidas y emprendimientos, generando espacios de promoción, comercialización y relacionamiento con nuevos públicos.

Durante septiembre de 2026, en la **Plaza Cívica Luis Carlos Galán Sarmiento**, se desarrolló Capital del Sabor como parte de la programación de la Feria Bonita. Este escenario estuvo integrado a una de las zonas de mayor afluencia de público durante las festividades, donde la programación de BucaraFest registró una asistencia superior a **42.000 personas**, favoreciendo la circulación de visitantes y potenciales consumidores alrededor de la oferta gastronómica y comercial instalada en el sector.

En este escenario, el IMEBU facilitó la participación de **15 emprendimientos de Bucaramanga**, quienes contaron con espacios para la exhibición, promoción y comercialización de sus productos. Los beneficiarios reportaron ventas superiores a **\$10.000.000**, además de fortalecer la visibilidad de sus marcas, ampliar su relacionamiento comercial y generar nuevas oportunidades con clientes potenciales.

Resultados clave: más de 42.000 asistentes en el entorno de la programación desarrollada en la Plaza Cívica Luis Carlos Galán | 15 emprendimientos beneficiados por el IMEBU | más de \$10.000.000 en ventas de los participantes apoyados por el IMEBU.

BUCARAFEST

Evento musical y cultural desarrollado por el IMCT en el marco de la **Feria Bonita de Colombia 2026**, orientado a fortalecer la oferta cultural, turística y de entretenimiento de Bucaramanga.

Del **10 al 13 de septiembre de 2026**, en la **Plaza Cívica Luis Carlos Galán Sarmiento**, BucaraFest integró cuatro jornadas:

BucaraRock, TropiFest, Reggaetón Fest y Carrangamanga, alcanzando una asistencia superior a **42.000 personas**. La programación reunió artistas locales, nacionales e internacionales y convocó públicos de diferentes edades y preferencias musicales.

La alta afluencia de visitantes generó una dinámica favorable para sectores como **comercio, gastronomía, transporte, producción, logística y servicios**, además de fortalecer la actividad cultural y turística en el centro de la ciudad. Aunque no se cuenta con una cifra oficial exclusiva de ventas ni de empleos generados por BucaraFest, el evento hizo parte de la programación general de la Feria Bonita, cuyo impacto económico fue proyectado en más de **\$67.000 millones**.

Resultados clave: más de 42.000 asistentes | 4 jornadas musicales | dinamización del comercio, gastronomía, transporte, logística y servicios | fortalecimiento de la oferta cultural y turística | participación dentro de una Feria Bonita con impacto económico proyectado superior a **\$67.000 millones**.

EVENTOS



ASOINDUCALS



ACICAM



FERIA NACIONAL DEL CAFÉ



ANCESTRAL



FERIA DE EMPLEO



BURGER FAN FEST



BUCARAMANGA CAPITAL DEL SABOR



FERIA MIA



ASOINDUCALS 2 EDICION



GASTROFUSION



GLOBAL BUSINESS SUMMIT



SANTANDER FASHON WEEK



POLA FEST



TATTO FEST



BUCARVERDE



FERIA GANADERA



4.2.3 MARKETPLACE

Informe de Atenciones del Programa MarketPlace (enero - septiembre 2026)

Entidad: Instituto de Empleo y Fomento Empresarial (IMEBU) - Alcaldía de Bucaramanga

Periodo analizado: 1 de enero de 2026 a 30 de septiembre de 2026

Programa: MarketPlace

Total, de Registros / Atenciones: 1.353

1. Resumen General de Atenciones

Durante el periodo comprendido entre enero y septiembre de 2026, el programa MarketPlace registró un total de 1.353 atenciones, posicionándose como la segunda línea estratégica con mayor volumen dentro del tablero de enfoque diferencial del IMEBU (superado únicamente por el área general de Empleo).

2. Distribución por Rango de Edad

La población atendida se distribuye por grupos etarios de la siguiente manera:

- Adultos (29 a 59 años): 996 atenciones (73,6%)
- Jóvenes (18 a 28 años): 228 atenciones (16,9%)
- Persona Mayor (60 años o más): 110 atenciones (8,1%)
- Adolescentes (12 a 17 años): 19 atenciones (1,4%)

3. Enfoque Diferencial y Poblaciones Vulnerables

En cuanto a la caracterización socioeconómica y de vulnerabilidad de los beneficiarios:

- Ninguna de las Anteriores: 820 personas (60,6%)
- Cabeza de Familia: 266 personas (19,7%)
- Campesino: 103 personas (7,6%)
- Migrante: 83 personas (6,1%)
- Víctima del Conflicto Armado: 56 personas
- Persona con Discapacidad: 22 personas

4. Tipos de Servicios Brindados

Las atenciones se dividieron según la tipología del servicio ofertado:

- Taller: 616 atenciones
- Orientación: 438 atenciones

- Foto Producto: 112 atenciones
- Asesoría Personalizada: 96 atenciones
- Evento o Feria: 91 atenciones

5. Distribución Territorial (Comunas y Corregimientos)

El programa tuvo cobertura tanto en el sector urbano (Comunas) como en el rural (Corregimientos) de Bucaramanga:

Sectores Urbanos Destacados

1. Comuna 10: 130 atenciones
2. Comuna 13: 115 atenciones
3. Comuna 7: 97 atenciones
4. Comuna 1: 94 atenciones
5. Comuna 12: 91 atenciones
6. Comuna 3: 87 atenciones
7. Comuna 5: 76 atenciones
8. Comuna 15: 72 atenciones
9. Comuna 6: 64 atenciones
10. Comuna 9: 60 atenciones
11. Comuna 11: 58 atenciones
12. Comuna 14: 55 atenciones
13. Comuna 4: 47 atenciones
14. Comuna 17: 46 atenciones
15. Comuna 2: 28 atenciones
16. Comuna 8: 23 atenciones
17. Comuna 16: 13 atenciones

Sector Rural (Corregimientos)

- Corregimiento 1: 53 atenciones
- Corregimiento 2: 35 atenciones
- Corregimiento 3: 33 atenciones

6. Orientación Sexual e Identidad

De acuerdo con el registro de orientación sexual de los participantes:

- Heterosexual: 1.300+ registros
- Otros: 14
- Gay: 11
- Lesbiana: 6
- Bisexual: 6
- Asexual: 2

7. Resumen de atenciones, Emprendedores nuevos y productos Cargados

Items	Cantidad
Emprendedores nuevos	319
Nuevos productos cargados	208
Atenciones	
Orientaciones realizadas	438
Talleres realizados	616
Fotografías de productos	112
Asesorías personalizadas	96
Eventos y Ferias	91
Total	1.353





META 67: BENEFICIAR A 8.000 EMPRESAS CON LÍNEAS ESPECIALES DE CRÉDITO.

1. LÍNEA ESTRATÉGICA

Territorio seguro que progresa

2. SECTOR

Comercio, industria y turismo (35)

3. PROGRAMA

Productividad y competitividad de las empresas colombianas (3502)

4. META E INDICADOR DE PRODUCTO

Beneficiar a 8.000 Empresas con líneas especiales de crédito.

Indicador	Meta 2026	Logro vigencia 2026	% avance trimestre	Presupuesto definitivo 2026	Total Recursos Comprometido 2026	Ejecución Recursos Comprometidos	Ejecución Recursos Obligados	Ejecución Recursos Pagados
Estrategias realizadas 3502004	2100	0.15	15%	\$ 181,818,181.82	\$ 177,880,000.00	98%	93%	93%

4.1. DESCRIPCIÓN DE PROYECTOS

Nombre del Proyecto	Código BPIN	Valor Vigencia Proyecto	Valor Total Proyecto
FORTALECIMIENTO A LAS ACCIONES OPERATIVAS Y DE GESTION DEL INSTITUTO MUNICIPAL DE EMPLEO Y FOMENTO EMPRESARIAL DEL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA	202500000036219	\$ 4,533,258,181.82	\$ 181,818,181.82

4.2. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS

4.2.1 BANCA

1.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Durante el periodo comprendido entre **enero y septiembre de 2026**, el **Programa Banca Ciudadana del Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial de Bucaramanga – IMEBU** desarrolló una gestión orientada a fortalecer el acceso a mecanismos de financiación formal para emprendedores, microempresarios, pequeños comerciantes, trabajadores independientes y unidades productivas del municipio de Bucaramanga, contribuyendo de esta manera al fortalecimiento del tejido empresarial y al desarrollo económico local.

La gestión adelantada durante este periodo estuvo enfocada no solamente en la colocación de recursos, sino también en brindar una atención cercana y oportuna a la ciudadanía. A través de jornadas de socialización, orientación, asesoría y acompañamiento, se buscó que los potenciales beneficiarios conocieran de manera clara la oferta institucional, las condiciones de las líneas de financiación, los requisitos establecidos y las diferentes etapas que hacen parte del proceso de acceso al crédito. En este sentido, durante los primeros nueve meses del año se logró brindar **atención y orientación a 1.180 ciudadanos**, quienes recibieron información relacionada con las alternativas de financiación disponibles a través del Programa Banca Ciudadana. Este ejercicio de acompañamiento permitió conocer de primera mano las necesidades de los emprendedores y empresarios, orientar sus inquietudes y facilitar su acercamiento a los mecanismos de financiación formal.

La atención a la ciudadanía constituye un componente fundamental de la gestión del programa, debido a que permite establecer un vínculo directo entre la institucionalidad y

las personas que desarrollan actividades productivas en el territorio. Cada espacio de orientación representa una oportunidad para identificar necesidades, resolver inquietudes y brindar información que permita a los ciudadanos tomar decisiones de manera informada frente a sus procesos de financiación.

Como resultado de este trabajo articulado de promoción, orientación, recepción y acompañamiento, durante el periodo enero-septiembre de 2026 se logró la **aprobación y desembolso de 311 créditos**, por un valor total de **\$1.851.970.000**, recursos que fueron dirigidos al fortalecimiento de emprendimientos y unidades productivas del municipio de Bucaramanga.

Los recursos colocados permitieron atender diferentes necesidades relacionadas con el desarrollo y sostenibilidad de las actividades económicas de los beneficiarios, entre ellas el fortalecimiento del capital de trabajo, adquisición de insumos, herramientas, equipos y maquinaria, mejoramiento de los procesos productivos y comerciales, así como la consolidación de negocios que requieren recursos para continuar creciendo y generando ingresos.

Estos resultados reflejan el esfuerzo institucional realizado para acercar la financiación formal a los diferentes sectores económicos del municipio y brindar alternativas a ciudadanos que, en determinadas circunstancias, pueden encontrar dificultades para acceder a los mecanismos tradicionales del sistema financiero. En este contexto, Banca Ciudadana se consolida como una herramienta de inclusión financiera y fortalecimiento empresarial, al generar oportunidades para que los emprendedores y microempresarios puedan acceder a recursos destinados directamente al desarrollo de sus actividades productivas.

La importancia de la gestión realizada trasciende las cifras de atención y colocación. Detrás de cada crédito existe una unidad productiva, una iniciativa empresarial y una persona que busca fortalecer su actividad económica, mejorar sus condiciones de operación y avanzar hacia una mayor estabilidad financiera. Por esta razón, el impacto del programa debe entenderse también desde su aporte al sostenimiento de los negocios, la generación y conservación de empleos, la dinamización de la economía local y el fortalecimiento de las capacidades productivas de los ciudadanos.

Asimismo, se incorpora información relacionada con la población vulnerable y el enfoque diferencial, con el propósito de visibilizar la participación de diferentes grupos poblacionales dentro de los resultados del programa. Este componente permite realizar una lectura más integral de la gestión, reconociendo que el acceso a financiación puede constituirse en un factor importante para el fortalecimiento de las condiciones económicas de personas y familias que desarrollan actividades productivas como fuente de generación de ingresos.

La información territorial, socioeconómica y poblacional presentada en este informe permite, por tanto, analizar la gestión de Banca Ciudadana desde una perspectiva más amplia. No se trata únicamente de establecer cuántos créditos fueron colocados o cuál fue el monto de los recursos desembolsados, sino de conocer a quiénes están llegando estos recursos, en qué territorios se concentra la atención y cuáles son las características de los beneficiarios que hacen uso de esta oferta institucional.

Este análisis constituye además una herramienta para fortalecer el seguimiento y evaluación del programa, proporcionando información útil para la toma de decisiones, la identificación de oportunidades de mejora y la definición de estrategias que permitan ampliar progresivamente la cobertura de la oferta institucional. Los resultados obtenidos durante el periodo evaluado permiten identificar avances, reconocer los sectores con mayor participación y establecer oportunidades para continuar fortaleciendo las acciones de promoción, socialización y acompañamiento.

El presente informe busca, finalmente, ofrecer una visión integral, clara y transparente de la gestión realizada, permitiendo valorar los avances alcanzados, el comportamiento de la colocación de recursos y el alcance territorial y poblacional del programa durante el periodo enero-septiembre de 2026, como insumo para continuar fortaleciendo las acciones institucionales y orientarlas hacia las necesidades reales de la ciudadana.

Tabla 1 Enfoque Diferencial Banca

Enero a Septiembre 2026			
	Enfoque Diferencial	Numero	Monto
Grupo Etario	18-28 años	45	\$ 258.750.000
	29-59 años	187	\$ 1.126.220.000
	60 años	79	\$ 467.000.000
Territorial	urbano	212	\$ 1.230.070.000
	Rural	99	\$ 621.900.000
Sector	Agro	96	\$ 595.600.000
	Comercio	105	\$ 643.420.000
	Producción	49	\$ 255.850.000
	Servicios	61	\$ 357.100.000

Fuente: CORFAS Operador Banca Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial – IMEBU

En la tabla N°1, se puede evidenciar que, durante el periodo comprendido entre enero y septiembre de 2026, el Programa Banca Ciudadana del Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial de Bucaramanga – IMEBU desarrolló acciones orientadas a facilitar el acceso a mecanismos de financiación formal para emprendedores, microempresarios, pequeños comerciantes, trabajadores independientes y unidades productivas del municipio.

Como resultado de la gestión adelantada durante este periodo, se logró la **colocación de 311 créditos**, por un valor total de **\$1.851.970.000**, recursos destinados al fortalecimiento de diferentes actividades económicas y unidades productivas. El análisis de estos resultados permite evidenciar el alcance de la estrategia desde diferentes perspectivas, teniendo en cuenta las características de los beneficiarios, su ubicación territorial y el sector económico al cual pertenecen.

Enfoque por grupo etario

Desde el enfoque diferencial por grupo de edad, los resultados muestran una participación significativa de ciudadanos pertenecientes a diferentes etapas de la vida, lo cual evidencia que el Programa Banca Ciudadana atiende una población diversa y con diferentes necesidades de financiación.

El grupo comprendido entre los **29 y 59 años** presentó la mayor participación durante el periodo analizado, con **187 créditos**, por un valor de **\$1.126.220.000**. Este resultado representa una participación importante dentro de la colocación total y refleja la presencia del programa en una población económicamente activa que desarrolla diferentes actividades comerciales, productivas y de servicios y que requiere recursos para mantener, fortalecer o ampliar sus unidades productivas.

En el grupo de **18 a 28 años** se registraron **45 créditos**, por un valor de **\$258.750.000**. La participación de los jóvenes constituye un resultado relevante para las estrategias de promoción del emprendimiento y la inclusión financiera, teniendo en cuenta que este segmento de la población encuentra en sus iniciativas productivas una alternativa para generar ingresos, desarrollar capacidades empresariales y avanzar en la consolidación de sus proyectos económicos.

Por su parte, las personas de **60 años o más** accedieron a **79 créditos**, por un valor de **\$467.000.000**. Esta cifra evidencia que existe una participación importante de adultos mayores que continúan desarrollando actividades productivas y que requieren alternativas de financiación para fortalecer sus negocios, mantener sus fuentes de ingreso y continuar aportando a la dinámica económica del municipio.

La distribución por grupos etarios permite evidenciar, por tanto, que Banca Ciudadana atiende una población diversa y que la oferta de financiación tiene presencia en diferentes segmentos de edad. Esto fortalece el propósito institucional de promover oportunidades

de acceso al crédito formal y apoyar iniciativas productivas que contribuyen a la generación de ingresos y al sostenimiento económico de los beneficiarios.

Enfoque territorial

Desde la perspectiva territorial, la gestión desarrollada durante enero y septiembre de 2026 permitió atender tanto a ciudadanos ubicados en la zona urbana como a emprendedores y unidades productivas localizadas en el área rural del municipio.

En la **zona urbana** se registraron **212 créditos**, por un valor de **\$1.230.070.000**, mientras que en la **zona rural** se colocaron **99 créditos**, por un valor de **\$621.900.000**.

La distribución territorial refleja el esfuerzo institucional por acercar la oferta de financiación a diferentes sectores de Bucaramanga, reconociendo que las necesidades de los emprendedores y unidades productivas pueden variar de acuerdo con las características económicas, sociales y territoriales de cada zona.

La participación de **99 créditos en el sector rural**, por más de seiscientos millones de pesos, representa un resultado significativo, especialmente por la importancia que tienen las actividades productivas rurales en la generación de ingresos y en la dinámica económica del municipio. Esta cobertura permite fortalecer iniciativas que, en muchos casos, dependen directamente del acceso a capital para adquirir insumos, herramientas, equipos y otros elementos necesarios para continuar con sus actividades.

De igual manera, la colocación realizada en la zona urbana evidencia la presencia permanente del programa en los diferentes sectores de la ciudad, atendiendo las necesidades de pequeños comerciantes, emprendedores y trabajadores independientes que requieren financiación para fortalecer sus negocios y mejorar sus condiciones de operación.

El análisis territorial constituye así una herramienta fundamental para el seguimiento de la gestión, ya que permite identificar los sectores donde se concentra la demanda de financiación y generar información útil para orientar futuras jornadas de socialización, promoción y atención de Banca Ciudadana.

Distribución por sector económico

En relación con las actividades económicas desarrolladas por los beneficiarios, los resultados muestran una participación de los sectores de **comercio, agro, servicios y producción**, evidenciando la diversidad de unidades productivas que hacen parte de la población atendida por el Programa Banca Ciudadana.

El sector **comercio** presentó la mayor participación, con **105 créditos desembolsados**, por un valor de **\$643.420.000**. Este resultado refleja la importancia de las actividades comerciales dentro de la economía local y la necesidad de contar con mecanismos de financiación que permitan a los pequeños comerciantes fortalecer sus establecimientos, adquirir mercancías, mejorar sus procesos de comercialización y disponer de capital de trabajo.

En segundo lugar, se encuentra el sector **agro**, con **96 créditos**, por un valor de **\$595.600.000**. Esta colocación evidencia el alcance de la financiación hacia actividades relacionadas con el sector rural y productivo, contribuyendo al fortalecimiento de unidades que requieren recursos para adquirir insumos, herramientas y demás elementos necesarios para el desarrollo de sus actividades.

El sector de **servicios** registró **61 créditos**, por un valor de **\$357.100.000**. Esta participación demuestra que el programa también atiende una amplia variedad de actividades relacionadas con la prestación de servicios, permitiendo que trabajadores independientes y unidades productivas puedan acceder a recursos para fortalecer sus operaciones y mejorar su capacidad de atención.

Finalmente, el sector de **producción** alcanzó **49 créditos**, por un valor de **\$255.850.000**, recursos que contribuyen al fortalecimiento de actividades relacionadas con la transformación y elaboración de bienes y productos.

La distribución sectorial evidencia que la oferta de Banca Ciudadana tiene presencia en diferentes actividades económicas y permite atender necesidades diversas de financiación. Esto representa un aporte importante al fortalecimiento del tejido empresarial, debido a que los recursos colocados se orientan a unidades productivas con características y requerimientos diferentes.

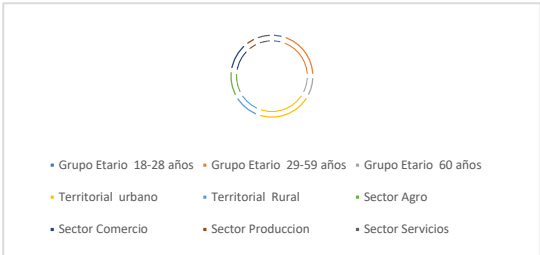
Balance integral de los resultados

El análisis conjunto de los enfoques **etario, territorial y sectorial** permite tener una visión más completa de la gestión realizada por el Programa Banca Ciudadana durante el periodo enero-septiembre de 2026.

Los **311 créditos colocados por \$1.851.970.000** no representan únicamente un resultado cuantitativo de la gestión institucional. Detrás de estas cifras se encuentran emprendedores, comerciantes, trabajadores independientes y unidades productivas que requieren recursos para continuar desarrollando sus actividades económicas, mantener sus fuentes de ingreso y generar nuevas oportunidades de crecimiento.

La información analizada permite evidenciar que los recursos llegaron a diferentes grupos de edad, tanto en la zona urbana como rural, y a actividades económicas relacionadas con el comercio, el agro, los servicios y la producción. Esta diversidad demuestra la capacidad del programa para atender diferentes perfiles de beneficiarios y contribuir a la inclusión financiera desde una perspectiva territorial y poblacional.

***Ilustración 1** Enfoque Diferencial Banca*



Fuente: CORFAS Operador Banca /Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial – IMEBU

De igual manera, los resultados constituyen un insumo importante para fortalecer la planeación institucional. El seguimiento de las características de los beneficiarios permite identificar comportamientos en la demanda, reconocer los sectores con mayor participación y establecer oportunidades para fortalecer las acciones de promoción, orientación y acompañamiento.

En este sentido, el enfoque diferencial no debe entenderse únicamente como una clasificación estadística de los beneficiarios, sino como una herramienta para comprender de manera más cercana las características de la población atendida y orientar las acciones institucionales de acuerdo con las necesidades identificadas.

La gestión adelantada durante estos nueve meses reafirma el compromiso del IMEBU, a través del Programa Banca Ciudadana, con la generación de oportunidades de acceso a financiación formal y el fortalecimiento de las actividades económicas desarrolladas por los ciudadanos de Bucaramanga. Asimismo, evidencia la importancia de continuar fortaleciendo la presencia territorial, la orientación a los potenciales beneficiarios y las estrategias de divulgación de la oferta institucional.

***Tabla 2** Valor Promedio de los créditos otorgados*

Valor Promedio de los créditos otorgados	
Valor	\$ 6.000.000

Fuente: CORFAS Operador Banca Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial – IMEBU

Como se muestra en la tabla N° 2, el valor promedio de los créditos otorgados durante el periodo analizado se ubicó en \$6.000.000, lo que evidencia una estrategia de financiación orientada a brindar un respaldo económico significativo y equilibrado a los beneficiarios. Este monto promedio refleja la capacidad del programa para atender de manera efectiva las necesidades de capital de los emprendimientos, permitiendo tanto el fortalecimiento de unidades productivas existentes como el impulso a nuevas iniciativas empresariales.

Tabla 3 Enfoque Diferencial Población Vulnerable

Enero a septiembre 2026		
Población Vulnerable	Numero	Total, Monto por población
Tercera Edad (mayores de 60 años)	79	\$ 467.000.000
Victimas (Cualquier hecho victimizante)	3	\$ 16.950.000
Migrantes (Extranjeros que residen en el país)	9	\$ 39.600.000
Jóvenes	45	\$ 258.750.000
Vendedores Informales	16	\$ 54.100.000
Mujer cabeza de familia	8	\$ 44.500.000
Total	160	\$ 880.900.000

Fuente: CORFAS Operador Banca Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial – IMEBU

En la tabla N°3, se muestra que el Programa Banca Ciudadana – IMEBU desarrolló una gestión orientada a facilitar el acceso a mecanismos de financiación formal para diferentes grupos poblacionales, promoviendo oportunidades para el fortalecimiento de actividades productivas y la generación de ingresos.

Dentro de los resultados alcanzados durante este periodo se destaca la participación de población que, por sus condiciones sociales, económicas o particulares, requiere una atención especial dentro de las estrategias de inclusión financiera. En este sentido, el enfoque diferencial permite identificar y visibilizar la participación de diferentes grupos poblacionales que accedieron a los recursos de Banca Ciudadana para fortalecer sus actividades económicas.

Durante el periodo analizado se registró la participación de 160 beneficiarios pertenecientes a diferentes grupos de población vulnerable, quienes en conjunto accedieron a recursos por un valor de \$880.900.000. Estos resultados representan una participación significativa dentro de la gestión general del programa y evidencian el alcance de las acciones encaminadas a acercar alternativas de financiación formal a ciudadanos con diferentes condiciones y características.

Personas mayores de 60 años

El grupo con mayor participación dentro de la población identificada corresponde a las personas mayores de 60 años, con 79 beneficiarios, quienes accedieron a recursos por un valor de \$467.000.000.

Este resultado evidencia la participación activa de los adultos mayores en diferentes actividades económicas y productivas del municipio. Para muchas de estas personas, sus unidades productivas representan una fuente importante de ingresos y una alternativa para mantener su autonomía económica.

La financiación otorgada permite fortalecer sus actividades mediante la adquisición de insumos, herramientas, equipos, mercancías y demás elementos necesarios para mantener o mejorar sus negocios. De esta manera, el programa contribuye a generar oportunidades para que las personas mayores que continúan desarrollando actividades productivas puedan acceder a mecanismos de financiación formal.

Víctimas del conflicto o de hechos victimizantes

Dentro de la población beneficiaria se identificaron 3 personas víctimas de algún hecho victimizante, quienes accedieron a créditos por un valor total de \$16.950.000.

La participación de esta población refleja la importancia de promover mecanismos que permitan fortalecer las capacidades económicas y productivas de ciudadanos que han enfrentado situaciones que pueden afectar sus condiciones de vida y sus posibilidades de generación de ingresos.

El acceso a recursos de financiación puede constituir una herramienta para fortalecer actividades productivas y contribuir a procesos de recuperación económica y autonomía financiera, en el marco de las oportunidades ofrecidas por el programa.

Población migrante

Durante el periodo analizado se registraron 9 beneficiarios migrantes, correspondientes a extranjeros residentes en el país, quienes accedieron a recursos por un valor de \$39.600.000.

La participación de esta población evidencia la capacidad del Programa Banca Ciudadana para atender diferentes perfiles de ciudadanos que desarrollan actividades económicas en Bucaramanga. El acceso a financiación formal representa una oportunidad para fortalecer emprendimientos y actividades productivas que contribuyen a la generación de ingresos y a la integración económica de esta población.

Jóvenes

En el grupo de población joven se registraron 45 beneficiarios, con una colocación de \$258.750.000.

La participación de los jóvenes constituye un resultado importante dentro de las acciones de promoción del emprendimiento y la inclusión financiera. El acceso a recursos permite que quienes se encuentran iniciando o consolidando sus actividades productivas puedan fortalecer sus negocios, adquirir insumos y herramientas y mejorar sus capacidades operativas.

Este resultado demuestra la importancia de continuar promoviendo alternativas de financiación dirigidas a jóvenes emprendedores, especialmente como mecanismo para apoyar la generación de ingresos y la consolidación de iniciativas económicas sostenibles.

Vendedores informales

El programa también registró la participación de 16 vendedores informales, quienes accedieron a recursos por un valor de \$54.100.000.

La inclusión de este grupo dentro de la gestión de Banca Ciudadana resulta especialmente relevante debido a que las actividades de comercio informal representan para muchas personas una fuente fundamental de generación de ingresos.

El acceso a financiación formal puede contribuir al fortalecimiento de estas actividades mediante la adquisición de mercancías, herramientas, equipos y otros elementos necesarios para mejorar sus condiciones de operación y favorecer una mayor estabilidad económica.

Mujeres cabeza de familia

En relación con las mujeres cabeza de familia, se identificaron 8 beneficiarias, con una colocación total de \$44.500.000.

Este resultado refleja la participación de mujeres que desarrollan actividades productivas como una alternativa para generar ingresos y atender las necesidades económicas de sus hogares. El acceso a financiación constituye una oportunidad para fortalecer sus unidades productivas y mejorar sus posibilidades de crecimiento y sostenibilidad.

La atención a este grupo poblacional también permite fortalecer las acciones institucionales relacionadas con la autonomía económica de las mujeres y el reconocimiento de su papel como generadoras de ingresos y dinamizadoras de la economía familiar y local.

Balance general de la población vulnerable

En términos generales, durante enero a septiembre de 2026, el Programa Banca Ciudadana registró 160 beneficiarios pertenecientes a los grupos de población vulnerable identificados, con una colocación total de \$880.900.000.

La distribución de estos recursos evidencia una participación importante de las personas mayores de 60 años y de los jóvenes, seguida por vendedores informales, población migrante, mujeres cabeza de familia y víctimas de hechos victimizantes.

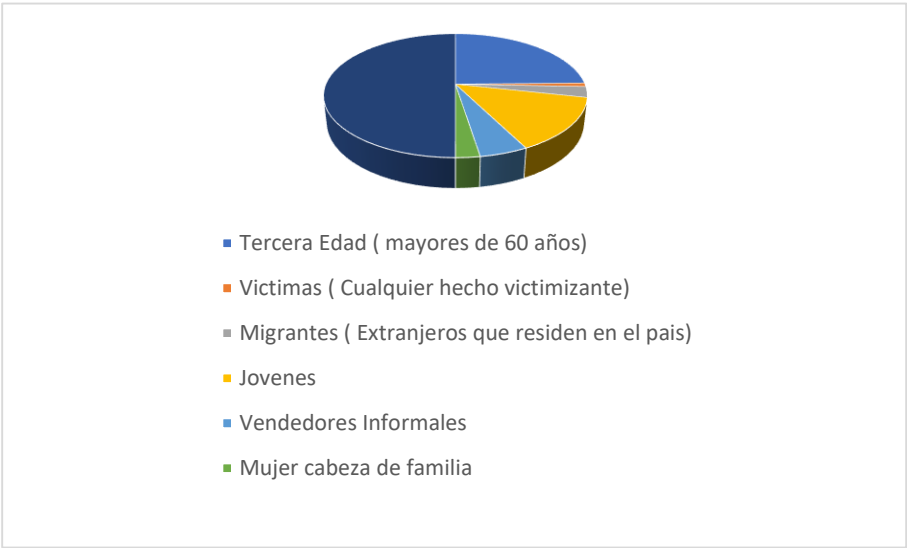
Estos resultados permiten evidenciar que la gestión del Programa Banca Ciudadana trasciende la colocación de recursos y se orienta hacia una perspectiva de inclusión financiera y atención diferencial, reconociendo las distintas condiciones y características de la población beneficiaria.

El enfoque diferencial permite, además, fortalecer la capacidad institucional para identificar las necesidades específicas de los diferentes grupos poblacionales y orientar de manera más efectiva las estrategias de promoción, orientación y acompañamiento. Esta información constituye un insumo importante para la planeación de futuras acciones y para el seguimiento de los resultados alcanzados.

Es importante señalar que algunos beneficiarios pueden pertenecer simultáneamente a más de uno de los grupos poblacionales relacionados. Por esta razón, la suma de las categorías de población vulnerable debe interpretarse como un registro de participaciones por enfoque diferencial y no necesariamente como un número de personas únicas.

En este contexto, los \$880.900.000 destinados a población vulnerable representan un aporte significativo al fortalecimiento de actividades económicas desarrolladas por ciudadanos que requieren oportunidades de acceso a financiación formal. Estos recursos pueden contribuir al sostenimiento de negocios, adquisición de insumos y herramientas, fortalecimiento del capital de trabajo y consolidación de actividades productivas.

Ilustración 2 Enfoque población vulnerable



Fuente: CORFAS Operador Banca /Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial – IMEBU

De esta manera, el Programa Banca Ciudadana reafirma su compromiso con una gestión orientada a generar oportunidades de financiación para diferentes sectores de la población, fortaleciendo la inclusión financiera y contribuyendo al desarrollo económico y social del municipio de Bucaramanga.

Los resultados obtenidos durante el periodo enero-septiembre de 2026 constituyen, además, un referente para continuar fortaleciendo las estrategias institucionales de atención a población vulnerable, promoviendo una oferta cercana, accesible y orientada a las necesidades reales de los ciudadanos y de sus unidades productivas.

Tabla 4 Estratificación

Enero a septiembre 2026		
Estrato	Cantidad Beneficiarios	Total, monto por estrato
1	149	\$ 869.600.000

2	79	\$ 469.850.000
3	62	\$ 376.020.000
4	21	\$ 136.500.000
Total	311	\$ 1.851.970.000

Fuente: CORFAS Operador Banca/ Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial – IMEBU

En la tabla N° 4, se evidencia que durante el periodo comprendido entre enero y septiembre de 2026, el Programa Banca Ciudadana – IMEBU realizó una colocación total de 311 créditos, por un valor de \$1.851.970.000, destinados al fortalecimiento de diferentes emprendimientos, pequeños negocios, unidades productivas y actividades económicas desarrolladas en el municipio.

Como parte del seguimiento y análisis de los resultados obtenidos, se realizó la clasificación de los beneficiarios de acuerdo con su **estrato socioeconómico**, con el propósito de identificar las características de la población que accedió a los recursos de financiación y analizar el alcance de la estrategia de inclusión financiera implementada por el programa.

La información recopilada evidencia una importante participación de beneficiarios pertenecientes a los estratos **1, 2 y 3**, lo cual refleja que la oferta de Banca Ciudadana tiene una presencia significativa entre ciudadanos que desarrollan actividades productivas y requieren alternativas de financiación para fortalecer sus fuentes de generación de ingresos.

Estrato 1

El **estrato 1** concentró la mayor participación durante el periodo analizado, con **149 beneficiarios**, quienes accedieron a recursos por un valor total de **\$869.600.000**.

Este resultado evidencia una presencia importante del Programa Banca Ciudadana en población perteneciente a sectores de menores ingresos, para quienes el acceso a mecanismos de financiación formal puede representar una oportunidad fundamental para fortalecer sus actividades económicas.

Los recursos colocados permiten apoyar necesidades relacionadas con capital de trabajo, adquisición de insumos, herramientas, equipos y otros elementos necesarios para mantener o mejorar el funcionamiento de las unidades productivas.

La participación de este grupo también refleja la importancia de continuar fortaleciendo las estrategias de divulgación y orientación de la oferta institucional, especialmente en aquellos sectores donde los emprendedores pueden enfrentar mayores dificultades para acceder a las alternativas tradicionales de financiación.

Estrato 2

En el **estrato 2** se registraron **79 beneficiarios**, con una colocación total de **\$469.850.000**.

La participación de este grupo demuestra igualmente el alcance de la estrategia de financiación en hogares y unidades productivas que requieren recursos para fortalecer sus actividades económicas.

Los créditos otorgados contribuyen al fortalecimiento de pequeños negocios y emprendimientos, permitiendo que sus propietarios puedan disponer de recursos destinados a mejorar sus condiciones de operación, adquirir mercancías o insumos y atender necesidades propias de sus actividades productivas.

Estrato 3

En el **estrato 3** se identificaron **62 beneficiarios**, quienes recibieron recursos por un valor de **\$376.020.000**.

La participación de este estrato evidencia que Banca Ciudadana atiende también a ciudadanos con diferentes condiciones socioeconómicas, ampliando el alcance de la oferta institucional y permitiendo que unidades productivas pertenecientes a este segmento puedan acceder a mecanismos de financiación formal.

Estos recursos representan una oportunidad para fortalecer negocios existentes, mejorar procesos y atender necesidades de inversión que contribuyan a la sostenibilidad de las actividades económicas.

Estrato 4

Finalmente, el **estrato 4** registró **21 beneficiarios**, con una colocación de **\$136.500.000**.

Aunque presenta una participación menor frente a los demás estratos, este resultado evidencia que el Programa Banca Ciudadana cuenta con una cobertura dirigida a diferentes segmentos socioeconómicos, atendiendo las necesidades de financiación de ciudadanos que desarrollan actividades productivas dentro del municipio.

Balance general por estrato

En términos generales, la distribución de los créditos por estrato socioeconómico permite observar que la mayor concentración de beneficiarios se encuentra en los **estratos 1 y 2**, que conjuntamente registraron **228 beneficiarios** y una colocación de **\$1.339.450.000**.

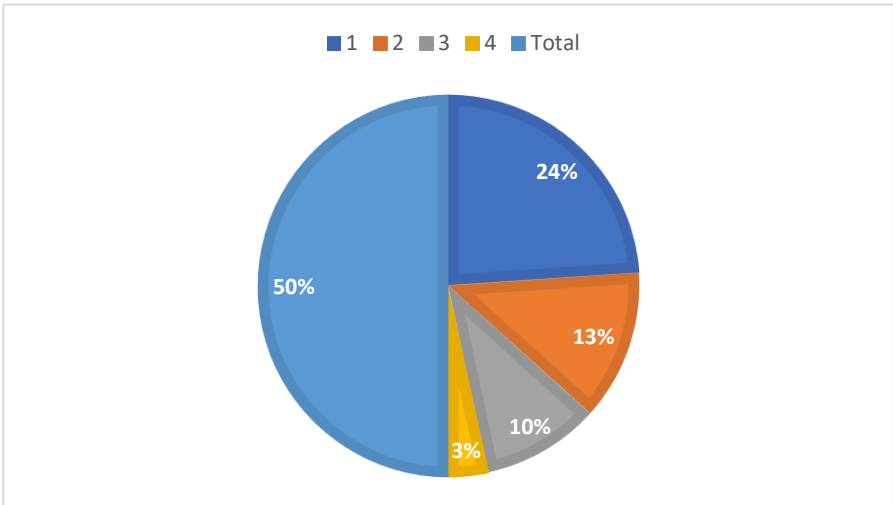
Este resultado es especialmente relevante desde la perspectiva de la **inclusión financiera**, debido a que evidencia que una proporción importante de los recursos del programa está llegando a población perteneciente a los segmentos socioeconómicos con mayores necesidades de acceso a alternativas de financiación.

Por su parte, los estratos 3 y 4 registraron conjuntamente **83 beneficiarios**, con recursos por **\$512.520.000**, demostrando que la oferta institucional también atiende unidades productivas pertenecientes a otros segmentos de la población.

En conjunto, los **311 créditos colocados por \$1.851.970.000** durante enero a septiembre de 2026 reflejan una distribución de recursos orientada a diferentes condiciones socioeconómicas, con una participación especialmente significativa de los estratos 1 y 2.

Este comportamiento permite destacar el papel de Banca Ciudadana como una herramienta que busca facilitar el acceso a financiación formal y generar oportunidades para el fortalecimiento de actividades económicas desarrolladas por ciudadanos de Bucaramanga.

Ilustración 3 Estratificación



Fuente: CORFAS Operador Banca/ Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial – IMEBU

Asimismo, esta información permite complementar el análisis territorial, poblacional y sectorial desarrollado en el presente informe, generando una visión integral de las características de los beneficiarios y del destino de los recursos colocados.

En este sentido, los resultados alcanzados durante el periodo enero-septiembre de 2026 evidencian que el Programa Banca Ciudadana no se limita a entregar recursos financieros, sino que busca acercar oportunidades a ciudadanos que desarrollan actividades productivas y que requieren apoyo para fortalecer sus negocios, generar ingresos y contribuir a la dinámica económica del municipio.

La distribución de los beneficiarios por estrato reafirma, de esta manera, el compromiso institucional del IMEBU con la inclusión financiera, el fortalecimiento empresarial y la generación de oportunidades económicas, priorizando una atención cercana a las

necesidades de la población y promoviendo el acceso a mecanismos de financiación formal.

Tabla 5 Número de beneficiarios y monto por comuna

Enero a Septiembre del 2026		
Comuna	Cantidad Beneficiarios	Monto por comuna
1	41	232.050.000
2	13	73.900.000
3	22	131.500.000
4	14	70.750.000
5	13	80.650.000
6	11	66.500.000
7	1	1.700.000
8	8	36.700.000
9	6	42.400.000
10	9	49.800.000
11	13	66.300.000
12	3	10.900.000
13	14	93.500.000
14	9	66.000.000
15	24	148.220.000
16	0	0
17	11	59.200.000
Total	212	1.230.070.000

Fuente: CORFAS Operador Banca Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial – IMEBU

Como se muestra en la tabla N° 5, durante el periodo comprendido entre **enero y septiembre de 2026**, el Programa **Banca Ciudadana**, desarrolló acciones de orientación, promoción y acompañamiento dirigidas a emprendedores, microempresarios, pequeños comerciantes, trabajadores independientes y unidades productivas ubicadas en diferentes sectores de la ciudad.

Como resultado de esta gestión, en la zona urbana del municipio se logró la colocación de **212 créditos**, por un valor total de **\$1.230.070.000**, distribuidos entre las diferentes comunas de Bucaramanga. Esta información permite analizar el alcance territorial del programa y reconocer los sectores en los cuales se presentó una mayor participación de beneficiarios.

La distribución por comunas constituye un elemento importante para valorar la cobertura de Banca Ciudadana, debido a que permite identificar cómo se están acercando las alternativas de financiación a los diferentes territorios y cuáles son las zonas en las que existe una mayor demanda de recursos para el fortalecimiento de actividades productivas.

La **Comuna 1** presentó la mayor participación dentro de la distribución territorial, con **41 beneficiarios**, quienes accedieron a recursos por un valor de **\$232.050.000**.

Este resultado evidencia una presencia significativa del programa en este sector de la ciudad y refleja la importancia de continuar acercando las alternativas de financiación a las unidades productivas que desarrollan sus actividades en esta zona.

En la **Comuna 2** se registraron **13 beneficiarios**, con una colocación total de **\$73.900.000**.

La participación de esta comuna demuestra que las acciones de Banca Ciudadana han permitido atender diferentes sectores urbanos y brindar alternativas de financiación a ciudadanos que requieren recursos para fortalecer sus actividades económicas.

La **Comuna 3** registró **22 beneficiarios**, con recursos colocados por un valor de **\$131.500.000**.

Este resultado representa una participación importante dentro de la distribución territorial y evidencia la existencia de una demanda de financiación para el fortalecimiento de emprendimientos y unidades productivas ubicadas en este sector.

En la **Comuna 4** se beneficiaron **14 personas**, con una colocación de **\$70.750.000**.

La presencia de beneficiarios en esta zona contribuye al propósito institucional de ampliar el acceso a mecanismos de financiación formal y fortalecer las actividades económicas desarrolladas en los diferentes sectores de la ciudad.

La **Comuna 5** registró **13 beneficiarios**, con una colocación de **\$80.650.000**.

Los recursos otorgados permitieron atender necesidades de financiación de unidades productivas ubicadas en este sector, contribuyendo al fortalecimiento de sus actividades económicas.

En la **Comuna 6** se registraron **11 beneficiarios**, quienes accedieron a recursos por un valor de **\$66.500.000**.

Este resultado evidencia la cobertura alcanzada por el programa y la participación de diferentes sectores de la ciudad dentro de la estrategia de inclusión financiera.

La **Comuna 7** registró **1 beneficiario**, con una colocación de **\$1.700.000**.

Aunque la participación fue menor frente a otras comunas, este resultado permite identificar la presencia del programa en el territorio y constituye información relevante para orientar futuras acciones de promoción y socialización de la oferta institucional.

En la **Comuna 8** se registraron **8 beneficiarios**, con recursos por **\$36.700.000**.

La colocación realizada evidencia la participación de unidades productivas de este sector dentro de los resultados generales del programa.

La **Comuna 9** contó con **6 beneficiarios**, quienes accedieron a recursos por **\$42.400.000**.

Estos recursos contribuyen al fortalecimiento de las actividades productivas desarrolladas por los beneficiarios y reflejan el alcance de las estrategias de financiación en diferentes zonas de Bucaramanga.

En la **Comuna 10** se beneficiaron **9 personas**, con una colocación total de **\$49.800.000**.

La participación de esta comuna se suma a los resultados generales de cobertura urbana y demuestra la presencia de Banca Ciudadana en diferentes sectores de la ciudad.

La **Comuna 11** registró **13 beneficiarios**, con recursos colocados por un valor de **\$66.300.000**.

Esta participación refleja el interés de los ciudadanos por acceder a alternativas de financiación que les permitan fortalecer sus actividades económicas y mejorar las condiciones de operación de sus negocios.

En la **Comuna 12** se registraron **3 beneficiarios**, con una colocación de **\$10.900.000**.

Aunque el número de créditos es reducido, su inclusión dentro del análisis permite contar con una visión completa de la distribución territorial de los recursos y facilita la identificación de oportunidades para fortalecer la promoción del programa en este sector.

La **Comuna 13** registró **14 beneficiarios**, con una colocación total de **\$93.500.000**.

Este resultado evidencia una participación relevante dentro de la distribución urbana y representa un aporte al fortalecimiento de las actividades económicas desarrolladas en este sector de la ciudad.

En la **Comuna 14** se registraron **9 beneficiarios**, con recursos por un valor de **\$66.000.000**.

La colocación realizada contribuye al fortalecimiento de las unidades productivas beneficiarias y amplía el alcance territorial de las acciones de financiación.

La **Comuna 15** presentó una participación significativa, con **24 beneficiarios**, quienes accedieron a recursos por **\$148.220.000**.

Este resultado ubica a la Comuna 15 entre los sectores con mayor participación dentro de la colocación urbana y evidencia una demanda importante de recursos para el fortalecimiento de actividades económicas.

Durante el periodo analizado, la **Comuna 16** no registró colocación de créditos, presentando **0 beneficiarios y \$0 en recursos desembolsados**.

Este resultado constituye un elemento importante para el análisis territorial, ya que permite identificar una oportunidad para fortalecer las acciones de promoción, divulgación y acercamiento de la oferta institucional en este sector, con el propósito de facilitar que los potenciales beneficiarios conozcan las alternativas de financiación disponibles.

Finalmente, en la **Comuna 17** se registraron **11 beneficiarios**, con una colocación total de **\$59.200.000**.

La participación de esta comuna complementa la cobertura alcanzada en la zona urbana y evidencia la presencia del programa en diferentes sectores socioeconómicos y territoriales de Bucaramanga.

Balance territorial de la gestión

El análisis de la distribución de los créditos por comunas permite evidenciar que durante enero a septiembre de 2026 el Programa Banca Ciudadana logró una presencia significativa en diferentes sectores de la zona urbana de Bucaramanga.

De los **212 créditos urbanos colocados**, las comunas con mayor número de beneficiarios fueron la **Comuna 1, con 41 créditos; la Comuna 15, con 24; y la Comuna 3, con 22 créditos**. Estas tres comunas concentran una parte importante de la colocación urbana y evidencian una mayor demanda de alternativas de financiación por parte de sus habitantes.

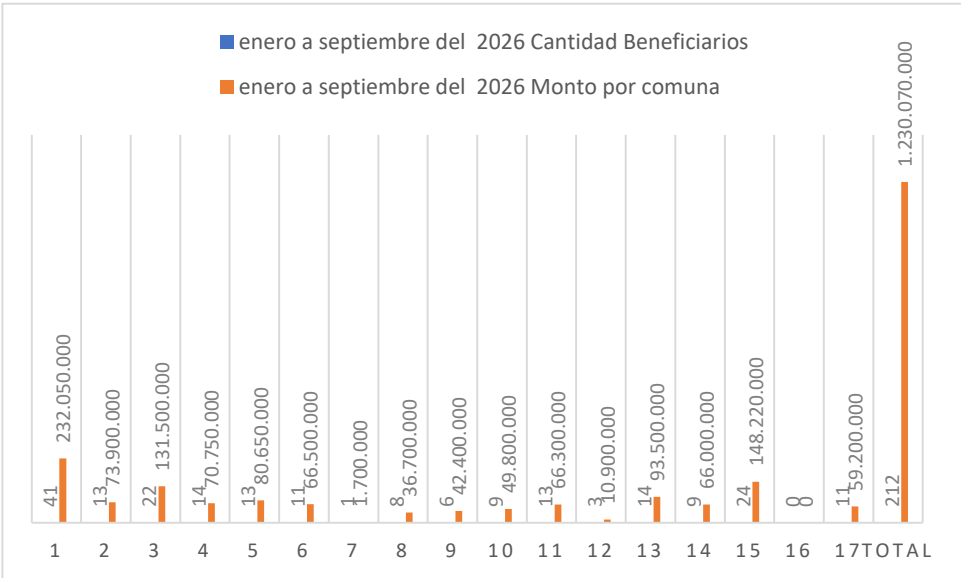
También se destaca la participación de las **comunas 13, 4, 2, 5 y 11**, que registraron entre 13 y 14 beneficiarios cada una, demostrando una distribución relativamente amplia de los recursos entre diferentes sectores de la ciudad.

Por otra parte, las comunas 6, 17, 10, 14, 8, 9 y 7 presentaron diferentes niveles de participación, lo que permite observar que la demanda de financiación se encuentra distribuida de manera diversa dentro del territorio urbano.

Es importante resaltar que la **Comuna 16 no presentó colocación durante el periodo evaluado**, situación que puede ser tenida en cuenta dentro de la planeación de futuras actividades de promoción y socialización del programa. La identificación de estos sectores con menor o nula participación permite orientar de manera estratégica las acciones institucionales y fortalecer el conocimiento de la oferta de Banca Ciudadana entre los potenciales beneficiarios.

En términos generales, la colocación de **212 créditos por \$1.230.070.000 en la zona urbana** demuestra el alcance territorial de Banca Ciudadana y su contribución al fortalecimiento de actividades económicas desarrolladas en las diferentes comunas de Bucaramanga.

Ilustración N° 4 Número de beneficiarios y monto por comuna



Fuente: CORFAS Operador Banca Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial – IMEBU

El análisis territorial también permite comprender que la gestión del programa no se limita a la entrega de recursos, sino que requiere mantener una presencia cercana en los territorios, fortalecer los procesos de orientación y divulgación y generar estrategias que permitan que los ciudadanos conozcan oportunamente las alternativas de financiación disponibles.

De esta manera, la información por comunas se constituye en un instrumento de seguimiento y planeación que facilita la identificación de sectores con mayor demanda, zonas con oportunidades de crecimiento y territorios que requieren fortalecer las acciones de promoción institucional.

En conclusión, durante el periodo enero-septiembre de 2026, el Programa Banca Ciudadana avanzó en la consolidación de una estrategia de financiación con presencia en diferentes sectores urbanos de Bucaramanga, contribuyendo al fortalecimiento de emprendimientos y unidades productivas. Estos resultados reafirman el compromiso del IMEBU con la inclusión financiera, el desarrollo empresarial y el fortalecimiento de la economía local, mediante una oferta que busca acercarse progresivamente a las necesidades reales de los ciudadanos y de los diferentes territorios del municipio.

Tabla 6 Número de beneficiarios y monto por corregimiento

Enero a Septiembre 2026		
Corregimiento	Cantidad Beneficiarios	Total monto corregimiento
1	44	255.200.000
2	22	136.050.000
3	33	230.650.000
Total	99	621.900.000

Fuente: CORFAS Operador Banca/ Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial – IMEBU

En la Tabla N.º 6, se evidencia que en cumplimiento del propósito de ampliar el acceso a mecanismos de financiación en las zonas rurales del municipio, Durante el periodo comprendido entre enero y septiembre de 2026, el Programa Banca Ciudadana fortaleció su presencia en la zona rural de Bucaramanga, promoviendo el acceso a mecanismos de financiación formal para emprendedores, pequeños comerciantes, trabajadores

independientes y unidades productivas ubicadas en los diferentes corregimientos del municipio.

Esta cobertura territorial representa un componente importante de la gestión del programa, teniendo en cuenta que las dinámicas económicas de la población rural requieren alternativas de financiación que permitan fortalecer las actividades productivas, comerciales y de generación de ingresos que se desarrollan en estos territorios. En este sentido, la estrategia de Banca Ciudadana busca que el acceso al crédito no se concentre exclusivamente en el área urbana, sino que también llegue a las comunidades rurales, contribuyendo al fortalecimiento de sus iniciativas económicas y a la generación de mayores oportunidades.

En total, durante el periodo analizado se otorgaron **99 créditos en los tres corregimientos**, por un valor acumulado de **\$621.900.000**, evidenciando una participación significativa de la población rural dentro de los resultados generales del programa. Estos recursos constituyen una herramienta para que los beneficiarios puedan atender necesidades relacionadas con capital de trabajo, adquisición de insumos, fortalecimiento de sus actividades económicas y mejoramiento de sus unidades productivas.

El **Corregimiento 1** registró la mayor participación dentro de la distribución rural, con **44 beneficiarios**, quienes accedieron a recursos por un valor total de **\$255.200.000**.

Este resultado evidencia una importante dinámica de las actividades productivas desarrolladas en este territorio y refleja la capacidad del programa para acercar la oferta de financiación a comunidades que, por sus condiciones geográficas y económicas, pueden enfrentar mayores dificultades para acceder a alternativas de crédito formal.

La colocación de estos recursos contribuye al fortalecimiento de las iniciativas económicas de los beneficiarios y permite que los pequeños negocios y actividades productivas puedan contar con recursos destinados a su sostenimiento y crecimiento.

En el **Corregimiento 2** se beneficiaron **22 personas**, con una colocación total de **\$136.050.000**.

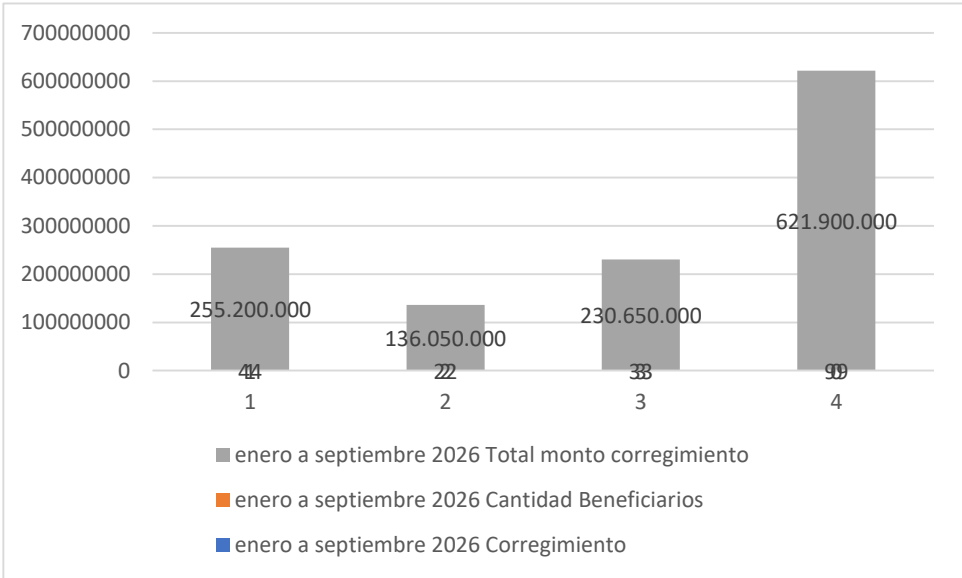
Aunque su participación fue menor frente a los otros corregimientos, los resultados demuestran que existe una demanda efectiva de financiación en este territorio. La gestión adelantada permite ampliar las posibilidades de acceso al crédito para personas que desarrollan actividades económicas y que requieren recursos para mantener, fortalecer o mejorar sus unidades productivas.

La presencia de Banca Ciudadana en este corregimiento también permite identificar oportunidades para continuar fortaleciendo las acciones de divulgación, orientación y acompañamiento, de manera que un mayor número de emprendedores conozca los requisitos, beneficios y posibilidades de financiación disponibles a través del programa.

Por su parte, el **Corregimiento 3** alcanzó una colocación de 33 créditos, por un valor total de \$230.650.000, constituyéndose en el segundo territorio rural con mayor número de beneficiarios y monto colocado.

Este resultado refleja una dinámica importante de acceso a financiación y demuestra la relevancia de continuar acercando la oferta institucional a las comunidades rurales. Los recursos colocados representan una oportunidad para fortalecer las actividades económicas existentes y apoyar la continuidad de iniciativas productivas que hacen parte de la economía local.

Ilustración N°5 Número de beneficiarios y monto por corregimiento



Fuente: CORFAS Operador Banca/ Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial – IMEBU

En este sentido, para el cierre de la vigencia se considera fundamental continuar fortaleciendo las acciones de socialización, orientación sobre requisitos, acompañamiento en el proceso de solicitud y difusión de la oferta institucional, con el propósito de ampliar progresivamente el alcance del programa y facilitar que más emprendedores y unidades productivas rurales puedan acceder a mecanismos de financiación formal.

Los resultados alcanzados durante este periodo reafirman que la gestión de Banca Ciudadana no se limita a la colocación de recursos, sino que busca generar condiciones para una mayor inclusión económica y financiera, reconociendo las particularidades de cada territorio y contribuyendo al fortalecimiento del tejido productivo tanto urbano como rural de Bucaramanga.

En desarrollo de estas acciones, se brindó **atención y orientación a 1.189 emprendedores y ciudadanos**, a quienes se suministró información clara, detallada y pertinente sobre las alternativas de financiación disponibles, los requisitos establecidos, las condiciones de acceso, los beneficios asociados y las diferentes etapas que deben surtir para acceder a los servicios ofrecidos en el marco del Programa Banca Ciudadana. Esta orientación permitió atender inquietudes, aclarar dudas relacionadas con el proceso de financiación y brindar a los potenciales beneficiarios elementos suficientes para identificar las alternativas que pueden contribuir al fortalecimiento de sus actividades económicas.

Así mismo, se realizó la activación de banca como; participó en el evento del **Programa “Asegúrate”**, convocado por la **Alcaldía Municipal de Bucaramanga**, realizado en el barrio **Kennedy del Norte**. En este espacio se socializó la oferta del programa de Banca, acercando los servicios institucionales a la comunidad y promoviendo el acceso de los emprendedores a herramientas de apoyo financiero y acompañamiento empresarial.

En el **Parque Romero** se realizó una jornada de socialización con los empresarios del sector, en la que se dio a conocer la oferta del programa de Banca, brindando información clara y oportuna a la comunidad sobre las diferentes alternativas de financiación disponibles. Durante esta actividad, se orientó a los asistentes acerca de los requisitos, condiciones y procesos para acceder a los créditos, así como los beneficios asociados a su obtención.

Asimismo, se destacó la importancia de estos instrumentos financieros como una oportunidad para fortalecer los emprendimientos, impulsar nuevas iniciativas productivas

y mejorar las condiciones económicas de los beneficiarios, contribuyendo de esta manera al desarrollo local y a la generación de empleo.

De igual manera, se hizo presencia en la **Feria de Café del Nororiente Colombiano**, realizada en **Neomundo**, evento que reunió a emprendedores y empresarios del sector cafetero. En este escenario se dio a conocer la oferta del programa de **Banca Ciudadana**, brindando orientación a los asistentes sobre las oportunidades de financiación disponibles. Durante la jornada se atendieron **9 emprendedores de la ciudad** interesados en acceder a estos beneficios.

Por otra parte, se participó activamente y se brindó apoyo en la feria de empleo “**Camello Sí Hay**”, espacio liderado para promover oportunidades laborales y el fortalecimiento económico de la comunidad. En el marco de esta jornada, se realizó la socialización del programa **Banca Ciudadana del IMEBU**, dando a conocer sus diferentes líneas de crédito, requisitos de acceso y beneficios orientados al fortalecimiento de unidades productivas y al impulso de nuevos emprendimientos.

En el **mes de abril** se brindó la oferta institucional y se realizaron jornadas de socialización en el **barrio Kennedy**, donde se orientó a los asistentes sobre los beneficios, requisitos y alcances de los programas disponibles, facilitando el acceso a herramientas de fortalecimiento empresarial y alternativas de financiación. De igual manera, se realizó una intervención en el corregimiento 2, generando espacios de información y resolución de inquietudes, lo cual contribuyó al posicionamiento institucional y al fortalecimiento del alcance territorial de la estrategia.

Así mismo, se apoyó la difusión de la oferta institucional de Banca IMEBU en el sector de **San Andresito Centro**, promoviendo activamente los servicios financieros, programas de acompañamiento y opciones de financiación dirigidas a emprendedores, microempresarios y población objetivo, incentivando su vinculación a los diferentes programas.

Adicionalmente, se brindó apoyo en la socialización de la oferta institucional en el Centro Vida Antonia Santos, en el marco de una actividad dirigida a **población diversa LGTBIQ+**, promoviendo el acceso a servicios financieros, oportunidades de financiación y procesos de acompañamiento empresarial, en un enfoque de inclusión y equidad.

Se participó en una **jornada desarrollada en el Centro Integral de la Mujer**, en la cual se realizó la socialización de la línea de crédito de economía popular, dirigida especialmente a mujeres emprendedoras del municipio de Bucaramanga. En el marco de esta actividad, se brindó orientación y asesoría personalizada a las participantes sobre las condiciones del crédito, requisitos de acceso, documentación necesaria y proceso de postulación, con el propósito de facilitar su vinculación a las alternativas de financiación ofrecidas por el IMEBU.

Por otra parte, se apoyó la socialización del programa de Banca Ciudadana dirigida a **personas firmantes de paz**, en proceso de reincorporación y víctimas del conflicto armado, orientando sobre las alternativas de financiación y estrategias de fortalecimiento empresarial disponibles. Estas acciones estuvieron encaminadas a promover la inclusión socioeconómica y el acceso equitativo a oportunidades que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de estas poblaciones.

Finalmente, se participó en la **feria MIA realizada en Neomundo**, escenario en el cual se llevó a cabo la socialización de la oferta institucional del IMEBU y la estrategia de Banca Ciudadana, dirigida a microempresarios y emprendedores. Esta participación permitió fortalecer la visibilidad de los programas institucionales, así como fomentar el acceso a sus beneficios y generar espacios de interacción directa con la comunidad.

Para el **mes de mayo**, se realizaron diversas jornadas de promoción y socialización de la oferta institucional del programa **Banca Ciudadana**, con el propósito de acercar los servicios financieros y las oportunidades de fortalecimiento empresarial a la comunidad emprendedora y a la ciudadanía en general. Estas actividades permitieron brindar información, orientación y acompañamiento a potenciales beneficiarios interesados en acceder a los diferentes instrumentos y beneficios ofrecidos por el programa.

Las acciones de difusión se desarrollaron en los siguientes espacios; Participación en la **Feria MIA**, escenario en el cual se socializó la oferta de Banca Ciudadana con emprendedores, comerciantes y asistentes al evento, brindando información sobre las

alternativas de financiación y los servicios de apoyo al fortalecimiento de unidades productivas.

Presencia en la actividad **Atrapa Sueños**, realizada en el sector de **Tejar Norte**, donde se llevó a cabo la divulgación de la oferta institucional, resolviendo inquietudes de los asistentes y orientándolos sobre los requisitos y procesos para acceder a los diferentes programas de apoyo.

Jornada de socialización en el **Parque de los Señores Emprendedores**, espacio que permitió fortalecer el relacionamiento con emprendedores locales y promover las oportunidades que ofrece Banca Ciudadana para impulsar el crecimiento y la sostenibilidad de sus iniciativas productivas.

Participación en la estrategia **Segundas Oportunidades**, desarrollada en la Alcaldía, donde se brindó información sobre la oferta de financiación y acompañamiento disponible para emprendedores y ciudadanos interesados en reactivar o fortalecer sus actividades económicas.

Adicionalmente, durante el mes se realizó presencia institucional permanente en los diferentes **Mercadillos** apoyados por el IMEBU, brindando acompañamiento y orientación directa a los empresarios participantes. En estos espacios se socializó la oferta del programa Banca Ciudadana, resolviendo inquietudes relacionadas con las líneas de financiación, requisitos de acceso y beneficios disponibles para el fortalecimiento de sus unidades productivas. Esta estrategia permitió acercar los servicios institucionales a los emprendedores y empresarios, promoviendo la inclusión financiera y generando oportunidades para el crecimiento y consolidación de sus negocios.

En el **mes de junio** se participó en los diferentes mercadillos de emprendedores organizados en la ciudad, espacios que facilitaron el contacto directo con los beneficiarios potenciales de la oferta institucional. Asimismo, se acompañaron las jornadas institucionales lideradas por la Administración Municipal en diferentes barrios de Bucaramanga, socializando la oferta de Banca Ciudadana y acercando los servicios del IMEBU a la comunidad.

De igual manera, se realizaron actividades de difusión en **la Plaza Central y la Plaza Guarín**, brindando orientación personalizada a comerciantes y trabajadores independientes sobre las oportunidades de financiación, fortalecimiento empresarial y demás programas institucionales. Estas acciones contribuyeron a incrementar el conocimiento de la oferta del IMEBU, fortalecer la presencia institucional en el territorio y promover el acceso de un mayor número de ciudadanos a los servicios de Banca Ciudadana.

De manera particular, se participó en las jornadas de **“Alcalde en mi Barrio”**, estrategia que permitió acercar los servicios de la Administración Municipal a diferentes sectores de Bucaramanga. En estos espacios, el equipo de Banca Ciudadana realizó acciones de divulgación y orientación dirigidas a los habitantes y emprendedores de los sectores visitados, brindando información sobre las posibilidades de acceso a financiación y orientando a los ciudadanos interesados de acuerdo con sus necesidades y características productivas.

La atención realizada estuvo orientada a proporcionar información de manera oportuna, comprensible y transparente, procurando que los ciudadanos conocieran las condiciones y requisitos aplicables antes de iniciar los respectivos procesos de solicitud. De esta manera, el programa contribuyó a fortalecer el conocimiento de la comunidad sobre las opciones de financiación formal y a promover decisiones informadas por parte de los emprendedores, microempresarios, pequeños comerciantes, trabajadores independientes y demás personas vinculadas a actividades productivas.

En el marco de la estrategia de promoción, divulgación y acercamiento territorial de los servicios institucionales, se desarrollaron diversas jornadas de socialización de la oferta de Banca Ciudadana en diferentes escenarios de la ciudad de Bucaramanga. Estas actividades tuvieron como finalidad ampliar la cobertura y visibilidad del programa, acercar la oferta institucional a la comunidad y facilitar el acceso a la información relacionada con los mecanismos de financiación y acompañamiento empresarial disponibles a través del IMEBU.

De igual manera, se acompañaron diferentes **eventos y actividades institucionales lideradas por el IMEBU y la Administración Municipal**, en los cuales se llevó la oferta de servicios directamente a los territorios y a los espacios donde se concentra la población objetivo del programa. Esta participación permitió articular las acciones de Banca Ciudadana con las demás estrategias institucionales dirigidas al fortalecimiento del emprendimiento, la generación de ingresos, la inclusión financiera y el desarrollo empresarial.

Estas jornadas también permitieron identificar de manera directa las principales inquietudes y necesidades de información de los ciudadanos, fortaleciendo el proceso de orientación y facilitando la remisión o direccionamiento de aquellos casos que requerían información complementaria o el inicio de un proceso de acceso a financiación. En este sentido, las actividades de promoción no se limitaron a la divulgación de la oferta, sino que constituyeron espacios de orientación personalizada, identificación de necesidades y acercamiento efectivo entre la institucionalidad y la comunidad.

En conclusión, las acciones adelantadas durante el período enero–septiembre de 2026 permitieron consolidar la presencia del Programa Banca Ciudadana en diferentes sectores de Bucaramanga, fortalecer la relación institucional con la comunidad emprendedora y ampliar el conocimiento sobre la oferta de financiación disponible. De esta manera, el IMEBU continúa promoviendo estrategias orientadas a facilitar el acceso a financiación, fortalecer las unidades productivas y contribuir al desarrollo económico y empresarial del municipio.

2. EVIDENCIA FOTOGRAFICA		
3.		
		
		
		
Registro Fotográfico beneficiarios equipo banca		

META 68: FORTALECER TÉCNICAMENTE UN (1) PRESTADOR DEL SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO Y FOMENTO EMPRESARIAL.

1. LÍNEA ESTRATÉGICA

Territorio seguro que progresa

2. SECTOR

Trabajo (36)

3. PROGRAMA

Fomento de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación del sector trabajo (3605)

4. META E INDICADOR DE PRODUCTO

Fortalecer técnicamente un (1) prestador del Servicio Público de Empleo y fomento empresarial.

Indicador	Meta 2026	Logro vigencia 2026	% avance trimestre	Presupuesto definitivo 2026	Total Recursos Comprometido 2026	Ejecución Recursos Comprometidos	Ejecución Recursos Obligados	Ejecución Recursos Pagados
Estrategias realizadas 3605017	1	0.65%	1%	\$ 865,712,727.27	\$ 841,946,675.00	97%	64%	64%

4.1. DESCRIPCIÓN DE PROYECTOS

Nombre del Proyecto	Código BPIN	Valor Vigencia Proyecto	Valor Total Proyecto
FORTALECIMIENTO A LA INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO TECNOLÓGICO EN EL SECTOR TRABAJO EN BUCARAMANGA	2024680010186	\$ 777,272,727.27	\$ 865,712,727.27

4.2. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS

4.2.1. AGENCIA PUBLICA DE EMPLEO

4.2.2 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Durante el tercer trimestre de 2026 (julio–septiembre), la **Agencia Pública de Empleo del IMEBU** desarrolló acciones orientadas al fortalecimiento de la empleabilidad, la intermediación laboral, el relacionamiento empresarial, la inclusión laboral y la promoción de la oferta institucional, garantizando la continuidad de la atención a buscadores de empleo y empleadores a través de la **Ruta de la Empleabilidad**.

De manera permanente, se brindaron servicios de:

- **Atención a buscadores de empleo:** registro y actualización de hojas de vida en el SISE, orientación laboral y acompañamiento para el fortalecimiento del perfil ocupacional.
- **Intermediación laboral:** identificación de perfiles, preselección y remisión de oferentes a vacantes disponibles.
- **Gestión empresarial:** vinculación de nuevas empresas, registro y gestión de vacantes y seguimiento a empleadores para identificar sus necesidades de talento humano.
- **Fortalecimiento de competencias:** desarrollo de talleres de habilidades blandas y herramientas para afrontar procesos de selección.

- **Inclusión laboral:** generación de oportunidades y convocatorias dirigidas a personas con discapacidad y otras poblaciones con enfoque diferencial.

Durante el trimestre se desarrollaron diferentes **convocatorias laborales, talleres y actividades de oferta institucional**. Entre las jornadas de intermediación se destacan las convocatorias con Pharmbills, OSYA, Prodeca, Nathan Group, Megalogistik, Vigilamos Seguridad, Disfarma, Medicinas y Terapias Domiciliarias, Coordinadora Mercantil, MFMI, Delthac 1, Activos y Gente Útil. Estas acciones facilitaron el acercamiento entre empresas con necesidades de talento humano y buscadores de empleo. Texto pegado

En materia de **fortalecimiento de competencias**, se realizaron talleres de habilidades blandas dirigidos a buscadores de empleo y un taller de creación de hoja de vida desarrollado en el marco de la jornada “Los Aliados del Comercio”. Texto pegado Texto pegado

Asimismo, se fortaleció la **promoción de la oferta institucional** mediante la participación en espacios como la actividad con la Escuela Municipal de Artes y Oficios de Bucaramanga – EMA, la jornada “Los Aliados del Comercio”, la atención a cuidadores de personas con discapacidad y la Feria de Emprendedores de la ARN, dirigida a personas reincorporadas y otras poblaciones especiales. Texto pegado

En cuanto al **enfoque diferencial e inclusión laboral**, se desarrollaron convocatorias específicas para personas con discapacidad, incluyendo oportunidades para perfiles administrativos, operativos y de seguridad, fortaleciendo el acceso de esta población a procesos de selección e intermediación laboral. Texto pegado

En conjunto, las acciones desarrolladas durante el tercer trimestre permitieron mantener una atención integral a buscadores de empleo y empleadores, fortalecer la conexión entre oferta y demanda laboral y consolidar la prestación del **Servicio Público de Empleo**, contribuyendo al cumplimiento de las metas establecidas para la Agencia Pública de Empleo del IMEBU.

3.1.1 PERSONAS REGISTRADAS

Durante el tercer trimestre de 2026, la **Agencia Pública de Empleo del IMEBU** continuó fortaleciendo el registro y actualización de hojas de vida en el **Sistema de Información del Servicio Público de Empleo (SISE)**, facilitando el acceso de los buscadores de empleo a las diferentes oportunidades laborales gestionadas por la Agencia.

Entre julio y septiembre se registraron **1.141 personas**, alcanzando un acumulado de **5.449 personas registradas en el SISE entre enero y septiembre de 2026**. Este resultado evidencia la continuidad de las acciones de registro, orientación e intermediación desarrolladas por la Agencia como parte de la Ruta de la Empleabilidad.

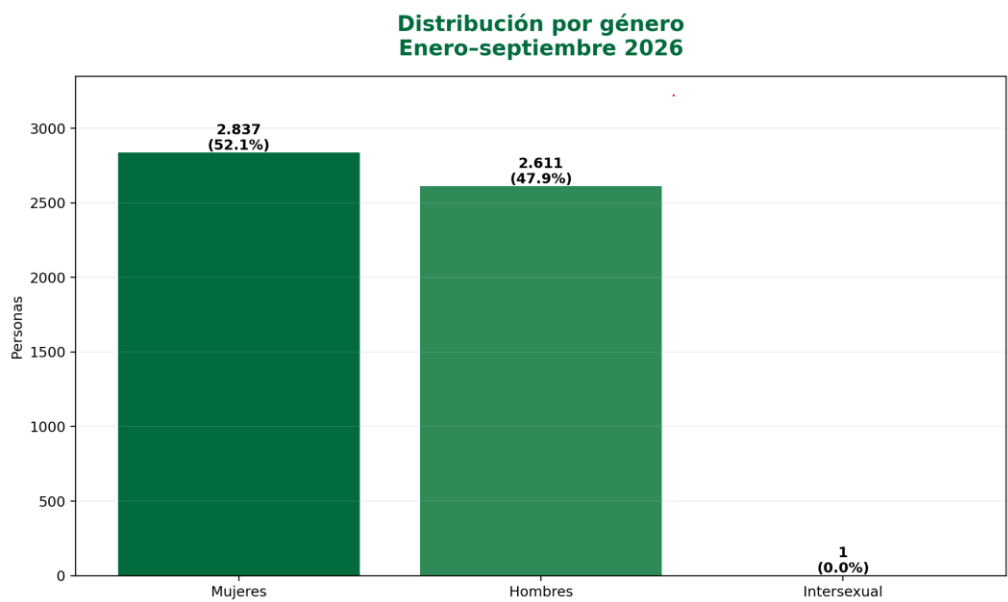
Periodo	Personas registradas en SISE
I trimestre	3.292
II trimestre	1.016
III trimestre	1.141
Acumulado enero-septiembre	5.449

El registro de personas constituye un punto de partida para su vinculación a los servicios de orientación e intermediación laboral, permitiendo mantener actualizada la información de los buscadores de empleo y facilitar su participación en los procesos de selección gestionados por la Agencia.

3.1.1.1. Distribución por género

Durante el periodo **enero–septiembre de 2026**, la Agencia Pública de Empleo del IMEBU registró **5.449 personas** en el SISE: **2.837 mujeres (52,1%)**, **2.611 hombres (47,9%)** y **1 persona intersexual (0,02%)**. Se evidencia una participación equilibrada, con una ligera mayor presencia de mujeres.

En el **tercer trimestre (julio–septiembre)** se registraron **1.141 personas**, de las cuales **591 fueron mujeres (51,8%)** y **550 hombres (48,2%)**, manteniéndose la tendencia de participación relativamente equilibrada entre ambos grupos.

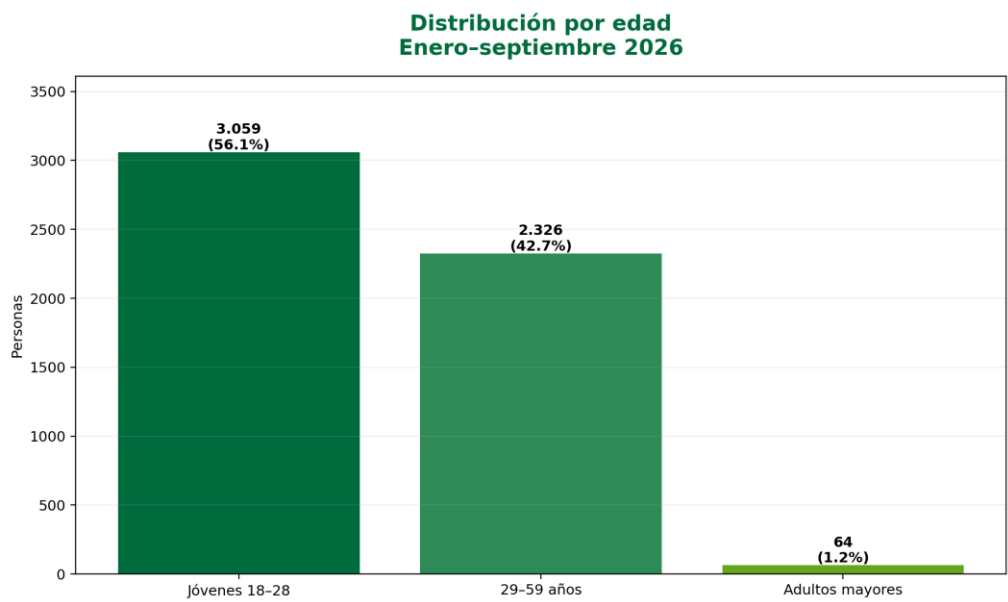


3.1.1.2. Distribución por rangos de edad

En el acumulado **enero–septiembre de 2026**, de las **5.449 personas registradas**, **3.059 corresponden a jóvenes entre 18 y 28 años (56,1%)**, **2.326 tienen entre 29 y 59 años (42,7%)** y **64 son adultos mayores (1,2%)**.

Durante el **tercer trimestre**, se registraron **1.141 personas**, de las cuales **551 fueron jóvenes (48,3%)**, **578 tenían entre 29 y 59 años (50,7%)** y **12 correspondieron a adultos mayores (1,1%)**.

El comportamiento del trimestre muestra una participación significativa tanto de población joven como de personas entre 29 y 59 años, reflejando la demanda de los servicios de empleabilidad por parte de diferentes grupos etarios.



3.1.1.3. Enfoque diferencial

Durante **enero–septiembre de 2026**, la Agencia Pública de Empleo del IMEBU registró **1.540 participaciones asociadas a población con enfoque diferencial**, destacándose **486 víctimas del conflicto armado**, **1.194 personas vinculadas a otros programas**,

136 personas con discapacidad, 157 migrantes, 104 personas con orientación sexual diversa, 61 pertenecientes a grupos étnicos y 28 personas reintegradas.

En el **tercer trimestre**, se registraron **456 participaciones** de población con enfoque diferencial, incluyendo **110 víctimas, 159 personas vinculadas a otros programas, 58 personas con discapacidad, 31 migrantes, 31 personas con orientación sexual diversa, 14 pertenecientes a grupos étnicos y 5 personas reintegradas.**

Estos resultados evidencian la continuidad de la atención con **enfoque diferencial e inclusivo**, especialmente mediante acciones dirigidas a personas con discapacidad y otras poblaciones priorizadas. Durante el trimestre se desarrollaron convocatorias laborales específicas para personas con discapacidad y actividades dirigidas a cuidadores y población reincorporada. Texto pegado Texto pegado

Nota: una misma persona puede pertenecer a más de un grupo poblacional, por lo cual la suma de las categorías de enfoque diferencial no corresponde necesariamente a personas únicas.

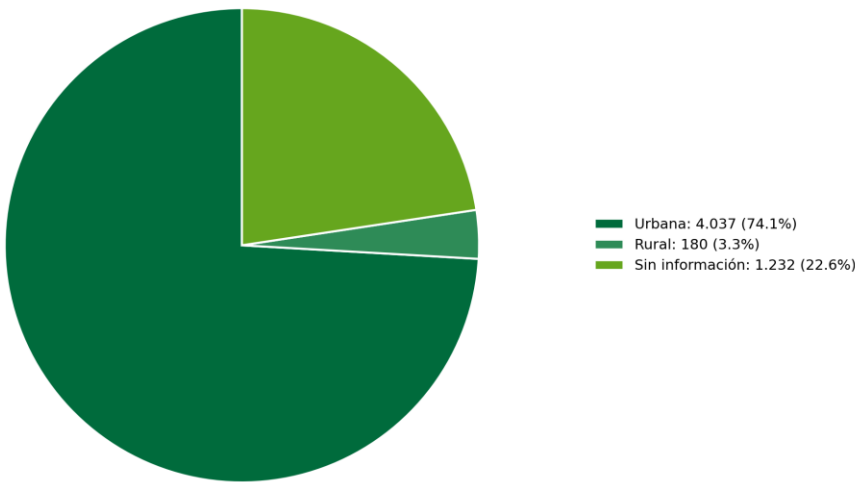
3.1.1.4. Distribución por área de residencia

En el periodo **enero–septiembre de 2026**, de las **5.449 personas registradas, 4.037 corresponden a población urbana (74,1%) y 180 a población rural (3,3%).** La tabla suministrada no registra información para **1.232 personas**, por lo que este valor no se incorpora como una categoría de residencia.

Durante el **tercer trimestre**, se registraron **957 personas de zona urbana (83,9%) y 31 de zona rural (2,7%).**

Los resultados muestran una mayor participación de población residente en zonas urbanas, manteniéndose también la atención a población rural dentro de los servicios de registro y empleabilidad ofrecidos por la Agencia.

**Distribución por zona de residencia
Enero–septiembre 2026**



3.1.2 Empleos colocados:

Uno de los principales indicadores de impacto del Servicio Público de Empleo corresponde al número de personas que logran una vinculación laboral efectiva como resultado de los

procesos de intermediación desarrollados entre los buscadores de empleo y el sector empresarial.

Durante el periodo comprendido entre **enero y septiembre de 2026**, la Agencia Pública de Empleo del IMEBU logró la colocación laboral de **4.296 personas**, quienes accedieron a oportunidades de empleo a través de los procesos de intermediación realizados por la entidad.

Este resultado evidencia la continuidad de las acciones de gestión empresarial, registro y gestión de vacantes, orientación laboral, remisión efectiva de candidatos y acompañamiento a buscadores de empleo, consolidando a la Agencia como un actor clave en la articulación entre la oferta y la demanda laboral del municipio.

Al analizar el comportamiento trimestral de 2026, se registraron **1.056 colocaciones durante el primer trimestre, 1.734 durante el segundo trimestre y 1.506 durante el tercer trimestre**, para un acumulado de 4.296 colocaciones entre enero y septiembre.

Periodo	Colocaciones
Enero – marzo	1.056
Abril – junio	1.734
Julio – septiembre	1.506
Total, enero – septiembre	4.296

Durante el **tercer trimestre de 2026**, se registraron **1.506 colocaciones laborales**, correspondientes a **533 en julio, 450 en agosto y 523 en septiembre**, manteniéndose una dinámica sostenida de vinculación laboral durante el periodo.

Particularmente, **julio registró el mayor número de colocaciones del trimestre con 533 vinculaciones laborales**, seguido por septiembre con 523 y agosto con 450. Estos resultados reflejan la continuidad de los procesos de intermediación laboral y del relacionamiento con el sector empresarial desarrollado por la Agencia Pública de Empleo del IMEBU.

3.1.2.1 Distribución por género:

En relación con la distribución por género de las personas que lograron una vinculación laboral efectiva durante el periodo comprendido entre **enero y septiembre de 2026**, se evidencia una mayor participación masculina dentro de las colocaciones gestionadas por la Agencia Pública de Empleo del IMEBU.

Del total de **4.296 colocaciones laborales** registradas durante el periodo:

- **1.658 mujeres (38,6%).**
- **2.638 hombres (61,4%).**

Este comportamiento refleja una mayor vinculación laboral de hombres durante el periodo, situación relacionada principalmente con la demanda de cargos operativos, logísticos, de seguridad, manufactura, producción y almacenamiento, sectores que concentran una parte importante de las vacantes gestionadas mediante los procesos de intermediación laboral.

Al analizar específicamente el **tercer trimestre de 2026 (julio – septiembre)**, se registraron **1.506 colocaciones laborales**, distribuidas de la siguiente manera:

Género	Tercer trimestre	Enero – septiembre
Mujeres	549	1.658
Hombres	957	2.638
Total	1.506	4.296

Durante el tercer trimestre se mantiene la tendencia observada en el acumulado, con una mayor participación masculina en las colocaciones laborales, representando aproximadamente el **63,5% del total del trimestre**.

No obstante, la participación femenina continúa siendo significativa, especialmente en procesos de vinculación relacionados con servicios, salud, atención al cliente, áreas administrativas y actividades comerciales.

3.1.2.2 Distribución por rango de edad

En cuanto a la distribución por rango de edad de las personas que lograron una vinculación laboral efectiva durante el periodo comprendido entre **enero y septiembre de 2026**, se evidencia una mayor participación de población entre 29 y 59 años dentro de las colocaciones laborales gestionadas por la Agencia Pública de Empleo del IMEBU.

Del total de **4.296 colocaciones laborales** registradas durante el periodo:

- **1.896 personas corresponden a jóvenes entre 18 y 28 años (44,1%).**
- **2.393 personas se encuentran entre los 29 y 59 años (55,7%).**
- **7 personas corresponden a adultos mayores (0,2%).**

Estos resultados muestran que la mayor proporción de colocaciones se concentra en población entre 29 y 59 años, evidenciando una importante demanda del sector empresarial por perfiles con experiencia previa, conocimientos técnicos consolidados y trayectoria laboral en cargos operativos, comerciales, logísticos y especializados.

Al analizar específicamente el **tercer trimestre de 2026 (julio – septiembre)**, se registraron **1.506 colocaciones laborales**, distribuidas por edad de la siguiente manera:

Rango de edad	Tercer trimestre	Enero – septiembre
18 a 28 años	682	1.896
29 a 59 años	822	2.393
Adulto mayor	2	7
Total	1.506	4.296

Durante el tercer trimestre se mantiene la mayor participación de personas entre **29 y 59 años**, quienes representaron el **54,6% del total de colocaciones del trimestre**. Por su parte, los jóvenes entre 18 y 28 años representaron el **45,3%**, reflejando una participación significativa de población joven dentro de los procesos de inserción laboral.

Este comportamiento evidencia la atención de diferentes grupos etarios mediante los servicios de intermediación laboral, contribuyendo tanto a la vinculación de perfiles con experiencia como al acceso de jóvenes a oportunidades laborales.

3.1.2.3 Enfoque diferencial

Dentro de las personas que lograron una vinculación laboral efectiva durante el periodo comprendido entre **enero y septiembre de 2026**, se identifican diferentes grupos poblacionales priorizados, lo que evidencia el compromiso de la Agencia Pública de Empleo del IMEBU con la inclusión laboral y la generación de oportunidades de empleo para poblaciones con mayores barreras de acceso al mercado laboral.

Grupo poblacional	Tercer trimestre (julio-septiembre)	Enero – septiembre
Víctimas del conflicto armado	174	698
Personas en condición de discapacidad	16	43
Personas con orientación sexual diversa	11	23
Personas en proceso de reintegración / retornado	5	11
Personas pertenecientes a grupos étnicos	18	65
Población migrante	15	34
Otros programas	625	2.036
Total programas diferenciales	722	2.488

Durante el periodo comprendido entre **enero y septiembre de 2026**, se registraron **2.488 colocaciones asociadas a la categoría “total programas”**, destacándose principalmente las personas vinculadas a otros programas institucionales y la población víctima del conflicto armado, así como la participación de población perteneciente a grupos étnicos, migrante, personas con discapacidad, personas con orientación sexual diversa y personas en proceso de reintegración o retorno.

Al analizar específicamente el **tercer trimestre de 2026**, se registraron **722 colocaciones asociadas a la categoría “total programas”**, evidenciando la continuidad de las acciones de inclusión laboral desarrolladas por la Agencia durante este periodo.

De igual manera, la colocación laboral de víctimas del conflicto armado, población migrante, grupos étnicos, personas con discapacidad y personas en proceso de reintegración o retorno evidencia la incorporación del enfoque diferencial dentro de la prestación de los servicios de intermediación laboral, fortaleciendo el acceso equitativo a oportunidades de empleo.

Es importante precisar que **una misma persona puede pertenecer simultáneamente a más de un grupo poblacional priorizado**, por lo cual la sumatoria de las categorías no corresponde necesariamente al total de personas únicas colocadas.

3.1.2.4 Comportamiento de la colocación laboral según sectores económicos y perfiles ocupacionales.

Durante el **tercer trimestre de 2026 (julio-septiembre)**, la Agencia Pública de Empleo del IMEBU registró **1.506 colocaciones laborales**, resultado de los procesos de intermediación laboral y relacionamiento empresarial desarrollados durante el periodo.

En cuanto a los **sectores económicos**, la colocación presentó una participación importante de actividades relacionadas con **servicios personales, seguridad privada, elaboración de productos alimenticios, servicios financieros, atención en salud, actividades de empleo, alojamiento y telecomunicaciones**. Se destacan especialmente:

Sector económico	Colocaciones
Otras actividades de servicios personales	806
Actividades de seguridad e investigación privada	166
Elaboración de productos alimenticios	129
Actividades auxiliares de las actividades de servicios financieros	125
Actividades de atención de la salud humana	72
Actividades de empleo	66
Alojamiento	47
Telecomunicaciones	32

Estos ocho sectores concentran 1.443 colocaciones, equivalentes al 95,8 % del total registrado durante el tercer trimestre.

Entre las empresas que registraron el mayor número de colocaciones durante el trimestre se encuentran ABAI Colombia S.A.S. (340), Organización Servicios y Asesorías (225), Coordinadora Mercantil (136), Distribuidora Avícola S.A.S. (129), Thomas Greg & Sons (125), Avidesa Mac Pollo (99), Seguridad Acropolis Ltda. (93), Defender Ltda. (72), Higuera Escalante y Cía. Ltda. (67) e Inversora Hotelera Colombiana S.A. (47).

En relación con los perfiles ocupacionales, la demanda laboral durante el tercer trimestre estuvo principalmente orientada a cargos de atención al cliente, soporte técnico, producción, logística, seguridad, salud y servicios. Los perfiles con mayor número de colocaciones fueron:

Perfil ocupacional	Colocaciones
Agente Call Center	341
Soporte técnico	125
Operario de producción	95
Descargadores	90
Vigilante y/o guarda de seguridad	87
Auxiliar de enfermería	67
Bodega / oficios varios	51
Coordinador de alimentos y bebidas	47
Vigilante	46
Operador de montacargas	46

Este comportamiento evidencia una demanda diversificada de talento humano, con especial participación de perfiles asociados a servicios de atención y contacto, soporte técnico, producción, logística, seguridad y atención en salud. De manera particular, la demanda de agentes de call center y soporte técnico refleja la participación de empresas vinculadas a servicios y BPO, mientras que los cargos de producción, descargadores, bodega y montacargas responden a las necesidades de los sectores productivo y logístico.

De manera acumulada, entre enero y septiembre de 2026, se registraron 4.296 colocaciones laborales. En este periodo se destacan como principales perfiles vigilante y/o guarda de seguridad (420), soporte técnico (414), agente call center (341), asesor

comercial (185), operario de planta (165), operario de producción (125) y bodega/oficios varios (115).

En conjunto, los resultados evidencian la capacidad de la Agencia Pública de Empleo del IMEBU para articular las necesidades de contratación de diferentes sectores económicos con los perfiles disponibles en la Ruta de la Empleabilidad, fortaleciendo los procesos de intermediación laboral y facilitando el acceso de la población a oportunidades de vinculación formal.

3.1.3 Intermediación Laboral

Durante el **primer trimestre** se remitieron **3.816 hojas de vida**, correspondientes a **2.524 personas**, como resultado de los procesos de intermediación laboral desarrollados por la Agencia Pública de Empleo del IMEBU.

En el **segundo trimestre** se presentó el mayor volumen de gestión, con **5.085 hojas de vida remitidas y 3.547 personas remitidas** a procesos de selección, fortaleciendo la articulación con las empresas y sus requerimientos de talento humano.

Durante el **tercer trimestre**, se gestionaron **4.517 hojas de vida y 3.125 personas remitidas**, manteniendo una dinámica significativa de intermediación durante julio, agosto y septiembre.

En el acumulado **enero-septiembre de 2026**, se alcanzaron **13.418 hojas de vida remitidas y 9.196 personas remitidas**, evidenciando la continuidad de los procesos de intermediación laboral y la articulación entre los oferentes registrados y las oportunidades laborales gestionadas por la Agencia Pública de Empleo del IMEBU.

Indicador	I Trimestre	II Trimestre	III Trimestre	Acumulado enero-septiembre
Hojas de vida remitidas	3.816	5.085	4.517	13.418
Personas remitidas	2.524	3.547	3.125	9.196

3.1.4 Entrevistas y talleres de orientación laboral

Durante el periodo enero-septiembre de 2026, la Agencia Pública de Empleo del IMEBU desarrolló acciones de orientación laboral individual y espacios de fortalecimiento de competencias laborales, dirigidos a facilitar la preparación de los buscadores de empleo para su participación en los procesos de selección y mejorar sus herramientas para la empleabilidad.

Entrevistas de orientación laboral

Durante el periodo enero-septiembre de 2026, la Agencia Pública de Empleo del IMEBU desarrolló acciones de orientación laboral individual y espacios de fortalecimiento de competencias laborales, como parte de la Ruta de la Empleabilidad.

Periodo	Orientados	Mujeres	Hombres	Intersexual
I trimestre	797	469	328	0
II trimestre	1.461	773	687	1
III trimestre	817	393	424	0
Total	3.075	1.635	1.439	1

La orientación laboral presentó un comportamiento diferenciado por género en cada trimestre. En el **primer trimestre**, se registraron 797 orientaciones, de las cuales **469 correspondieron a mujeres (58,8 %) y 328 a hombres (41,2 %)**.

El **segundo trimestre** concentró 1.461 orientaciones, con una participación de **773 mujeres (52,9 %), 687 hombres (47,0 %) y 1 persona intersexual (0,1 %)**.

Para el **tercer trimestre**, las 817 orientaciones realizadas se distribuyeron entre **393 mujeres (48,1 %) y 424 hombres (51,9 %)**, evidenciando una participación ligeramente superior de hombres en este periodo.

En el acumulado del detalle mensual de **enero a septiembre**, se contabilizan **3.075 orientaciones laborales**, correspondientes a **1.635 mujeres, 1.439 hombres y 1 persona intersexual**.

3.1.5 Talleres de Fortalecimiento de competencias laborales

Como parte de las acciones para fortalecer la empleabilidad, la Agencia Pública de Empleo del IMEBU desarrolló talleres grupales orientados al fortalecimiento de competencias laborales, habilidades blandas y herramientas para la búsqueda de empleo.

En el acumulado **enero-septiembre de 2026**, participaron **843 personas**, distribuidas así:

Periodo	Personas capacitadas
I trimestre	202
II trimestre	457
III trimestre	184
Total, enero-septiembre	843

El **tercer trimestre de 2026** registró **184 personas participantes** en talleres de fortalecimiento de competencias laborales, distribuidas en **33 personas en julio, 36 en agosto y 115 en septiembre**. Este comportamiento evidencia una mayor participación hacia el cierre del trimestre, especialmente en septiembre.

Los espacios desarrollados estuvieron orientados al fortalecimiento de **habilidades blandas y herramientas para la empleabilidad**, abordando aspectos relacionados con la preparación de la hoja de vida, entrevistas laborales, comunicación asertiva, manejo de emociones, trabajo en equipo y estrategias para la búsqueda efectiva de empleo.

La participación alcanzada durante el trimestre complementó las acciones de **orientación e intermediación laboral** de la Agencia Pública de Empleo del IMEBU, proporcionando a los participantes herramientas prácticas para afrontar procesos de selección y mejorar sus capacidades de acceso al mercado laboral.

3.2 Informe de atención por comunas

3.2.1 Registro y/o actualización de hoja de vida

Comuna / zona	I trimestre	II trimestre	III trimestre	Acumulado
Comuna 1	11	40	29	80
Comuna 2	5	20	11	36
Comuna 3	9	28	28	65
Comuna 4	0	25	15	40
Comuna 5	6	18	13	37
Comuna 6	4	15	11	30
Comuna 7	3	8	16	27
Comuna 8	4	10	11	25
Comuna 9	3	7	11	21
Comuna 10	12	16	18	46
Comuna 11	7	17	15	39
Comuna 12	7	6	9	22
Comuna 13	4	18	20	42
Comuna 14	5	11	15	31
Comuna 15	0	8	4	12
Comuna 16	1	2	1	4
Comuna 17	2	7	5	14
Corregimientos	1	3	3	7
Otros municipios	39	74	80	193
Total	123	333	314	770

La atención presencial para registro y/o actualización de hoja de vida alcanzó **770 atenciones entre enero y septiembre**. El tercer trimestre aportó **314 atenciones**, con mayor participación de las comunas 1, 3, 4, 5, 10 y 13. La **Comuna 1** presenta el mayor acumulado, con 80 atenciones, seguida de las comunas 3 y 10, con 65 y 46, respectivamente. También se registra una participación importante de personas provenientes de otros municipios, con **193 atenciones acumuladas**.

3.2.2 Orientación Laboral

Comuna / zona	I trimestre	II trimestre	III trimestre	Acumulado
Comuna 1	47	117	76	240
Comuna 2	38	49	25	112
Comuna 3	49	81	49	179
Comuna 4	33	49	44	126
Comuna 5	36	60	34	130
Comuna 6	29	43	30	102
Comuna 7	37	71	33	141
Comuna 8	23	38	23	84
Comuna 9	12	23	22	57
Comuna 10	31	84	43	158
Comuna 11	32	37	23	92
Comuna 12	23	37	22	82
Comuna 13	29	70	59	158
Comuna 14	32	38	23	93
Comuna 15	14	16	13	43
Comuna 16	6	27	17	50
Comuna 17	20	28	22	70
Corregimientos	1	1	9	11
Otros municipios	187	351	239	777
No registra	9	2	0	11
Total	688	1.222	806	2.716

La orientación laboral registró **2.716 atenciones territoriales** en el consolidado de la base, con **806 correspondientes al tercer trimestre**. La mayor cobertura acumulada se concentra en la **Comuna 1 (240)**, seguida de las comunas 3 (179), 10 y 13 (158 cada una), 7 (141) y 5 (130). En el tercer trimestre sobresalen las comunas 1, 3, 13, 4 y 10. La atención a personas provenientes de otros municipios alcanzó **777 registros acumulados**, reafirmando el alcance regional del servicio.

3.2.3 Talleres de competencias laborales

Comuna / zona	I trimestre	II trimestre	III trimestre	Acumulado
Comuna 1	11	33	20	64

Comuna 2	2	9	14	25
Comuna 3	14	34	71	119
Comuna 4	10	14	14	38
Comuna 5	11	58	10	79
Comuna 6	5	19	2	26
Comuna 7	6	25	1	32
Comuna 8	6	39	2	47
Comuna 9	2	4	2	8
Comuna 10	5	53	2	60
Comuna 11	10	43	0	53
Comuna 12	1	10	1	12
Comuna 13	10	17	12	39
Comuna 14	2	11	2	15
Comuna 15	3	5	0	8
Comuna 16	2	5	6	10
Comuna 17	9	11	4	24
Corregimientos	0	2	2	4
Otros municipios	40	64	22	126
No registra	53	1	0	54
Total	202	457	184	843

El fortalecimiento de competencias laborales alcanzó 843 participaciones acumuladas, de las cuales 184 corresponden al tercer trimestre. La Comuna 3 concentra la mayor participación acumulada, con 119 registros, seguida de las comunas 5 (79), 1 (64), 10 (60) y 11 (53). Para el tercer trimestre se destaca especialmente la Comuna 3, con 71 participaciones, de las cuales 68 se registraron en septiembre.

3.2.4 Atención en eventos y jornadas institucionales

Comuna / zona	I trimestre	II trimestre	III trimestre	Acumulado
Comuna 1	364	89	80	533
Comuna 2	128	12	18	158
Comuna 3	363	32	58	453
Comuna 4	192	38	39	269
Comuna 5	202	31	37	270
Comuna 6	195	18	46	259
Comuna 7	303	24	45	372
Comuna 8	130	22	16	168
Comuna 9	164	14	29	207
Comuna 10	496	26	63	585
Comuna 11	205	16	43	264
Comuna 12	182	18	44	244
Comuna 13	258	24	83	365

Comuna 14	193	24	25	242
Comuna 15	83	5	7	95
Comuna 16	240	11	40	291
Comuna 17	180	20	25	225
Corregimientos	22	3	8	33
Otros municipios	2.180	166	192	2.538
Total	6.080	593	899	7.572

La participación en **eventos y jornadas institucionales** acumuló **7.572 atenciones**, con **899 correspondientes al tercer trimestre**. En este periodo, las mayores atenciones se concentraron en las comunas **13 (83), 1 (80), 10 (63), 3 (58) y 6 (46)**. El acumulado mantiene una participación importante de personas provenientes de otros municipios, con **2.538 registros**.

En conjunto, los resultados del tercer trimestre muestran una **cobertura territorial sostenida de los servicios de la Agencia Pública de Empleo del IMEBU**, con atención en las 17 comunas, corregimientos y población proveniente de otros municipios. La **Comuna 1** mantiene una participación destacada en registro y orientación, mientras que la **Comuna 3** sobresale especialmente en los talleres de fortalecimiento de competencias y presenta una participación relevante en los demás servicios. Esta distribución evidencia el alcance territorial de la Ruta de la Empleabilidad y la capacidad de la Agencia para atender diferentes poblaciones y necesidades de empleabilidad en el territorio.

Evidencia fotográfica





META 69: COFINANCIAR 2 PROYECTOS DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO MEDIANTE ALIANZAS.

1. LÍNEA ESTRATÉGICA
Territorio seguro que progresa

2. SECTOR
Trabajo (36)

3. PROGRAMA
Fomento de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación del sector trabajo (3605)

4. META E INDICADOR DE PRODUCTO
Cofinanciar 2 proyectos de innovación y desarrollo tecnológico mediante alianzas.

Indicador	Meta 2026	Logro vigencia 2026	% avance trimestre	Presupuesto definitivo 2026	Total Recursos Comprometido 2026	Ejecución Recursos Comprometidos	Ejecución Recursos Obligados	Ejecución Recursos Pagados
Estrategias realizadas 3605007	1	0.25	25%	\$ 150,000,000.00	\$ 150,000,000.00	100%	0%	0%

4.1. DESCRIPCIÓN DE PROYECTOS

Nombre del Proyecto	Código BPIN	Valor Vigencia Proyecto	Valor Total Proyecto
FORTALECIMIENTO A LA INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO TECNOLÓGICO EN EL SECTOR TRABAJO EN BUCARAMANGA	2024680010186	\$ 777,272,727.27	\$ 150,000,000.00

4.2.1 CONVENIO UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER – IMEBU

COMPONENTE TÉCNICO: DESARROLLO DE LA PLATAFORMA WEB IMEBU BUSINESS PARK

3.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS

3.1.1. Eje estratégico 1 (PLATAFORMA VIRTUAL E INNOVACION COMERCIAL)

COMPONENTE TÉCNICO: AVANCE EN EL DESARROLLO DE LA PLATAFORMA WEB IMEBU BUSINESS PARK

1. Desarrollo Técnico de la Plataforma (IMEBU Business Park)

Durante el trimestre objeto de seguimiento se dio continuidad al desarrollo, configuración y fortalecimiento técnico de la plataforma **IMEBU Business Park**, avanzando desde la etapa de estructuración funcional reportada al cierre del trimestre anterior hacia un entorno de producción con mayores capacidades de disponibilidad, escalabilidad, seguridad, monitoreo y gestión de carga. Al cierre del trimestre anterior se había reportado un avance estimado del 65 %, con la interfaz visual culminada, avances en la arquitectura de backend y la adaptación responsive de las diferentes vistas de la plataforma.

Durante el nuevo periodo se concentraron esfuerzos en la **configuración del servidor y preparación del entorno de producción**, así como en la ejecución de pruebas funcionales orientadas a validar el correcto comportamiento de los principales procesos de la plataforma. Dentro de estas actividades se realizaron pruebas sobre operaciones **CRUD (crear, consultar, actualizar y eliminar)**, gestión de usuarios y roles, manejo de información y demás procesos asociados al funcionamiento del aplicativo, identificando incidencias durante las primeras validaciones y realizando los ajustes correspondientes para continuar con ciclos de prueba y verificación.

De manera complementaria, se fortaleció la arquitectura de producción mediante la implementación de un esquema de ejecución de la aplicación **Next.js bajo PM2 en modo cluster**, configurado inicialmente con ocho (8) workers. Esta estructura permite distribuir las solicitudes entre diferentes procesos de aplicación, optimizando el uso de los recursos disponibles y mejorando la capacidad de respuesta ante escenarios de concurrencia. La configuración fue definida a partir de un análisis de capacidad de los recursos del entorno, reservando recursos suficientes para los demás componentes críticos de la infraestructura, particularmente la base de datos y los servicios asociados.

Como parte de esta estrategia de escalamiento, se implementó la migración de la gestión de caché desde **node-cache hacia Redis**, incorporando un mecanismo de comunicación **Pub/Sub** para mantener la coherencia de la información entre los diferentes workers. Esta configuración permite sincronizar las invalidaciones de caché cuando se presentan modificaciones sobre información compartida, como productos, zonas y configuraciones de las tiendas, reduciendo consultas repetitivas a la base de datos y evitando que diferentes usuarios reciban información desactualizada.

Asimismo, se establecieron mecanismos de **gestión de memoria y recuperación controlada**, mediante parámetros de reinicio automático de los workers, límites de consumo de memoria y retroceso exponencial ante fallos recurrentes. Estas configuraciones buscan mantener la continuidad de la aplicación y evitar que problemas asociados al consumo excesivo de recursos o fallos individuales afecten la operación general del servicio.

En materia de **monitoreo y observabilidad**, se implementó un sistema para realizar seguimiento al comportamiento de los workers y del entorno de producción, considerando variables como consumo de memoria, número de reinicios, tiempo de actividad, latencia promedio y tasas de error HTTP. Esta información permite identificar comportamientos anómalos, realizar seguimiento al desempeño de las instancias y facilitar la detección anticipada de posibles incidentes técnicos.

También se consolidó el **flujo de despliegue de la plataforma**, articulando herramientas como GitHub, Dockploy, Nixpacks, Nginx y PM2. El proceso contempla validaciones de código, análisis de seguridad, construcción de la imagen de despliegue, publicación del contenedor y verificación automática mediante el endpoint de salud /api/healthz. En caso de presentarse una falla durante la validación posterior al despliegue, se contempla la reversión automática a la versión anterior, reduciendo el riesgo asociado a la publicación de versiones defectuosas en producción.

Dentro de los ajustes realizados al entorno de producción también se incorporaron herramientas para el **procesamiento de archivos multimedia**, incluyendo ffmpeg y fprobe, y se ajustaron parámetros de Nginx relacionados con el tamaño de archivos y los tiempos de respuesta, con el propósito de soportar operaciones de carga y procesamiento de contenidos de mayor tamaño.

En cuanto a la **arquitectura de seguridad**, se fortaleció la infraestructura mediante diferentes capas de protección. Cloudflare opera como CDN, firewall de aplicaciones web (WAF) y mecanismo de protección perimetral; Kong como puerta de enlace para las APIs; y Nginx como proxy inverso y terminador de conexiones TLS. Esta estructura permite

filtrar solicitudes, controlar el tráfico y proteger los servicios de aplicación antes de que las peticiones lleguen directamente a los workers de la plataforma.

De igual manera, se consolidó la integración de los principales servicios que soportan la operación de la plataforma. **Firestore** gestiona la autenticación de usuarios, **Supabase** la información principal de productos, tiendas, órdenes y usuarios, **Cloudflare R2** el almacenamiento de archivos y contenidos multimedia, **Redis** la gestión de caché y sincronización entre workers, y **Wompi** el procesamiento de las transacciones de pago mediante mecanismos de validación de sus notificaciones. Las credenciales de estos servicios se gestionan mediante variables de entorno, evitando su exposición directa en el código fuente.

Adicionalmente, se avanzó en la **configuración de Cloudflare**, estableciendo reglas diferenciadas para la entrega y almacenamiento temporal de recursos estáticos y para las rutas de API, estas últimas mantenidas fuera del caché automático con el fin de conservar la actualización de la información transaccional. También se incorporaron mecanismos de protección frente a tráfico automatizado y configuraciones asociadas a certificados y conexiones seguras.

Como parte del proceso de validación y aseguramiento de la solución, se adelantó la revisión de los componentes de seguridad, autenticación, almacenamiento y manejo de información, así como la verificación de criterios relacionados con estándares técnicos y normativa aplicable. En este marco se estructuraron los documentos **RAT, DPIA y MSPI**, orientados a documentar aspectos relacionados con el tratamiento de información, protección de datos, seguridad de la plataforma y puntos críticos de operación, especialmente aquellos relacionados con autenticación, gestión de roles y transacciones. Estos documentos se encuentran destinados a revisión por parte del área jurídica del IMEBU para las validaciones correspondientes.

Finalmente, la arquitectura implementada deja preparada la plataforma para avanzar hacia **pruebas de rendimiento y alta concurrencia**, mediante las cuales se podrá evaluar su comportamiento ante escenarios de tráfico elevado y múltiples operaciones simultáneas. Para este propósito se cuenta con una infraestructura basada en distribución de carga entre workers, caché centralizada, monitoreo de recursos, mecanismos de recuperación automática y diferentes capas de protección perimetral.

En términos generales, durante el trimestre se evidenció una evolución del componente técnico desde la estructuración inicial de la plataforma hacia una **arquitectura de producción más robusta, escalable, monitoreada y orientada a la continuidad del servicio**, consolidando progresivamente los elementos necesarios para la operación del IMEBU Business Park y para las siguientes etapas de validación de desempeño y puesta en funcionamiento.

Este sería el texto que yo pondría en el informe trimestral. Mantiene el estilo del informe anterior, pero muestra claramente la evolución técnica del proyecto y no se queda en una simple enumeración de herramientas.

COMPONENTE FORMATIVO: AVANCE EN EL DESARROLLO DEL CURSOS

En el marco del Eje Estratégico 1 – Plataforma Virtual e Innovación Comercial, y como parte del componente de fortalecimiento de capacidades de los emprendedores vinculados al programa IMEBU Business Park, durante el trimestre se dio continuidad a la ruta formativa mediante el desarrollo de once (11) cursos y espacios formativos, orientados al fortalecimiento de competencias empresariales, digitales, comunicativas, de liderazgo y uso de herramientas de Inteligencia Artificial.

Estos procesos formativos permitieron ampliar las capacidades de los beneficiarios en diferentes áreas relacionadas con la gestión empresarial, marketing digital, generación de contenidos, comunicación y liderazgo, articulando sesiones prácticas, actividades virtuales, trabajo autónomo y herramientas aplicables directamente a sus emprendimientos.

Módulo 4 – Motivación y Comunicación Efectiva

Curso: Neuroliderazgo

Durante el desarrollo del cuarto módulo se fortalecieron las competencias relacionadas con la motivación y la comunicación efectiva como herramientas estratégicas para el liderazgo empresarial. La capacitación permitió a los emprendedores comprender la influencia de la neurociencia en los procesos de motivación, promoviendo técnicas

orientadas al fortalecimiento de las habilidades comunicativas, la generación de confianza y el mejoramiento de las relaciones con clientes, colaboradores y aliados estratégicos. Como complemento al componente formativo, se desarrollaron actividades autónomas y espacios de acompañamiento personalizado, favoreciendo la apropiación de los conceptos y su aplicación práctica dentro de cada unidad productiva.

Módulo 5 – Manejo del Estrés y Liderazgo Consciente

Curso: Neuroliderazgo

En el quinto módulo se abordaron estrategias para el manejo del estrés y el fortalecimiento del liderazgo consciente, orientadas a mejorar la capacidad de respuesta de los emprendedores frente a los desafíos propios de la gestión empresarial. La jornada permitió integrar los conocimientos adquiridos durante el curso, promoviendo herramientas para la toma de decisiones bajo presión, el equilibrio emocional y el liderazgo basado en la inteligencia emocional. De igual forma, mediante ejercicios prácticos, trabajo autónomo y acompañamiento directo, los participantes consolidaron competencias que contribuyen al desarrollo de organizaciones más resilientes, sostenibles y orientadas al crecimiento.

Módulo 1 – Introducción al Marketing Digital

Curso: Marketing Digital

Como inicio del segundo componente formativo del programa, se desarrolló el primer módulo del curso de Marketing Digital, denominado Introducción al Marketing Digital, el cual tuvo como propósito brindar a los emprendedores una visión general del ecosistema digital y de la importancia que tienen las estrategias de posicionamiento en el crecimiento de sus negocios. Durante la jornada se abordaron conceptos fundamentales relacionados con la identidad digital, el comportamiento del consumidor y la construcción de una presencia de marca orientada al cliente. Adicionalmente, mediante un taller práctico de fotografía y una sesión presencial, los participantes fortalecieron conocimientos para mejorar la presentación visual de sus productos y construir contenidos apoyados en herramientas de inteligencia artificial, sentando las bases para el desarrollo de las siguientes etapas del proceso de formación en marketing digital.

Módulo 2 – Canales de Marketing Digital

Curso: Marketing Digital

Se trabajó en la identificación y selección estratégica de los canales digitales más adecuados para cada emprendimiento, considerando el público objetivo, el modelo de negocio y los objetivos comerciales. Se abordaron redes sociales, páginas web, buscadores, WhatsApp, email marketing, marketplaces y publicidad digital. Como producto práctico, los participantes construyeron un Mapa de Presencia Digital.

La clase se realizó de manera virtual sincrónica, con participación de 21 emprendedores, utilizando ejercicios prácticos, análisis de experiencias, herramientas de Inteligencia Artificial y neurocoaching. El enfoque permitió que los participantes llevaran los conceptos a sus propios negocios y aprendieran a medir y ajustar sus estrategias.

Módulo 3 – “El Poder de tu Voz”

Curso: Marketing Digital

Esta actividad funcionó como un componente integrador de los aprendizajes de Marketing Digital. Los emprendedores analizaron sus modelos de negocio, clientes, mercado, competencia y propuesta de valor, para posteriormente definir objetivos, canales digitales y estrategias de marketing.

El taller también incluyó la elaboración de planes de acción, definición de recursos y presupuesto, establecimiento de métricas e indicadores, proyecciones financieras y gestión de riesgos. La actividad contó con 23 participantes: 10 presenciales y 13 de manera asincrónica.

Módulo 4 – Marketing de Contenidos

Curso: Marketing Digital

Convertir seguidores en clientes requiere conocer profundamente al cliente, comprender sus problemas, deseos, motivaciones y objeciones para construir contenidos y mensajes que generen valor, confianza y oportunidades comerciales.

La Inteligencia Artificial se convierte en un aliado estratégico del emprendedor, ayudándole a investigar, preguntar, organizar información, generar hipótesis y transformar el conocimiento del cliente en estrategias de contenido y conversión mediante el modelo I.P.O.C.: Investiga, Pregunta, Organiza y Comprueba.

La estrategia debe validarse con clientes reales. La IA puede facilitar el análisis y la generación de propuestas, pero son las respuestas, comportamientos y necesidades reales de los clientes las que permiten ajustar la estrategia y avanzar de una audiencia de seguidores hacia relaciones y oportunidades comerciales.

Módulo 5 – Publicidad Digital

Curso: Marketing Digital

El desarrollo del módulo de Publicidad Digital permitió reconocer la importancia de integrar la creatividad, la comunicación y las herramientas digitales como elementos fundamentales para fortalecer la presencia y diferenciación de los emprendimientos. Los participantes comprendieron que una comunicación efectiva requiere claridad en el mensaje, conocimiento de la audiencia y coherencia entre los elementos visuales y verbales de la marca. Asimismo, se fortalecieron capacidades para desarrollar contenidos atractivos, utilizar principios de diseño publicitario y estructurar mensajes orientados a generar atención, conexión y recordación. Finalmente, el módulo permitió comprender que la publicidad digital debe partir de un propósito definido y evolucionar hacia propuestas creativas que puedan ser evaluadas y mejoradas, promoviendo en los emprendedores una comunicación más estratégica, creativa y orientada a sus públicos.

Módulo 1 – Generación de Texto

Curso: Creación e Interacción con Avatar Inteligente

La primera sesión se centró en la generación de texto y la estructuración de prompts, cubriendo los capítulos 1 a 4 del eBook. El flujo metodológico se dividió en tres fases:

1. **Fundamentos Teóricos (30 min):** Exposición de los conceptos básicos del avatar inteligente, la regla "Problema → Solución" y la diferencia entre prompts débiles y útiles.
2. **Demostración Interactiva:** Se realizó la presentación oficial de GAIA mediante una interacción por voz, permitiendo a los participantes visualizar la capacidad de respuesta y personalidad del avatar.
3. **Práctica Guiada:** Desarrollo de actividades didácticas donde los emprendedores interactuaron directamente con GAIA. Plantearon casos reales de sus negocios y el avatar propuso estrategias, soluciones y contenidos adaptados a cada contexto, recibiendo retroalimentación inmediata del instructor.

Módulo 2 – Generación de Imágenes

Curso: Creación e Interacción con Avatar Inteligente

La segunda clase se enfocó en la generación, alteración y transformación de imágenes con IA, correspondiente al capítulo 10 del eBook y sus video tutoriales. La metodología se estructuró de la siguiente manera:

1. **Marco Teórico (45 min):** Exposición sobre el uso de IA para la creación de contenido visual en publicidad y redes sociales. Se abordaron técnicas avanzadas: edición de imágenes, eliminación de fondos, cambio de perspectiva y eliminación de objetos no deseados.
2. **Práctica Aplicada:** Utilizando la diapositiva "Guía de Prompts" como referencia, los participantes generaron imágenes a partir de fotografías extraídas de internet. Esta dinámica permitió comprobar en tiempo real las capacidades de GAIA para

transformar estilos visuales y adaptar los resultados a las necesidades de sus marcas.

Módulo 3 – Acompañamiento Practico

Curso: Creación e Interacción con Avatar Inteligente

Las tutorías se efectuaron totalmente virtuales con el fin de responder dudas o solucionar problemas en función de explicaciones prácticas, donde cada participante trabajó con su propio caso de negocio. Se programaron en dos franjas horarias (10:00 a. m. – 12:00 p. m. y 6:00 – 8:00 p. m.) para facilitar el acceso de todos los emprendedores.

Módulo 4 – Desarrollo de eBook GAIA

Curso: Creación e Interacción con Avatar Inteligente

Como material de apoyo autónomo y base pedagógica del curso, se diseñó y entregó el eBook GAIA, un documento PDF de 15 páginas distribuidas en 10 capítulos. Este recurso sintetiza de manera integral el contenido de las tres presentaciones utilizadas en las clases, e incluye el paso a paso detallado para el acceso a ChatGPT e interacción con GAIA utilizando el correo institucional.

3.1.2. EJE ESTRATÉGICO 2 FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL – CENTRO ACADÉMICO PARA EL FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO CAFE UTS

COMPONENTE TÉCNICO 1: AVANCE EN DIAGNÓSTICOS INTEGRALES

Dentro de la metodología del proyecto se estableció un programa de consultorías personalizadas con cada uno de los emprendimientos vinculados, orientado a identificar su situación actual, necesidades y oportunidades de fortalecimiento. En desarrollo de este componente se realizaron contactos, entrevistas y visitas a los emprendedores, con el propósito de recopilar información detallada sobre las condiciones particulares de cada unidad productiva y establecer su línea base empresarial.

Las entrevistas y visitas realizadas permitieron identificar el estado de los emprendimientos en cuatro aspectos fundamentales para su desarrollo empresarial:

- **Capacidad administrativa**
- **Capacidad productiva**
- **Capacidad comercial**
- **Capacidad financiera**

A partir de la información recopilada y de los resultados obtenidos en el diagnóstico, se establecieron las necesidades particulares de cada emprendimiento, permitiendo orientar el cronograma de trabajo y definir el tipo de intervención y acompañamiento requerido, de acuerdo con las condiciones y oportunidades de mejora identificadas.

EMPRENDEDORES DIAGNOSTICADOS

Durante la ejecución del componente se realizó el proceso de contacto, programación y atención de los emprendedores vinculados al programa, desarrollando las entrevistas y visitas requeridas para la estructuración de su línea base empresarial.

Como resultado del proceso, **35 de los 35 emprendedores vinculados cuentan con diagnóstico empresarial integral culminado**, alcanzando una cobertura del **100 %** de la población objeto del componente.

DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL INTEGRAL

En el proceso de diagnóstico empresarial se aplicaron los instrumentos establecidos para el levantamiento y consolidación de la información, entre ellos:

- **F-EX-10:** Asesoría de seguimiento y control a proyectos de emprendimiento.
- **F-EX-25:** Estadística de empresarios atendidos en consultoría.
- **Formato de Diagnóstico Empresarial Integral.**

Los resultados obtenidos permiten contar con una caracterización integral de los **35 emprendimientos**, incluyendo información general de cada unidad productiva, situación actual, capacidades empresariales y necesidades identificadas para su fortalecimiento.

De esta manera, se consolida una **línea base empresarial para el 100 % de los emprendedores beneficiarios**, constituyéndose en el insumo para orientar las consultorías especializadas, definir acciones de mejora y realizar un acompañamiento individualizado de acuerdo con las necesidades identificadas en cada emprendimiento.

CONTINUIDAD DEL COMPONENTE DE CONSULTORÍAS ESPECIALIZADAS

Con la culminación de los **35 diagnósticos empresariales**, el componente cuenta con la totalidad de la población caracterizada y con una línea base que permite orientar de manera más precisa las siguientes etapas de intervención.

En este sentido, se continúa con la ejecución de las **consultorías especializadas dirigidas a las unidades productivas**, enfocadas en el abordaje de las necesidades identificadas en las áreas administrativa, productiva, comercial y financiera, así como en la formulación y seguimiento de acciones de mejora orientadas al fortalecimiento empresarial.

DIAGNOSTICO BENEFICIARIOS IMEBU BUSINESS PARK								
N°	Nombre emprendedor	Razón social	Ventas mensuales	N° empleados	CAPACIDAD EMPRESARIAL			
					Administrativa	Productiva	Comercial	Financiera
1	Angie García	TIAMAT	\$ 5.000.000	5	60%	70%	63%	63%
2	César Esparza	CAFÉ DON RAMON	\$ 2.000.000	5	43%	48%	62%	44%
3	David Rodríguez	IT STORE	\$ 20.000.000	2	49%	61%	52%	39%
4	Gabriel García	CAFÉ DULCESTIAL	\$ 2.000.000	2	70%	74%	67%	79%
5	Gabriela Sánchez	SILMARIL JOYAS	\$ 2.000.000	2	64%	66%	56%	61%
6	Jane Portilla	ART FASHION	\$ 500.000	1	47%	44%	46%	26%
7	Javier Villareal	MARITALIA	\$ 8.000.000	2	39%	55%	42%	42%
8	Maria Buitrago	LA CABAÑA DEL SABOR	\$ 20.000.000	2	47%	57%	54%	50%
9	Jorge Parejo	CAFÉ VILLA HERMOSA	\$ 3.000.000	3	57%	66%	53%	63%
10	Julieth Velasco	CHOAVENTURAS KATA	\$ 2.000.000	2	51%	59%	47%	22%
11	Lilia Rodríguez	CUMARE LINGERIE	\$ 2.000.000	5	55%	61%	50%	61%
12	Maria Beltran	BELUX	\$ 2.000.000	4	70%	94%	81%	77%
13	Jorge Buitrago	ALQUIMIA FOOD LAD	\$ 3.000.000	3	57%	61%	63%	42%
14	Silvia Díaz	EKOKIDS	\$ 6.000.000	2	61%	72%	66%	73%
15	Wilman Ramirez	INBLOOM DISEÑOS	\$ 16.000.000	6	77%	81%	78%	82%
16	Yurgen Moreno	LA PEZCADERIA	\$ 200.000.000	9	58%	70%	70%	54%
17	Zully Ariza	ZUKA BRANDING	\$ 3.000.000	1	45%	61%	51%	35%
18	Giuliana Espinosa Barajas	ENIGMA LAB	\$ 500.000	1	55%	50%	60%	31%
19	Maria Camila López Uribe	CAM	\$ 200.000	1	44%	43%	38%	29%
20	Greicy Pérez Beltrán	SANTAMARÍAS PASTRY	\$ 5.000.000	3	42%	65%	60%	52%
21	Yamilé Delgado Suarez	JASPE ARTE HECHO A MANO	\$ 1.000.000	1	25%	43%	41%	50%
22	Olga Gómez Plata	ECOPAUS	\$ 100.000	1	28%	25%	25%	25%
23	Germán Ortiz Rueda	VALIS AGROFINCA	\$ 2.000.000	1	30%	52%	51%	50%
24	Marcela Serrano	SERRANO ABOGADOS	-	1	25%	25%	25%	25%
25	Victoria Gualdrón	ESSENCIA	\$ 1.000.000	1	80%	72%	61%	31%
26	Araceli Pedraza Jaimes	D&A BEKEHOUSE	\$ 200.000	1	26%	34%	29%	25%
27	Deiby Santamaria	CAFÉ VILLA JARDÍN	\$ 4.000.000	3	34%	63%	47%	43%
28	Laura González Vera	FEMENINA BOUTIQUE	\$ 2.500.000	2	38%	50%	52%	52%
29	Leidy Cáceres Garavito	LA DORADITA	\$ 4.000.000	1	31%	54%	38%	40%
30	Leidy Tarazona Ortiz	BULGARITOS	\$ 1.000.000	1	30%	25%	29%	27%
31	Fanny Amado Quiroga	AMALÚ	\$ 2.000.000	1	28%	45%	44%	26%
32	Irma Navarro Ortega	GRACIAS DEL HOGAR	\$ 500.000	1	40%	45%	52%	29%
33	Camila Durán Remolina	MALDIVA ACCESORIOS	\$ 400.000	1	42%	50%	47%	38%
34	Sandra Johanna Sánchez	CHOCLOAREPAS	\$ 500.000	1	25%	56%	54%	25%
35	Deiby Ochoa Díaz	COLORDREAMS	\$ 5.000.000	10	46%	75%	44%	75%

COMPONENTE TÉCNICO 2: VISIBILIZACION

En el marco del segundo objetivo del Eje Estratégico 2, correspondiente a la estrategia de visibilización empresarial a través del Canal TRO, durante el trimestre comprendido

entre los meses de julio, agosto y septiembre se dio continuidad a las actividades orientadas a fortalecer el posicionamiento, reconocimiento y promoción de los emprendimientos beneficiarios mediante espacios de difusión en un medio de comunicación de amplio alcance.

Durante el periodo se desarrollaron veintidós (22) entrevistas, de las cuales veintiuna (21) corresponden a emprendedores beneficiarios, teniendo en cuenta que una entrevista fue realizada con ocasión del inicio del programa. De esta manera, se alcanzó una cobertura de 21 de los 35 emprendedores vinculados, equivalente al 60 % de avance en la estrategia de visibilización empresarial.

A través de estos espacios, los participantes tuvieron la oportunidad de presentar sus modelos de negocio, productos y servicios, experiencias empresariales y resultados obtenidos mediante su participación en el programa IMEBU Boot Camp 2026 CAFEUTS, fortaleciendo la exposición y reconocimiento de sus iniciativas productivas ante nuevos públicos.

Como parte del proceso preparatorio para las entrevistas, se desarrolló acompañamiento orientado al fortalecimiento de las habilidades comunicativas de los emprendedores, abordando aspectos relacionados con la expresión oral, seguridad frente a las cámaras, estructuración del mensaje y presentación del emprendimiento, con el propósito de facilitar una comunicación clara, efectiva y adecuada para los espacios de difusión.

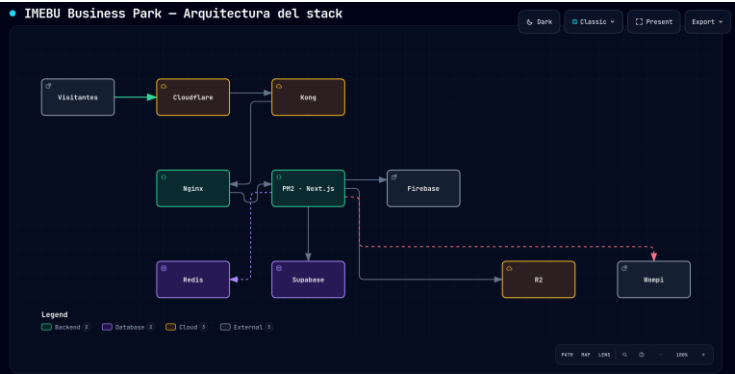
Las entrevistas desarrolladas durante el trimestre permitieron consolidar el Canal TRO como un espacio de promoción y divulgación para los emprendimientos vinculados al programa, generando oportunidades de exposición para sus marcas, productos y servicios, y contribuyendo a ampliar su alcance y reconocimiento ante diferentes públicos.

En términos acumulados, el trimestre cerró con 21 de los 35 emprendedores beneficiarios entrevistados, equivalente al 60 % de cobertura de la estrategia de visibilización empresarial, manteniéndose la programación de nuevas entrevistas para continuar ampliando progresivamente la participación hasta alcanzar la totalidad de los beneficiarios.

Parámetro	Valor / descripción
exec_mode	cluster: N workers comparten el puerto 3000
instances	8 por defecto (variable IMEBU_INSTANCES)
script	./scripts/local/next-cluster.mjs
max_memory_restart	2500M: reinicio controlado por memoria
autorestart / backoff	Reinicio automático con retardo exponencial

Fase	Descripción	Resultado
1. Diagnóstico	node-cache local por worker, sin sincronización	Cachés divergentes entre workers
2. Bus Pub/Sub L1	Canal de invalidación entre workers	Coherencia multi-worker

3. Migración a Redis	Caché centralizada compartida	Estado único y sincronizado
----------------------	----------------------------------	-----------------------------



Capa	Rol en la plataforma
Cloudflare	CDN, DNS autoritativo y WAF contra ataques de capa 7
Kong + Nginx	Puerta de enlace, proxy inverso y rate limiting
PM2 · Next.js ×8	Aplicación en cluster: 8 workers en un contenedor
Firebase	Autenticación de usuarios vía JWT
Redis	Caché centralizada e invalidación multi-worker
Supabase / R2	Base de datos y almacenamiento de objetos
Wompi	Pasarela de pagos con webhooks firmados

Etapas	Acción	Verificación
--------	--------	--------------

1. Push	Push a GitHub	Control de versiones
2. CI	Lint, Trivy y build	Calidad y seguridad
3. Build	Nixpacks construye la imagen	Imagen reproducible
4. Deploy	Contenedor Nginx + PM2 x8	Healthcheck /api/healthz
5. Fallo	Reversión automática	Versión anterior activa

EVIDENCIA FOTOGRAFICA



META 70: COFINANCIAR 8 PROYECTOS PARA AGREGAR VALOR A LOS PRODUCTOS Y/O MEJORAR LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN, ASÍ COMO PARA EL DESARROLLO DE CADENAS PRODUCTIVAS.

1. LÍNEA ESTRATÉGICA
Territorio seguro que progresa

2. SECTOR
Comercio, industria y turismo (35)

3. PROGRAMA
Productividad y competitividad de las empresas colombianas (3502)

4. META E INDICADOR DE PRODUCTO
Cofinanciar 8 proyectos para agregar valor a los productos y/o mejorar los canales de comercialización, así como para el Desarrollo de cadenas productivas.

Indicador	Meta 2026	Logro vigencia 2026	% avance trimestre	Presupuesto definitivo 2026	Total Recursos Comprometido 2026	Ejecución Recursos Comprometidos	Ejecución Recursos Obligados	Ejecución Recursos Pagados
Estrategias realizadas 3502010	3	1	90%	\$ 300,000,000.00	\$ 300,000,000.00	100%	21%	21%

4.1. DESCRIPCIÓN DE PROYECTOS

Nombre del Proyecto	Código BPIN	Valor Vigencia Proyecto	Valor Total Proyecto
FORTALECIMIENTO A LAS ACCIONES OPERATIVAS Y DE GESTION DEL INSTITUTO MUNICIPAL DE EMPLEO Y FOMENTO EMPRESARIAL DEL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA	202500000036219	\$4,533,258,181.82	\$ 300,000,000.00

4.2 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS.

4.2.1 CONVENIO ACICAM – IMEBU

Durante la vigencia 2026, el **Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial – IMEBU**, en el marco de las acciones orientadas al fortalecimiento empresarial, la productividad y la competitividad de los sectores estratégicos del municipio de Bucaramanga, brindó apoyo a empresarios pertenecientes al sector productivo del **cuero, calzado, marroquinería y manufacturas derivadas del cuero**, facilitando su participación en escenarios de promoción, exhibición, relacionamiento comercial y generación de oportunidades de negocio.

Dentro de estas acciones se destaca la participación de empresarios de Bucaramanga en las dos versiones realizadas durante el año 2026 de la **International Footwear and Leather Show – IFLS**, uno de los principales escenarios comerciales del sector a nivel nacional, desarrollado en el Centro Internacional de Negocios y Exposiciones – Corferias, en Bogotá.

Las acciones adelantadas permitieron fortalecer la presencia comercial de las empresas beneficiarias, promover sus productos ante compradores nacionales e internacionales, generar nuevos contactos comerciales y contribuir al incremento de sus oportunidades de venta y posicionamiento en el mercado.

Participación en la IFLS – febrero de 2026

Durante el primer trimestre de 2026, el IMEBU apoyó la participación de **50 empresarios del municipio de Bucaramanga**, pertenecientes principalmente al sector productivo del cuero, calzado y marroquinería, así como fabricantes de manufacturas del cuero y sus derivados, para hacer presencia mediante la exposición de sus productos en diferentes stands de la **International Footwear and Leather Show – IFLS** y la **Exhibición Internacional del Cuero e Insumos, Maquinaria y Tecnología – EICI**, en su versión 51.

El evento se realizó del **3 al 6 de febrero de 2026** en Corferias, en la ciudad de Bogotá.

Para esta participación, el IMEBU realizó un aporte económico de **ciento once millones ochocientos setenta y dos mil pesos (\$111.872.000)**, recursos que permitieron apoyar la presencia de los empresarios beneficiarios y facilitar espacios para la exhibición y promoción de sus productos.

La participación constituyó una importante oportunidad de relacionamiento comercial, teniendo en cuenta que la feria contó con la presencia de **más de 6.000 compradores nacionales y 82 compradores internacionales**, provenientes de países como Estados Unidos, Costa Rica, Guatemala, Panamá, México y República Dominicana.

En total, el evento contó con aproximadamente **400 expositores a nivel nacional**. Asimismo, se evidenció un crecimiento significativo en la participación internacional, pasando de **23 compradores internacionales en 2025 a 32 en 2026**, lo que representó un incremento aproximado del **39 %**.

La IFLS se consolida como una de las principales plataformas comerciales del sector del calzado y la marroquinería en Colombia. Para esta versión se estimaron ventas globales cercanas a los **USD 12,5 millones**, evidenciando la importancia de este escenario para la generación de negocios, el posicionamiento de las marcas y el fortalecimiento de la cadena productiva.

Participación en la IFLS – agosto de 2026

Durante septiembre de 2026 se realizó la revisión del informe de resultados presentado por **ACICAM**, correspondiente a la **International Footwear and Leather Show – IFLS** desarrollada del **3 al 6 de agosto de 2026** en Corferias, Bogotá.

Para esta segunda participación del año, el IMEBU realizó un aporte por valor de **ciento cuarenta y dos millones ochocientos setenta y dos mil pesos (\$142.872.000)**, mediante el cual se logró beneficiar a **60 empresarios del municipio de Bucaramanga**.

Los recursos fueron destinados al apoyo parcial para el pago de los stands, permitiendo a los empresarios disponer de espacios adecuados para exhibir sus productos, colecciones y últimos diseños, así como fortalecer su posicionamiento y establecer relaciones estratégicas y comerciales con diferentes actores nacionales e internacionales vinculados con el sector.

La participación permitió generar escenarios de relacionamiento comercial y ruedas de negocios con compradores nacionales e internacionales. El evento contó con representantes provenientes de **21 países** y registró una asistencia aproximada de **6.300 visitantes**, entre empresarios, compradores, expositores, conferencistas y demás actores relacionados con la cadena productiva del cuero, calzado y marroquinería.

Adicionalmente, se contó con la participación de **12 compradores internacionales**, provenientes de países como Costa Rica, Ecuador, República Dominicana y Panamá, entre otros, así como con **28 compradores nacionales** procedentes de diferentes regiones del país.

El IMEBU y la Alcaldía de Bucaramanga hicieron presencia institucional mediante un **stand de aproximadamente 27 metros cuadrados**, orientado a la promoción comercial y al fortalecimiento de la visibilidad de las empresas participantes del municipio.

Resultados económicos de la participación de agosto

Uno de los principales resultados obtenidos corresponde al volumen de ventas reportado por las empresas beneficiarias.

Las **60 empresas apoyadas por el IMEBU** alcanzaron ventas aproximadas por: **\$17.142.886.000**

Este resultado corresponde aproximadamente a: **USD 5.274.000**

De acuerdo con los resultados reportados, el valor promedio de ventas por empresa participante se ubicó aproximadamente en: **\$285.714.767 por empresa**

En dólares, el promedio reportado corresponde aproximadamente a:

USD 87.912 por empresa.

Estos resultados evidencian la importancia de facilitar la participación de los empresarios locales en escenarios comerciales especializados, en los cuales no solamente se promueve la exhibición de productos, sino que se generan oportunidades efectivas de comercialización, contactos empresariales, apertura de mercados y fortalecimiento de las unidades productivas.

Principales logros alcanzados

Durante la vigencia 2026, las acciones adelantadas en cumplimiento de la **Meta 70** permitieron obtener los siguientes resultados:

- Apoyo a **110 participaciones empresariales** del municipio de Bucaramanga en las dos versiones de la IFLS realizadas durante 2026.
- Inversión total del IMEBU por **\$254.744.000**, destinada principalmente a facilitar espacios de exhibición y comercialización para los empresarios beneficiarios.
- Fortalecimiento de la visibilidad de las empresas del sector cuero, calzado y marroquinería de Bucaramanga en uno de los principales escenarios comerciales especializados del país.
- Generación de espacios de relacionamiento con compradores nacionales e internacionales y actores estratégicos de la cadena productiva.
- Acceso de los empresarios locales a oportunidades de comercialización, apertura de mercados y posicionamiento de sus productos.
- Participación institucional del IMEBU y de la Alcaldía de Bucaramanga como estrategia de promoción y fortalecimiento del tejido empresarial local.
- Obtención de ventas aproximadas por **\$17.142.886.000** por parte de las 60 empresas apoyadas en la versión de agosto de 2026, evidenciando un importante resultado comercial asociado a su participación en el evento.
- Fortalecimiento de la articulación institucional con actores estratégicos del sector, particularmente con ACICAM, para promover escenarios que favorezcan la competitividad empresarial.

6. Análisis de resultados

Los resultados obtenidos durante 2026 permiten evidenciar un impacto favorable de las acciones desarrolladas en el marco de la Meta 70. La inversión realizada por el IMEBU facilitó el acceso de empresarios locales a escenarios especializados que, por sus características y alcance nacional e internacional, representan oportunidades relevantes para el crecimiento y consolidación de las empresas del sector.

Particularmente, los resultados de la feria realizada en agosto permiten dimensionar el impacto comercial de la estrategia. Frente a una inversión del IMEBU de **\$142.872.000**, las 60 empresas beneficiarias reportaron ventas aproximadas por **\$17.142.886.000**, lo que demuestra la capacidad de este tipo de intervenciones para facilitar oportunidades de negocio y generar resultados económicos relevantes para las empresas participantes.

Adicionalmente, la participación en las dos versiones de la IFLS permitió mantener una presencia sostenida de los empresarios de Bucaramanga en uno de los principales escenarios del sector, favoreciendo el posicionamiento de la ciudad como referente nacional en la producción de calzado, cuero y marroquinería.

Más allá de los resultados económicos inmediatos, la estrategia contribuyó al fortalecimiento de capacidades comerciales, generación de contactos, identificación de tendencias, apertura de nuevos mercados y establecimiento de relaciones con compradores nacionales e internacionales, aspectos que pueden traducirse en nuevas

oportunidades comerciales posteriores a la realización de las ferias.

Evidencia fotográfica





META 71: ASISTIR 2 PROYECTOS DE ALTO IMPACTO PARA EL FORTALECIMIENTO Y DESARROLLO DE CADENAS PRODUCTIVAS.

1. LÍNEA ESTRATÉGICA
Territorio seguro que progresa

2. SECTOR
Comercio, industria y turismo (35)

3. PROGRAMA
Productividad y competitividad de las empresas colombianas (3502)

4. META E INDICADOR DE PRODUCTO
Asistir 2 proyectos de alto impacto para el fortalecimiento y desarrollo de cadenas productiva.

Indicador	Meta 2026	Logro vigencia 2026	% avance trimestre	Presupuesto definitivo 2026	Total Recursos Comprometido 2026	Ejecución Recursos Comprometidos	Ejecución Recursos Obligados	Ejecución Recursos Pagados
Estrategias realizadas 3502008	2	2	100%	\$ 1,340,600,000.00	\$ 1,093,241,575.00	82%	29%	29%

4.1. DESCRIPCIÓN DE PROYECTOS

Nombre del Proyecto	Código BPIN	Valor Vigencia Proyecto	Valor Total Proyecto
APOYO DE CADENAS PRODUCTIVAS EN EL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA	202500000036222	\$1,250,000,000	\$ 1,340,600,000.00

4.2. DESCRIPCIÓN DE PROYECTOS

CLÚSTER DEL CALZADO

Con el apoyo del IMEBU, Bucaramanga cuenta hoy con un clúster formalmente estructurado, una hoja de ruta financiable de \$19.950 millones, proyectos listos para viabilizar y un nuevo operador institucional técnico permanente: la Cámara de Comercio de Bucaramanga. Estos son los datos que lo sustentan.

1. LO ESTRATÉGICO SECTORIAL

El clúster agrupa al núcleo exportador del calzado y la marroquinería santandereanos y trabaja sobre tres focos: productividad y tecnificación, sofisticación de la oferta para expo

Indicador	Valor
Empresas formalmente vinculadas	85 (62% S.A.S.); 121 más con interés en vincularse
Empresas lideradas por mujeres	49 (57,6%)
Empleo directo	1.075 empleos; 3.075 beneficiarios directos
Ventas 2024	\$108.634 millones (27,6% del sector)
Exportaciones 2024	\$6.193 millones (30,2% del sector; 0,45% de las exportaciones no minero-energéticas de Santander)

Referencia sectorial: el subsector calzado de Santander suma 2.696 empresas, 3.833 empleos y ventas por \$411.600 millones (CCB, *Actividad empresarial del sector Moda en Santander 2025*).

2. RESULTADOS LOGRADOS

- **Hoja de ruta sectorial:** 12 proyectos en 4 programas por \$19.950 millones (Productividad \$5.050M, Comercialización \$5.200M, Sofisticación \$7.500M, Fortalecimiento sectorial \$2.200M), con potenciales fuentes de financiación identificadas y algunas de ellas ejecutadas con recursos del IMEBU-Santoto (\$600 millones) y otros en negociación de alianzas.
- **Proyectos formulados listos para viabilización:** Ruta de internacionalización y sofisticación (\$800M; 74 empresas de Bucaramanga y Floridablanca): formación con Arsutoria (Italia), misión a Brasil con Assintecal y asistencia técnica brasileña en planta.
- **Fichas presentadas ante la Gobernación:** Centro de Innovación CICMAS (\$9.000M), línea de crédito para industrialización vía IDESAN (\$8.000M), evento ferial Sistema Moda (\$1.500M), internacionalización (\$1.200M) y promoción del consumo (\$1.200M).
- **Inteligencia competitiva:** primer ciclo de vigilancia (agosto 2026) con 7 perfiles de proyecto priorizados por \$11.350 millones, formulados con estándares internacionales para gestionar ante instituciones de apoyo.
- **Plan de acción V2.0** (29 páginas) que integra la agenda del clúster al portafolio de programas de la CCB.

3. EMPALME CON LA CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA

El clúster es acogido por la estrategia clúster de la Cámara de Comercio de Bucaramanga. Dinámica del Oriente S.A.S. entrega la Secretaría Técnica a la CCB, que asume el liderazgo operativo y la implementación de la agenda de proyectos; el clúster manager saliente fue dispuesto por el IMEBU.

- **Contrapartes CCB:** María Alejandra Sampayo Guerrero (vicepresidenta de Crecimiento y Sostenibilidad Global), Luis Santiago Salazar Calderón (director de Sostenibilidad Empresarial y Estrategia Clúster) y Luisa Alejandra Jauregui Azula (Gestora Clúster Calzado).
- **Entregado en el empalme:** hoja de ruta, plan de acción V2.0, proyecto MGA, fichas de financiación y perfiles de vigilancia competitiva, entre otros.

4. IMPACTOS PROYECTADOS

La secuencia está definida: primero internacionalización y asistencia técnica, luego tecnificación con crédito y tecnología, y al final la infraestructura de innovación.

Horizonte	Qué se ejecuta	Recursos	Resultado esperado
Corto plazo (2026)	Formación con Arsutoria (2 grupos), misión a Brasil (29 empresas), asistencia técnica en planta (68 empresas); gestión de línea de crédito con IDESAN, Bancóldex e IMEBU	\$1.485M metropolitanos: IMEBU \$900 M, Floridablanca \$140 M, empresarios \$445M	136 unidades productivas intervenidas

Horizonte	Qué se ejecuta	Recursos	Resultado esperado
-----------	----------------	----------	--------------------

Mediano plazo (2027)	Gemelos digitales, energía solar industrial y trazabilidad con blockchain en alianza interclúster	\$2.000M solicitados a la Alcaldía de Bucaramanga	Empresas que se tecnifican con recursos propios vía crédito
Largo plazo	Resto de la agenda, con el Centro de Innovación CCMAS como prioridad	Fondos nacionales, IES, Gobernación y empresarios	Infraestructura regional de innovación para el sector

Apalancamiento: el aporte municipal previsto en la hoja de ruta (\$3.090M, 15,5 % del total) moviliza \$5,5 de otras fuentes por cada peso; el componente nacional (44 %) está en gestión.

4.2.2 CONVENIO ASOCIACION COMITÉ DE CAFETEROS – IMEBU

Este proyecto de mejoramiento tiene un alcance de 100 caficultores de los tres corregimientos de Bucaramanga, los cuales fortalecerán sus capacidades técnicas y comerciales con programas de capacitación en buenas prácticas agronómicas, calidad y transformación del café impulsando la industrialización del grano y desarrollando capacidades comerciales y mejorando la cadena de valor del café del municipio.

TEMATICAS A DESARROLLAR DURANTE TODO EL CONVENIO:

Población de caficultores	Temática a desarrollar	Mes de trabajo
14	Participantes en la muestra comercial de la feria del café del nororiente colombiano – Neomundo.	Febrero marzo
50	Fortalecimiento en manejo agronómico, calidad e industrialización	mayo
6	Participantes en el programa de fortalecimiento en el uso de la plataforma CAFENLACE como una oportunidad comercial de exportar.	Junio
30	Participación en la feria del café de Colombia EXPO 2026, para capacitarlos en mejoramiento de calidades internacionales.	Septiembre octubre
100		

1. Plataforma de mercadeo y comunicación.

como apoyo a la comercialización de los productos finales de los caficultores de Bucaramanga En la feria de café del Nororiente Colombiano, realizada en febrero 26, 27 y 01 de marzo de 2026, en Neomundo en la ciudad de Bucaramanga, se dispuso de una plataforma de mercadeo y comunicación como apoyo a la comercialización de los productos finales de los caficultores de Bucaramanga, que correspondía a un espacio de stand con diseño personalizado, con 7 módulos de 1,5m x 2,0 m con su zona de exposición para disponer y ofertar las muestras comerciales de café procesado, así como otros productos complementarios producidos por 14 emprendimientos de cafeteros del municipio de Bucaramanga, además de contar con un espacio debidamente dotado con muebles con un coworking para rueda de negocios de potenciales clientes asistentes a la feria.

2. Participación de cafeteros con muestra comercial de café procesado en la feria del Café del Nororiente Colombiano en Bucaramanga.

Para la participación en la Feria de Café del Nororiente Colombiano, realizada en Neomundo en la ciudad de Bucaramanga, en febrero 26, 27 y 01 de marzo de 2026, contó con la participación de 14 cafeteros con emprendimientos de café procesado, quienes hicieron parte de la formación del año 2025, con el convenio N°. CO1.PCCNTR.8057650 entre el Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial del Municipio de Bucaramanga “IMEBU” y la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia - Comité Departamental de Cafeteros de Santander.

Los 14 cafeteros pudieron disfrutar del espacio o stand personalizado dispuesto de manera exclusiva para ellos, lugar donde dieron a conocer su producto y realizar el mercadeo y comunicación con el público visitante para degustar, ofrecer y vender el café procesado como parte de su emprendimiento, con resultados muy exitosos logrando ventas y contactos de interés para cada uno de ellos en bien de mejores ingresos para las familias

GRUPO EXPOSITOR FERIA DEL CAFÉ EN NEOMUNDO

No.	Nombre del Cafetero TELEFONO	No. IDENTIFICACIÓN	
1	Inés Vargas Ayala	37893523	
2	Martha Cecilia Forero Vanegas 3133504699	1098671875	
3	Hilda García Ramírez 3228768277	37824687	3228768277
4	Luis Orlando Celis Cuadros	91237164	3184152473
5	Juan Carlos Martínez Bueno 3115329661	91232626	
6	Cesar Augusto Santoyo Ribero 3172963674	13513175	
7	Luis Fernando Rangel 3168224863	13837999	
8	Luz Mery Bermúdez Téllez 3162117342	63507720	
9	Ana Victoria Barrera Rojas	63479284	3043542218
10	Jazmín Moreno Jaimes 3157252441	63484527	
11	Claudia Patricia Fonseca Cárdenas 3153208911	63544629	
12	Claudia Patricia Torres Velandia 3125040903	63492944	
13	Sor ángel Mecón 3142836384	63346168	
14	Eduard Danilo Bermúdez Ortega	1098715357	3115839211

3. Capacitación de los primeros 50 caficultores (dos grupos de 25 caficultores cada uno) en buenas prácticas agronómicas, procesos de industrialización, estándares de calidad y cafés diferenciados.

Para la ejecución de esta actividad, fue necesario concentrar los cafeteros durante 3 días consecutivos, con quienes bajo la estrategia de campamento de cafeteros, se desarrollaron capacitaciones, utilizando la metodología aprender haciendo implementando teoría y prácticas sobre los temas de:

- **BUENAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS**, que incluye el paso a paso del manejo agronómico desde la variedad. La realización del germinador para la semilla, definición de la densidad 0 cantidad de plantas por hectárea, sistema agroforestal, el trazado, ahoyado, siembra y el manejo siguiente de su establecimiento, levante y producción, que incluye el detalle de su respectivo manejo del cultivo de café, para su óptimo desarrollo y producción.

- **BUENAS PRÁCTICAS DE BENEFICIO Y CALIDAD**, capacitación basada en las 7 prácticas claves de beneficio que incluye la etapa desde su recolección que implica su grado de maduración (implementado la escala de color para frutos del café), selección por flotes, el despulpado, fermentación utilizando herramientas como el fermaestro, el lavado, secado, clasificación y empaque optimizados para mantener y realzar la calidad del café

- **BUENAS PRÁCTICAS DE CALIDAD E INDUSTRIALIZACIÓN**, donde se practica con el procedimiento utilizado para determinar la calidad física o factor de rendimiento y cálculo del precio que permiten fortalecer el conocimiento para el proceso de venta del café, por otra parte se familiariza con prácticas de catación para promover las habilidades sensoriales en los asistentes que conlleven a ser más conocedores para identificar café de calidad, consumir café de calidad, e inducir a trabajar con cafés diferenciados para potencializar la comercialización con procesos diferenciadores

- Capacitación desarrollada en las siguientes locaciones:
 - CENICAFE DE FLORIDABLANCA
 - FINA EXPERIMENTAL DE LA VEREDA ROSA BLANCA DE FLORIDA
 - ESTACION SAN ANTONIO
 - FINCA EL ROBLE DE LA MESA DE LOS SANTOS
 - CENTRO DE INDUSTRIALIZACION DEL CAFÉ EN BUCARAMANGA
 - LABORATORIOS DE CALIDAD DE LA FNC DE BUCARAMANGA

4. Reunión de capacitación de la plataforma CAFENLACE

El pasado 16 de julio a las 9 am, participe en el proceso de capacitación de la plataforma de exportación de café CAFENLACE para caficultores de Bucaramanga, dentro del convenio 146 – 2026 en las instalaciones de la federación de cafeteros, se buscó principalmente que estas comunidades de caficultores de nuestras 3 comunas agrarias de Bucaramanga, se empiecen a familiarizar con las actividades previas que se necesitan para la exportación de café, a través de esta plataforma comercial (CAFENLACE) diseñada directamente por la Federación de Cafeteros de Colombia.

Esta actividad, forma parte de todas las actividades incluidas dentro del convenio 146 – 2026, que actualmente se viene desarrollando con la Federación de Cafeteros – Regional Santander.

1. Plataforma de mercadeo y comunicación en la feria del café en Neomundo, para los caficultores de los 3 corregimientos de Bucaramanga.



2. Participación de 30 caficultores con muestra comercial de café procesado en la feria del Café del Nororiente Colombiano en Bucaramanga.



3. Capacitación de los primeros 50 caficultores (dos grupos de 25 caficultores cada uno) en buenas prácticas agronómicas, procesos de industrialización, estándares de calidad y cafés diferenciados.





4. Programa de capacitación de la plataforma CAFENLACE





META 72: REALIZAR 20 ASISTENCIAS TÉCNICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS DE ECONOMÍA POPULAR.

1. LÍNEA ESTRATÉGICA
Territorio seguro que progresa

2. SECTOR
Comercio, industria y turismo (35)

3. PROGRAMA
Productividad y competitividad de las empresas colombianas (3502)

4. META E INDICADOR DE PRODUCTO
Realizar 20 asistencias técnicas para el fortalecimiento de las unidades productivas de economía popular.

Indicador	Meta 2026	Logro vigencia 2026	% avance trimestre	Presupuesto definitivo 2026	Total Recursos Comprometido 2026	Ejecución Recursos Comprometidos	Ejecución Recursos Obligados	Ejecución Recursos Pagados
Estrategias realizadas 3502116	17	17	100%	\$ 416,469,090.00	\$ 387,655,757.00	93%	56%	56%

4.1. DESCRIPCIÓN DE PROYECTOS

Nombre del Proyecto	Código BPIN	Valor Vigencia Proyecto	Valor Total Proyecto
FORTALECIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS DE ECONOMÍA POPULAR EN EL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA	202500000036216	\$350,869,090.91	\$ 416,469,090.00

4.2 DESCRIPCION DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS

4.2.1 ECONOMÍA POPULAR

Desde el programa de Economía Popular se brindó asistencia técnica en los siguientes espacios:

- **BURGER FAN FEST**

Durante vigencia del 2026, a través del programa de Economía Popular, se creó la convocatoria para la participación de emprendedores bumangueses en la feria **BURGER FAN FEST**, que se realizó la última semana del mes de marzo.

147 emprendedores fueron atendidos y 20 de ellos fueron seleccionados y capacitados para el fortalecimiento de sus emprendimientos para su participación los días 27, 28 y 29 de marzo de 2026

Estos resultados evidencian un impacto positivo y significativo en la economía de los participantes, permitiendo el fortalecimiento de sus unidades productivas, el incremento de sus ingresos y la visibilizarían de sus emprendimientos ante un público más amplio. Asimismo, esta iniciativa contribuyó de manera directa al dinamismo de la economía popular del municipio, promoviendo espacios de comercialización, crecimiento y consolidación para los emprendedores locales.



- **FERIA ANCESTRAL**

Durante el mes de abril de 2026, a través del programa de Economía Popular y en articulación con la secretaría de desarrollo social, se realizó la **FERIA ANCESTRAL**, mercado artesanal; feria proyectada a realizarse en el parque García Rovira, donde se atendieron a 160 emprendedores del municipio de Bucaramanga, de los cuales se beneficiaron 60 emprendedores de diversos sectores tales como: marroquinería, joyería, cestería y otros sectores que nos representan; adicional a esto también contaremos con el sector gastronómico “bocado artesanal”, que contará con productos como la oblea, miel, raspados y otros “bocados” bumangueses. 47 de ellos pertenecientes a la red de emprendedores del IMEBU. El instituto de empleo y fomento empresarial IMEBU en alianza con **Artesanías de Colombia**, adelantó la selección de 36 emprendedores quienes participaron en dicha feria, los cuales recibieron capacitación en vitrinismo y atención al cliente.

Durante el periodo comprendido entre el 01 y el 30 de julio, se coordinó y desarrolló la estrategia de divulgación de la convocatoria para la segunda Feria Ancestral, en articulación con la Secretaría de Desarrollo Social, con el propósito de garantizar una amplia difusión de este espacio de comercialización dirigido a los emprendedores del municipio de Bucaramanga.

En el marco de esta actividad se apoyó la coordinación interinstitucional necesaria para promover la participación de los diferentes grupos poblacionales y unidades productivas que hacen parte del Programa de Economía Popular, difundiendo la información relacionada con los requisitos, fechas, condiciones de participación y beneficios de la feria. Asimismo, se realizaron acciones de socialización con líderes comunitarios, emprendedores y demás actores estratégicos, incentivando su vinculación a este escenario de promoción comercial, en el que se verán beneficiados 60 emprendedores del municipio.

Durante el mes de agosto se apoyó la articulación y participación en la Feria Ancestral, donde 30 emprendedores del IMEBU recibieron capacitación y participación en medio del marco de la FERIA BONITA DE BUCARAMANGA.

La Feria Ancestral representa una oportunidad para fortalecer los procesos de economía popular mediante la visibilización de emprendimientos locales, la promoción de productos con identidad cultural y tradicional, y la generación de espacios que facilitan el acceso a nuevos mercados y potenciales clientes. En este sentido, las actividades desarrolladas contribuyeron al cumplimiento de los objetivos institucionales del IMEBU orientados al fortalecimiento de las capacidades productivas, la dinamización de la economía local y el acompañamiento permanente a los emprendedores del municipio.

Adicionalmente, se brindó apoyo en la coordinación logística y en el seguimiento de las acciones preparatorias para la realización del evento, asegurando una adecuada articulación entre las entidades participantes y favoreciendo el desarrollo exitoso de la convocatoria.





- **FERIA BGA CAPITAL DEL SABOR**

A través del programa de Economía Popular, se creó la convocatoria para la participación de emprendedores bumanguenses en el marco de la feria **BGA CAPITAL DEL SABOR**, en esta convocatoria participaron 67 emprendedores de los cuales fueron seleccionados 20, quienes fueron capacitados en temas relacionados con manipulación de alimentos y fortalecimiento de sus emprendimientos para su participación. Durante estos 4 días de feria los emprendedores se dieron a conocer y a fortalecer sus capacidades.

El impacto que se generó gracias a estas ferias pudo ser transmitido a través de la emisora LA CULTURAL FM; A través de entrevistas y piezas audiovisuales se pudo verificar el alcance que se generó a través de estos espacios.





- **CONVENIO UNIDADES TECNOLOGICAS - IMEBU BUSINESS PARK**

En el primer trimestre de 2026 se dio inicio al proceso de fortalecimiento empresarial dirigido a emprendedores vinculados al programa IMEBU Business Park, iniciativa liderada por el Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial de Bucaramanga en articulación con las Unidades Tecnológicas de Santander. Este proceso tiene como objetivo brindar acompañamiento técnico a unidades productivas de la economía popular del municipio, fortaleciendo sus capacidades administrativas, comerciales y digitales.

Actividades desarrolladas

1. Identificación y vinculación de beneficiarios

Se realizó la identificación de emprendedores provenientes del proceso previo ZASCA desarrollado anteriormente con la Cámara de Comercio de Bucaramanga. Posteriormente se adelantó una convocatoria complementaria abierta donde se postularon 59 emprendedores, con el fin de completar el grupo de beneficiarios del programa, alcanzando un total de 35 emprendedores vinculados.

2. Caracterización de las unidades productivas

Durante el proceso de vinculación se realizó la caracterización de los emprendedores participantes, identificando principalmente microempresas pertenecientes a la economía popular, dentro de las cuales se destacan perfiles como madres cabeza de hogar, jóvenes emprendedores y pequeños comerciantes, quienes dependen directamente de sus unidades productivas para la generación de ingresos.

3. Desarrollo de diagnósticos empresariales

Se inició el proceso de acompañamiento empresarial mediante diagnósticos individuales a 18 emprendedores, desarrollados por docentes y asesores especializados. En estas sesiones se analizaron aspectos como:
Modelo de negocio.

Procesos productivos.
Estrategias de comercialización.
Organización administrativa.
Presencia digital del emprendimiento.

Estos diagnósticos permiten identificar necesidades específicas y establecer planes de fortalecimiento empresarial que serán implementados en las siguientes fases del programa mediante procesos de formación y mentoría.

En el mes de mayo se realizó el lanzamiento oficial del IMEBU BUSINESS PARK una apuesta creada para impulsar la transformación digital de los emprendimientos bumanguenses y abrirles nuevas oportunidades de crecimiento, junto a la UTS, el IMEBU presentó una estrategia que conectará tecnología, comercio electrónico, formación y acompañamiento especializado para fortalecer los negocios locales y llevar el talento de Bucaramanga a nuevos escenarios de visibilidad y competitividad.

Durante el mes de junio de 2026, se desarrollaron actividades correspondientes a los componentes técnico, formativo, de diagnósticos y consultorías especializadas, de visibilización y posicionamiento institucional, y de construcción de identidad visual del programa. En el componente técnico se avanzó en el desarrollo de la plataforma web mediante la estructuración de la interfaz visual, la arquitectura del sistema y la adaptación responsive, fortaleciendo la consolidación de la herramienta tecnológica. En el componente formativo se ejecutaron los primeros módulos del curso de Neuroliderazgo, orientados al fortalecimiento de competencias gerenciales y habilidades blandas de los emprendedores. De igual manera, en el componente de diagnósticos y consultorías especializadas se dio continuidad a los procesos de acompañamiento técnico y a la construcción de la línea base de la segunda cohorte, permitiendo identificar oportunidades de mejora para las unidades productivas beneficiarias. Así mismo, se adelantaron acciones de visibilización institucional mediante la articulación para el lanzamiento del programa en el canal TRO y se avanzó en la construcción de la identidad visual del IMEBU Business Park, fortaleciendo el posicionamiento del programa y consolidando una estrategia de comunicación coherente con sus objetivos institucionales.

- **ALIANZA ENTRE IMEBU Y LA UDI PARA FORTALECIMIENTO DE EMPRENDEDORES EN TEMAS DE DISEÑO DE MARCA**

Durante el mes de abril de 2026, el Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial de Bucaramanga (IMEBU) estableció una alianza estratégica con la Universidad de Investigación y Desarrollo (UDI), orientada al fortalecimiento de capacidades empresariales.

Como resultado de esta articulación interinstitucional, se llevó a cabo la selección de 21 emprendedores pertenecientes al ecosistema del IMEBU, quienes accedieron a un proceso de acompañamiento técnico virtual, especializado en diseño de marca con el propósito de mejorar su identidad corporativa, posicionamiento y estrategias de comercialización.

Este proceso incluyó asesorías estructuradas para la construcción y consolidación de identidad visual, con el propósito de mejorar el posicionamiento, la diferenciación y la competitividad de sus unidades productivas en el mercado.

Los 21 emprendedores de la ciudad de Bucaramanga culminaron sus asesorías de acompañamiento técnico virtual especializado en diseño de marca, culminaron este ciclo de una manera satisfactoria, obteniendo el logo para sus emprendimientos y con la expectativa de poder registrar su marca ante la superintendencia.

Como cierre de este proceso, la UDI realizó un evento de reconocimiento en el que los emprendedores recibieron un certificado de participación y presentaron el resultado de su trabajo mediante una feria de exhibición de marcas, permitiendo visibilizar el fortalecimiento alcanzado durante el acompañamiento. Adicionalmente, cada emprendedor recibió un paquete de material promocional personalizado con la identidad de su marca, que incluyó brochures, tazas, camisetas, tulas y otros elementos publicitarios, contribuyendo al fortalecimiento de su imagen comercial y a la promoción de sus productos y servicios.

- **FERIA MIA**

Durante el mes de abril de 2026, se atendieron aproximadamente a 30 microempresarios para la participación de la feria MIA en Neomundo, de los cuales 5 que pertenecen al programa de economía popular del ecosistema del IMEBU lograron participar en dicha feria, impulsando la economía local sirviendo como vitrina comercial, dando a conocer sus propuestas ante miles de visitantes.

En esta feria, los emprendedores de economía popular realizaron ventas totales por un valor de 15.900.000



- **EXPOBELLEZA**

Durante el mes de abril de 2026, en el marco del programa de Economía Popular, el Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial de Bucaramanga (IMEBU), se realizó una reunión para finalizar detalles de la feria Expobelleza que se realizará en el mes de Mayo con aliados institucionales de la ciudad de Bucaramanga, en donde se beneficiaron 3 emprendedores del ecosistema IMEBU del sector salud y belleza.

- **OFERTA INSTITUCIONAL EN EVENTOS COMO PROGRAMA DE ECONOMÍA POPULAR**

Oferta institucional San Andresito Centro

El día 17 de abril, se llevó a cabo una jornada de oferta institucional en San Andresito Centro, en el marco del programa de Economía Popular, con el objetivo de brindar atención y orientación sobre los programas institucionales, así como el fortalecimiento de la economía popular

Oferta Institucional – Ball Room

El día sábado 25 de abril se llevó a cabo la estrategia “Calle libre de discriminación”. El programa de Economía popular participó con su oferta institucional, en este programa de Diversidad Sexual y Población LGBTIQ+, con el fin de que se conocieran nuestros servicios institucionales en temas de emprendimiento e inclusión social.

Oferta Institucional – BGA es Mujer

El 28 de abril, se llevó a cabo la actividad BGA es Mujer, en la que participó el programa de Economía Popular, llevando su oferta institucional a mujeres emprendedoras del municipio de Bucaramanga, con el fin de abrirlas espacios de fortalecimiento empresarial y espacios de participación.

oferta institucional - barrio san Luis.

Durante el periodo comprendido entre el 01 y el 30 de julio, se coordinó y participó activamente en una reunión de trabajo con 10 de los líderes comunitarios de la comuna 10, en el barrio San Luis, con el propósito de fortalecer la articulación entre el IMEBU y la comunidad. Este espacio permitió socializar la oferta institucional disponible desde el instituto, dando a conocer los diferentes programas, servicios y estrategias orientadas al desarrollo social y al fortalecimiento de las capacidades de la población.

En el desarrollo de la jornada se identificaron las principales necesidades con respecto a empleo y fortalecimiento empresarial del sector, promoviendo el diálogo directo con los líderes comunitarios para reconocer a los posibles emprendedores del barrio, así como las iniciativas productivas existentes que pueden ser objeto de acompañamiento institucional. Esta caracterización preliminar facilitará la planificación de futuras acciones encaminadas al fortalecimiento de las unidades productivas, la vinculación a procesos de formación, asistencia técnica y demás estrategias que contribuyan al mejoramiento de las condiciones económicas y sociales de la comunidad.

Asimismo, la participación en este espacio permitió consolidar canales de comunicación con los representantes del sector, que favorezcan el acceso de la población a la participación en las próximas ferias de emprendimiento. También se programaron cursos de foto producto y marketing digital que serán realizados en el Ágora de este barrio desde el programa de economía popular, a más de 40 emprendedores de este sector.

• FORTALECIMIENTO DE LA ECONOMÍA POPULAR / SECTOR RURAL

A través del programa de economía popular, el IMEBU articuló su oferta institucional con el sector rural, específicamente con los emprendedores del tradicional Mercadillo Campesino de Bucaramanga. De esta manera se lideró un exitoso encuentro inicial, con 144 productores rurales, siendo la meta 160 unidades productivas quienes conozcan y sean beneficiados de nuestra oferta institucional. De esta manera se lideró un exitoso encuentro, con 144 productores rurales, de los mercadillos campesinos del parque san pio, parque de los niños, parque de los sueños y Neomundo.

Esta jornada marcó el punto de partida de una gran estrategia de inclusión institucional. Se consolidó un alto interés por parte de los productores en acceder a los servicios de foto producto. Este componente les permitirá mejorar la identidad visual de sus alimentos y artesanías, facilitando su inserción en canales digitales de venta. Los emprendedores también manifestaron su interés en ser parte de la inclusión financiera con el programa de Banca.

• CONVOCATORIA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR TENDEROS

A través del programa de Economía Popular, se lanza la convocatoria para la transformación de tiendas de la ciudad de Bucaramanga. Mas que apoyar una tienda, se busca fortalecer este sector de la economía popular y seguir construyendo oportunidades. El objetivo es beneficiar a 50 tenderos del municipio, de los estratos 1, 2 y 3, a quienes se les brindará capacitación, acompañamiento técnico, fortalecimiento para sus negocios y entrega de insumos, (refrigeradores, vitrinas entre otros).

Durante el mes de junio de 2026, se realizó la convocatoria dirigida a los tenderos de la ciudad de Bucaramanga, abierta a todos los grupos poblacionales del municipio, en la cual se inscribieron 339 comerciantes con el propósito de acceder a un proceso de fortalecimiento de sus unidades productivas. Esta convocatoria se desarrolló mediante

jornadas externas, a través de visitas realizadas por el personal del IMEBU a los diferentes barrios de la ciudad, permitiendo una mayor cobertura y facilitando el acceso de los comerciantes al proceso de inscripción. Esta estrategia busca brindar apoyos técnicos mediante la entrega de equipos como neveras, refrigeradores y estanterías, así como procesos de capacitación orientados a fortalecer las capacidades comerciales, mejorar la competitividad y contribuir al crecimiento y sostenibilidad de las tiendas de barrio del municipio.

Durante el periodo comprendido entre el 01 y el 30 de julio, se coordinó y participó en las actividades de divulgación de la convocatoria dirigida a los tenderos del municipio liderada por el programa de Economía Popular del IMEBU, con el propósito de fortalecer este importante sector de la economía.

En desarrollo de esta actividad, se realizaron visitas a las diferentes tiendas ubicadas en diferentes comunas y corregimientos del municipio, brindando información detallada sobre el alcance de la convocatoria, los requisitos de participación, la documentación requerida, los plazos establecidos y los beneficios contemplados dentro del programa. Asimismo, se ofreció orientación personalizada a los tenderos interesados, resolviendo inquietudes y acompañándolos en el proceso de acceso a la oferta institucional.

Estas jornadas de difusión permitieron ampliar el alcance de la convocatoria, acercando la oferta del IMEBU a los pequeños comerciantes y promoviendo una mayor participación de tenderos pertenecientes tanto a la zona urbana como rural del municipio. De igual manera, el contacto directo con los beneficiarios potenciales facilitó la identificación de necesidades del sector y fortaleció la articulación entre la institucionalidad y los actores de la economía popular.

Con el desarrollo de estas acciones, se contribuyó al cumplimiento de las metas del plan de desarrollo del municipio, a través del Programa de Economía Popular, promoviendo el acceso de los tenderos a proyectos productivos que favorecen el fortalecimiento de sus unidades de negocio, el mejoramiento de sus capacidades comerciales y la generación de mayores oportunidades para el crecimiento y sostenibilidad de sus emprendimientos. Resultado de esta convocatoria se inscribieron 339 tenderos de los cuales fueron preseleccionados 229 de los diferentes grupos poblacionales.

Durante el mes de agosto de 2026 se continuó con el proceso de acompañamiento y seguimiento a los emprendedores vinculados a la convocatoria de fortalecimiento del sector tenderos. En el marco de este proceso, se avanzó en la revisión y estructuración del presupuesto destinado al fortalecimiento de las unidades productivas, así como en el análisis y preselección de los emprendedores que serían beneficiados con los apoyos contemplados en la convocatoria.

Estas acciones permitieron avanzar en la definición de los beneficiarios, teniendo en cuenta los criterios establecidos para el proceso, así como organizar los recursos requeridos para la implementación de los apoyos. De esta manera, se dio continuidad al proceso de fortalecimiento de los tenderos, orientado a mejorar sus capacidades comerciales, las condiciones de sus unidades productivas y su sostenibilidad económica.

- **CELEBRACIÓN DÍA DEL TENDERO**

Durante el periodo comprendido entre el 01 y el 30 de julio, se brindó apoyo en la coordinación y desarrollo de las actividades programadas para la conmemoración del Día del Tendero, evento organizado en alianza con Fenalco, con el propósito de reconocer la importante labor que desempeñan los tenderos como actores clave en el fortalecimiento de la economía popular del municipio de Bucaramanga.

En el marco de esta actividad, se participó en la organización logística del evento, la articulación con las diferentes dependencias involucradas y el acompañamiento durante la jornada, contribuyendo al adecuado desarrollo de la celebración. Asimismo, como parte de la estrategia de fortalecimiento y promoción de los emprendimientos locales, se realizó la selección de cinco (5) emprendedores beneficiados, a través de convocatoria pública, liderada por el Programa de Economía Popular, para ocupar los espacios de exhibición

(stands) asignados al IMEBU, permitiéndoles promocionar y comercializar sus productos durante el evento realizado en Neomundo el 26 de julio.

La participación de estos emprendedores representó una oportunidad para fortalecer la visibilidad de sus unidades productivas, ampliar su alcance comercial, establecer nuevos contactos con potenciales clientes y generar ingresos a través de la venta de sus productos. Con esta iniciativa, el IMEBU continúa promoviendo escenarios que impulsan la comercialización, el crecimiento y la sostenibilidad de los emprendimientos locales, al tiempo que fortalece el tejido empresarial y la economía popular del municipio de Bucaramanga.



- PROGRAMA DE RADIO**

Durante el periodo comprendido entre el 01 y el 30 de julio, se coordinó y gestionó la participación de dos (2) emprendedores beneficiarios del Programa de Economía Popular en un programa radial, con el

propósito de brindarles un espacio de promoción y visibilización de sus emprendimientos, contribuyendo al fortalecimiento de sus estrategias de comercialización y posicionamiento en el mercado local.

Como resultado de esta gestión, participaron los emprendimientos Waypa y un segundo emprendimiento del sector de calzado artesanal, quienes tuvieron la oportunidad de presentar sus productos, compartir la historia de sus marcas, dar a conocer los procesos de elaboración artesanal y resaltar el valor agregado de sus productos ante la audiencia del programa. Este espacio también permitió divulgar los canales de contacto y comercialización de los emprendedores, facilitando el acercamiento con potenciales clientes y generando mayor reconocimiento de sus iniciativas productivas.

La articulación de estos escenarios de difusión hace parte de las estrategias implementadas por el IMEBU para fortalecer la visibilidad de los emprendimientos locales, promover el consumo de productos elaborados por empresarios bumanguenses y generar oportunidades de crecimiento para las unidades productivas vinculadas al Programa de Economía Popular.

- **CURSO DE FOTOGRAFÍA – BARRIO SAN LUIS**

Durante el mes de agosto de 2026, en continuidad con las acciones de articulación desarrolladas en el barrio San Luis, se coordinó y acompañó la realización de un curso de fotografía dirigido a emprendedores del sector. La actividad estuvo orientada al fortalecimiento de capacidades para la creación de contenido visual y la presentación de productos y servicios, especialmente mediante el uso de herramientas de fotografía aplicadas a sus unidades productivas.

El proceso de formación permitió brindar conocimientos prácticos para mejorar la calidad de las imágenes utilizadas en redes sociales, catálogos y otros canales de comercialización, contribuyendo al fortalecimiento de la imagen comercial de los emprendimientos y a una mejor promoción de su oferta.

29 emprendedores de la comuna 10, fueron fortalecidos a través de este taller.

- **FERIA SANTANDER SOBRE RUEDAS – ALIANZA CON FENALCO**

Durante el mes de agosto se apoyó la articulación y participación en la Feria Santander Sobre Ruedas, desarrollada en alianza con Fenalco Santander. La actividad constituyó un escenario de promoción comercial y dinamización de la actividad empresarial, favoreciendo la articulación entre empresarios, marcas y visitantes.

En el marco de esta actividad se acompañaron las acciones de articulación institucional y comercial, contribuyendo al desarrollo de un espacio que permitió visibilizar la oferta empresarial y generar oportunidades de relacionamiento y promoción dentro del ecosistema productivo de la región. En esta feria 6 emprendedores recibieron fortalecimiento y participación.

- **OFERTA INSTITUCIONAL CON DADEP A VENDEDORES AMBULANTES DE BUCARAMANGA**

Durante el mes de agosto se participó en una jornada de oferta institucional articulada entre el Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público (DADEP) y el IMEBU, dirigida a vendedores ambulantes e informales de Bucaramanga. La jornada permitió acercar la institucionalidad a la población que desarrolla actividades económicas en el espacio público.

Desde el IMEBU se brindó información y orientación sobre alternativas institucionales para fortalecer las unidades productivas, mejorar capacidades empresariales, acceder a oportunidades de emprendimiento y generar ingresos. Esta articulación permitió complementar las acciones institucionales con rutas de acompañamiento y alternativas económicas para los vendedores. Esta oferta institucional tuvo alcance para 37 vendedores ambulantes.

Durante el mes de septiembre, a través del Programa de Economía Popular del IMEBU, se realizaron visitas a 86 vendedores

ambulantes de la ciudad de Bucaramanga, con el propósito de acercar la oferta institucional y brindarles alternativas orientadas al fortalecimiento de sus emprendimientos, el acceso a otras opciones de generación de ingresos y posibilidades de reubicación. Estas jornadas se desarrollaron en tres sectores estratégicos de la ciudad: Centro, Real de Minas y Cabecera, permitiendo identificar las necesidades de los vendedores y orientarles sobre los servicios y programas disponibles desde la institucionalidad.



- **FORMACION EN TRANSFORMACION DE LAS FRUTAS PARA EL SECTOR GASTRONOMICO**

Durante el mes de agosto se acompañó la gala de culminación de la alianza entre el IMEBU y Cámara de Comercio en la que 21 emprendedores del sector gastronómico recibieron formación en la transformación de las frutas, fortaleciendo de esta forma su unidad productiva y recibiendo certificación.

FORTALECIMIENTO DE EMPRENDIMIENTOS EN EL MARCO DE LA FERIA BONITA DE BUCARAMANGA

Durante el mes de septiembre de 2026, el Programa Economía Popular dio continuidad a las acciones orientadas al fortalecimiento y generación de oportunidades de comercialización para los emprendedores del municipio de Bucaramanga, mediante su vinculación a diferentes espacios de participación desarrollados en el marco de la Feria Bonita de Bucaramanga.

Para el desarrollo de estas actividades se realizó previamente una convocatoria pública dirigida a emprendedores, con el propósito de identificar y seleccionar unidades productivas interesadas en participar en los diferentes espacios de comercialización y visibilización dispuestos durante la feria. Como resultado de este proceso, se logró la participación de 140 emprendimientos, distribuidos en seis espacios:

La estrategia permitió generar espacios de comercialización, visibilización y fortalecimiento de las unidades productivas, promoviendo la participación de emprendimientos pertenecientes a diferentes sectores de la economía popular, entre ellos gastronomía, arte y sector creativo, negocios verdes, salud y belleza, moda y confecciones, accesorios y bisutería, calzado y marroquinería, juguetes, entre otros.

De igual manera, en el proceso de participación se contó con emprendimientos pertenecientes a diferentes grupos poblacionales y con enfoque diferencial, incluyendo jóvenes, población migrante, víctimas del conflicto armado, madres cuidadoras, población LGBTIQ+, personas con discapacidad, adultos mayores y diferentes grupos étnicos.

Estas acciones hacen parte de la estrategia de fortalecimiento empresarial del Programa Economía Popular, mediante la cual se busca facilitar escenarios que permitan a los emprendedores acceder a oportunidades de comercialización, ampliar la visibilidad de sus

productos y servicios, fortalecer sus capacidades empresariales y generar condiciones para el mejoramiento de sus unidades productivas.

La participación en estos espacios constituye, además, un mecanismo de articulación institucional para acercar la oferta del IMEBU a los emprendedores y continuar con el acompañamiento y seguimiento a las unidades productivas vinculadas al programa. Todo esto se realizó en articulación con el programa de Eventos del instituto.



META 73: IMPLEMENTAR UNA (1) VENTANILLA ÚNICA EMPRESARIAL "CENTRO INTEGRADO DE SERVICIOS AL EMPRESARIO."

1. LÍNEA ESTRATÉGICA

Territorio seguro que progresa

2. SECTOR

Comercio, industria y turismo (35)

3. PROGRAMA

Productividad y competitividad de las empresas colombianas (3502)

4. META E INDICADOR DE PRODUCTO

Implementar una (1) Ventanilla Única Empresarial "Centro Integrado de Servicios al Empresario".

Indicador	Meta 2026	Logro vigencia 2026	% avance trimestre	Presupuesto definitivo 2026	Total Recursos Comprometido 2026	Ejecución Recursos Comprometidos	Ejecución Recursos Obligados	Ejecución Recursos Pagados
Estrategias realizadas 3502014	1	0.25	90%	\$ 33,152,000.00	\$ 32,800,000.00	99%	90%	90%

4.1. DESCRIPCIÓN DE PROYECTOS

Nombre del Proyecto	Código BPIN	Valor Vigencia Proyecto	Valor Total Proyecto
FORTALECIMIENTO A LAS ACCIONES OPERATIVAS Y DE GESTION DEL INSTITUTO MUNICIPAL DE EMPLEO Y FOMENTO EMPRESARIAL DEL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA	202500000036219	\$4,533,258,181.82	\$ 33,152,000.00

4.2. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS.

- Fortalecimiento de la formalización:** atención permanente a emprendedores, con asesorías personalizadas sobre RUT, inscripción en Cámara de Comercio y acceso a la oferta institucional. Se atendieron 283 personas.
- Resultados concretos:** se gestionaron 58 inscripciones del RUT y de esos 58 inscritos, 21 se inscribieron ante la Cámara de Comercio; las 225 personas restantes continuaron en procesos de sensibilización y preparación.
- Cobertura institucional:** jornadas de socialización con estudiantes del Instituto IES, de la Universidad Cooperativa de Colombia (UCC) y Colegio Villas de San Ignacio, participación en actividades comunitarias visitando los negocios de los emprendedores llevando la oferta institucional, incluida una jornada de atención a población habitante de calle y a la población de artistas de la escuela EMA del instituto de cultural para brindarles orientación.

CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN ATENDIDA:

Total, atendidos de enero a Septiembre: 283 personas (100 %)

- Distribución por edad**

Rango de Edad	Cantidad	%
Adolescentes (12 a 17 años)	7	2,48%
Jóvenes (18 a 28 años)	73	25,54%
Adultos (29 a 59 años)	189	67,02%
Personas mayores (60 años o más)	14	4,96%
Total	283	100%

Distribución por género

Género	Cantidad	%
Femenino	189	66,78%
Masculino	94	33,22%
Total	283	100%

- Orientación sexual**

Orientación Sexual	Cantidad	%
Heterosexual	278	98.23%
Bisexual	3	1.06%
Gay	2	0,71%
Total	283	100%

- Población Étnica**

Grupo Étnico	Cantidad	%
--------------	----------	---

Afrocolombiano	1	1,00%
Ninguno	282	99,00%
Total	283	100%

- Enfoque Diferencial

Categoría	Cantidad	%
Personas con discapacidad	2	0,71%
Víctima del conflicto armado	25	8,83%
Cabeza de Familia	16	5,65%
Migrante	6	2,12%
Ninguno	234	82,69%
Total	283	100%

- Estrato socioeconómico

Estratos	Cantidad	%
Estrato 1	41	14,49%
Estrato 2	21	7,42%
Estrato 3	110	38,87%
Estrato 4	105	37,10%
Estrato 5	6	2,12%
Total	283	100%

- Sector económico

Sector	Cantidad	%
Servicios	62	21,91%
Comercial	170	60,07%
Sin definir	51	18,02%
Total	283	100%

- Proceso finalizado de legalización

Estratos	Cantidad	%
Personas atendidas	283	100%
RUT gestionado	58	20,49%
Cámara de Comercio gestionado	21	7,42%
De los formalizados con RUT, porcentaje con Cámara de Comercio	21 de 58	36,21%