

Informe de Gestión 2025



Cámara de Comercio del
**Magdalena Medio y
Nordeste Antioqueño**

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	9
GESTIÓN MISIONAL	12
INFORME DE GESTIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DEL MAGDALENA MEDIO Y NORDESTE ANTIOQUEÑO PARA EL AÑO 2025	13
GESTIÓN DE REGISTROS PÚBLICOS	15
GESTIÓN DE COMUNICACIONES.....	20
ACCIONES DESARROLLO EMPRESARIAL	25
1 Industria	25
1.1 Fábricas de Productividad y Sostenibilidad.....	26
1.1.1 Resultados.....	26
1.2 Transformación Digital.....	29
1.2.1 Resultados.....	29
2 Agricultura y Agroindustria.	33
2.1 Minicadenas Locales.....	34
2.1.1 Resultados.....	34
2.2 Consolidación Clúster Cárnico Bovino de Antioquia.....	43
2.2.1 Resultados.....	43
2.2.1.1 Proyecto Ganadería Sostenible – Comfama.....	43
2.2.1.2 Proyecto Ganadería para el Futuro – Comfenalco Antioquia.....	45
2.2.1.3 Resultados en Gobernanza y Articulación Sectorial.	46
2.2.1.4 Reconocimientos para el Clúster Cárnico Bovino de Antioquia para el año 2025.....	47
2.3 Consolidación Clúster de Café.	49
2.3.1 Resultados.....	50
2.3.2 Cata de Café.....	53
2.4 Clúster de Cacao.	55
2.4.1 Foro de Cacao.....	57
2.4.2 Cata de Cacao.....	59
Análisis físico del cacao en grano.	60
2.5 Ruta de Formalización Minera.	66
2.5.1 Resultados.....	66
2.6 Economía Circular.....	70
2.6.1 Resultados.....	70
3 Servicios.....	74

3.1.	Clúster de Turismo de Naturaleza.....	74
3.1.1	Resultados.....	75
4	Educación.....	85
4.1	Capacitaciones	85
4.1.1	Resultados.....	85
5	Inclusión Social.....	94
5.1	Mujer Activa.	94
5.1.1	Resultados.....	95
5.2	Transforma-T para Crecer.....	98
5.2.1	Resultados	98
5.3	Alístate	102
5.3.1	Resultados.....	103
6	Desarrollo de la Economía Regional.	107
6.1.	Jornada de actualización de RUT.....	108
6.1.1.	Resultados.....	109
6.2.	FortaleSER.....	113
6.2.1.	Resultados.....	113
6.2.1.1.	Ciclo II.....	113
6.2.1.2.	Ciclo III.....	115
6.3.	Vende +.	117
6.3.1.	Resultados.....	118
6.4.	Consultorio Empresarial.....	123
6.4.1.	Resultados.....	123
6.5.	Consultorio de Comercio Exterior.	126
6.6.	Crece es Posible.....	129
6.6.1.	Resultados.....	130
6.7.	Entorno Joven.....	133
6.7.1.	Resultados.....	134
6.8.	Promoción comercial.....	138
6.8.1.	Resultados.....	139
6.9.	Cultura Cámara.....	145
6.9.1.	Resultados.....	145
6.10.	Octavo Concurso Emprende tu Futuro Más ideas Más Empresas.....	153
6.10.1.	Resultados.....	153
6.11.	Formulación de proyectos.	157
6.11.1.	Emprende Antioquia.....	157

6.1.2	Paisaje Cultural Ganadero.....	161
6.1.3	Ganadería para el futuro.....	163
6.1.4	Proyecto Conecta Turismo.....	164
6.1.5	Proyecto MiPyme 4.0.....	165
6.1.6	Proyecto Innovar para Crecer.....	167
6.12.	Dialogo Publico – Privado.....	168

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cifras de los servicios registrales.	16
Tabla 2. Resultados del censo empresarial y de informalidad aplicado en las tres subregiones.	17
Tabla 3. Programas vinculados al pilar de Industria.	25
Tabla 4. Resumen del cumplimiento de metas del programa Fábricas de Productividad y Sostenibilidad para el año 2025.	28
Tabla 5. Resumen del cumplimiento de metas del Programa Transformación Digital para el año 2025.	32
Tabla 6. Programas vinculados al pilar Agricultura y Agroindustria.	33
Tabla 7. Línea base y final por cada unidad productiva intervenida a través del programa Minicadenas Locales 2025.	35
Tabla 8. Cifras representativas generadas a través del programa Minicadenas Locales para el año 2025.	40
Tabla 9. Resumen del cumplimiento de metas del Programa Minicadenas Locales.	42
Tabla 10. Resumen del cumplimiento de las metas del Clúster Cárnico Bovino 2025.	49
Tabla 11. Participantes del Clúster de Café en el año 2025.	51
Tabla 12. Resultados de la Cata de Café.	53
Tabla 13. Resumen del cumplimiento de las metas del Clúster de Café.	55
Tabla 14. Resumen de eventos del Clúster de Cacao 2025.	56
Tabla 15. Aliados.	57
Tabla 16. Número de Asistentes por Municipio.	58
Tabla 17. Empresarios Participantes del Concurso “Aromas de Cacao”.	60
Tabla 18. Empresarios Ganadores de la Estrategia “Aromas de Cacao”.	63
Tabla 19. Resumen del cumplimiento de las metas del Clúster de Cacao.	66
Tabla 20. Resumen del cumplimiento de metas del Programa Ruta de Formalización Minera para el año 2025.	70
Tabla 21. Resumen del cumplimiento de metas del Programa Economía Circular para el año 2025.	73
Tabla 22. Programa vinculado al pilar de Servicios.	74
Tabla 23. Resumen de eventos del Clúster de Turismo en el año 2025.	76
Tabla 24. Aliados del Foro de Turismo Sostenible en el año 2025.	77
Tabla 25. Número de Asistentes por Municipio.	78
Tabla 26. Participación de las muestras comerciales por municipio.	81
Tabla 27. Resumen del cumplimiento de metas del Programa Clúster de Turismo de Naturaleza para el año 2025.	83
Tabla 28. Programa vinculado al pilar de Educación.	85
Tabla 29. Impacto por tema y municipio.	86
Tabla 30. Resumen del cumplimiento de metas del programa de capacitaciones.	93
Tabla 31. Programas vinculados al pilar de Inclusión Social.	94
Tabla 32. Resumen del cumplimiento de metas del Programa Mujer Activa.	97
Tabla 33. Resumen del cumplimiento de metas del Programa Transforma-T para Crecer.	102
Tabla 34. Resumen del cumplimiento de metas del Programa Alístate.	106
Tabla 35. Programas vinculados al pilar Desarrollo de la Economía Regional.	107
Tabla 36. Resumen cumplimiento de metas correspondiente a las Jornadas de Actualización del RUT.	112
Tabla 37. Resumen del cumplimiento de metas del FortaleSER.	117
Tabla 38. Resumen del cumplimiento de metas propuestas para el programa Vende Más.	122

Tabla 39. Resumen del cumplimiento de metas propuestas para el Consultorio Empresarial.....	126
Tabla 40. Resumen de las asesorías desarrolladas en el año 2025 a través del consultorio de comercio exterior.....	127
Tabla 41. Resumen del cumplimiento de metas programa consultorio de comercio exterior para el año 2025.	129
Tabla 42. Resumen del Programa Crecer es Posible.....	133
Tabla 43. Resumen del cumplimiento de metas del programa Entorno Joven.....	138
Tabla 44. Actividades, municipios, fechas y número de público impactado.	139
Tabla 45. Resumen del cumplimiento de metas del programa Promoción Comercial.....	145
Tabla 46. Actividades, municipios, y número de participantes impactados.....	147
Tabla 47. Resumen del cumplimiento de metas propuestas para el programa Cultura Cámara.....	152
Tabla 48. Resumen del cumplimiento de metas del Concurso Emprende Tu Futuro.....	157
Tabla 49. Inscritos Emprende Antioquia.....	158
Tabla 50. Resumen del cumplimiento de metas del Programa de Proyectos.....	168
Tabla 51. Fechas de los espacios desarrollados en el marco de los Diálogos Público- Privados para el año 2025.	169
Tabla 52. Cantidad de reuniones por cada instancia para el año 2025.....	170
Tabla 53. Resumen del cumplimiento de metas del Programa Dialogo Público Privado.	177

ÍNDICE DE GRAFICAS

Gráfica 1. Resultado de la variación de la línea base.....	27
Gráfica 2. Distribución de participación por componente.	30
Gráfica 3. Impactos generados sobre las unidades productivas del programa Minicadenas Locales 2025. ...	41
Gráfica 4. Distribución de las ganaderías por municipio.....	44
Gráfica 5. Distribución de las ganaderías por municipio.....	45
Gráfica 6. Distribución por municipio.	50
Gráfica 7. Marcas por municipio participantes del Clúster en el año 2025.....	52
Gráfica 8. Calificación de taza de las marcas participantes de la Cata de Café.	53
Gráfica 9. Cantidad de asistentes a las actividades del Clúster de Cacao para el año 2025.....	56
Gráfica 10. Distribución de Asistentes por Municipio.	59
Gráfica 11. Participantes por Municipio inscritos al concurso.....	61
Gráfica 12. Participantes por Municipio.....	62
Gráfica 13. Distribución de las 22 sociedades formalizadas.....	67
Gráfica 14. Actividades realizadas en el marco del programa de economía circular para el año 2025.....	70
Gráfica 15. Resultados técnicos del ensayo de tratamiento de lodos -Indicadores porcentuales.	71
Gráfica 16. Cantidad de asistentes a las actividades del Clúster de Turismo para el año 2025.....	76
Gráfica 17. Distribución de Asistentes por Municipio.	79
Gráfica 18. Ventas Generadas Durante el Evento.	80
Gráfica 19. Proporción de participación por trimestre.....	89
Gráfica 20. Cantidad de charlas y el número de asistentes por municipio.....	89
Gráfica 21. Distribución de participación por temas.	90
Gráfica 22. Distribución por municipio.....	96
Gráfica 23. Distribución de intervención por municipio.....	99
Gráfica 24. Variación financiera de las UP participantes.....	99
Gráfica 25. Principal registro utilizado por las UP para llevar las cuentas.	100
Gráfica 26. Distribución de beneficiarios por municipio.....	103
Gráfica 27. Resultados por componente.....	104
Gráfica 28. Comparativo diagnóstico de entrada vs. diagnóstico de salida en acceso a crédito.....	104
Gráfica 29. Resultados del tejido empresarial atendido por municipio.....	109
Gráfica 30. Impacto total del programa.	110
Gráfica 31. Distribución por municipio.....	113
Gráfica 32. Temáticas que fueron más útiles para las unidades productivas.....	114
Gráfica 33. Resultados operativos del programa.	116
Gráfica 34. Distribución de Empresarios Atendidos en el Programa Vende+.....	118
Gráfica 35. Comparativo de Indicadores Empresariales por Municipio.	119
Gráfica 36. Comparativo de la Rueda de Negocios: Puerto Berrío vs. Segovia.....	120
Gráfica 37. Porcentaje de asesorías representadas por municipio.....	123
Gráfica 38. Resultados de la atención según el género.....	124
Gráfica 39. Cantidad de empresas por sector que participaron de las asesorías a través del Consultorio de Comercio Exterior en el año 2025.	127
Gráfica 40. Resultado empresarios certificados.....	130
Gráfica 41. Distribución de asistencia por sesión.....	131

Gráfica 42. Distribución de avance por competencia.....	134
Gráfica 43. Participación y Deserción de Estudiantes.....	135
Gráfica 44. Distribución por género.....	136
Gráfica 45. Distribución por municipio.....	140
Gráfica 46. Distribución geográfica de participación.	140
Gráfica 47. Distribución por subregión.	141
Gráfica 48. Distribución de ventas por evento.	142
Gráfica 49. Distribución de beneficiarios por municipio.....	148
Gráfica 50. Distribución de beneficiarios por evento.	149
Gráfica 51. Empleos Generados.....	150
Gráfica 52. Resultado de la inscripción separado por municipio.	154
Gráfica 53. Participantes seleccionados para Pitch y su municipio de origen.....	154
Gráfica 54. Distribución de empresarios ganadores por municipio.....	155
Gráfica 55. Distribución de las personas intervenidas por empresa.	158
Gráfica 56. Distribución de empresarios intervenidos en el marco del proyecto Paisaje Cultural Ganadero.	162
Gráfica 57. Distribución por Municipio Ganadería para el Futuro	164
Gráfica 58. Dispersión por municipio proyecto Conecta Turismo.....	165
Gráfica 59. Dispersión por municipio proyecto MiPyme 4.0	166
Gráfica 60. Dispersión por municipio proyecto Innovar para crecer.	167
Gráfica 61. Cantidad de reuniones por cada instancia para el año 2025.	171

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Diagrama del Plan Anual de Trabajo CCMMNA 2025.	14
Ilustración 2. Cifras consolidadas de empresarios de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño para el año 2025.	15
Ilustración 3. Cifras consolidadas del incremento de los seguidores en las principales redes que maneja la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño entre los años 2021- 2025.....	22
Ilustración 4. Evidencia del Proceso de intervención del programa Fabricas de Productividad y Sostenibilidad.	28
Ilustración 5. Evidencias del acompañamiento brindado en el programa Transformación Digital.	31
Ilustración 6. Acciones en el marco del Programa Minicadenas Locales.....	42
Ilustración 7. Actividades desarrolladas en el marco del Clúster Cárnico Bovino de Antioquia.....	47
Ilustración 8. Actividades desarrolladas en el marco del Clúster de Café.	54
Ilustración 9. Resultados sensoriales Cacaomante.....	63
Ilustración 10. Resultados sensoriales Cacao Betulia.....	64
Ilustración 11. Resultados sensoriales Cantero Cacao.....	64
Ilustración 12. Actividades desarrolladas en el marco del Clúster de Cacao.	65
Ilustración 13. Actividades desarrolladas en el marco de la Ruta de Formalización Minera para el año 2025.	68
Ilustración 14. Evidencias de las actividades del programa Economía Circular en el año 2025.....	72
Ilustración 15. Evidencias de las actividades del programa Clúster de Turismo de Naturaleza en el año 2025.	83
Ilustración 16. Evidencias de las capacitaciones.	92
Ilustración 17. Evidencias Programa Mujer Activa.....	97
Ilustración 18. Evidencias de las actividades realizadas de Transforma-T para Crecer.....	101
Ilustración 19. Evidencias de las asesorías especializadas del programa Alístate.	105
Ilustración 20. Evidencia de las jornadas de tramitación y actualización del RUT.....	111
Ilustración 21. Evidencias de las actividades realizadas en el programa FortaleSER.	116
Ilustración 22. Evidencia del proceso de acompañamiento a través del programa Vende Más.....	121
Ilustración 23. Asesorías al ecosistema empresarial de la CCMMNA a través del Consultorio Empresarial.....	125
Ilustración 24. Asesorías en el marco del Consultorio de Comercio Exterior CCMMNA en el año 2024.....	128
Ilustración 25. Evidencias de las acciones del programa Crecer es Posible.	131
Ilustración 26. Evidencias de las sesiones programa Entrono Joven en el año 2025.	137
Ilustración 27. Evidencias de los eventos realizados en el marco del programa de Promoción Comercial durante el año 2025.	144
Ilustración 28. Desarrollo de las actividades realizadas en el programa Cultura Cámara 2025.	151
Ilustración 29. Evidencias del concurso Emprende Tu Futuro.....	156
Ilustración 30. Evidencias del proyecto Emprende Antioquia.....	160
Ilustración 31. Registro fotográfico Paisaje Cultural Ganadero.	162
Ilustración 32. Evidencias del programa Diálogos Público Privados.	172

INTRODUCCIÓN

El presente informe de gestión correspondiente al año 2025 presenta una revisión integral de los programas ejecutados por la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, en coherencia con las dinámicas socioeconómicas de las subregiones del Magdalena Medio, Nordeste y Bajo Cauca Antioqueño, territorios estratégicos para el desarrollo del departamento. Estas subregiones, que cuentan con diversas vocaciones productivas y ventajas competitivas, las cuales registraron comportamientos particulares durante la vigencia, determinados por la interacción de factores internos y externos a los territorios.

Durante el año 2025, las tres subregiones de influencia de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño **Magdalena Medio, Nordeste y Bajo Cauca Antioqueño** estuvieron marcadas por dinámicas nacionales que incidieron directamente en la actividad productiva, la estabilidad económica y los retos territoriales. A continuación, se presentan los principales comportamientos sectoriales verificados y su relación con la evolución de cada territorio.

Durante 2025, el Magdalena Medio enfrentó los efectos de la desaceleración nacional del sector de hidrocarburos, una actividad históricamente estructural para la subregión. A nivel país, el PIB del sector de hidrocarburos registró una caída del 3,1%, mientras que las actividades de extracción de petróleo y gas disminuyeron 4,3%. Asimismo, la producción fiscalizada de petróleo promedió 746.600 barriles diarios entre enero y octubre, lo que representó una reducción del 3,8% frente al mismo periodo en 2024. (Hoydiariomagdalena, 2025; el tiempo, 2025).

Aunque no existen cifras oficiales desagregadas para la subregión, esta dinámica nacional impactó el ritmo de operación y la demanda de la producción, servicios complementarios y el empleo en el Magdalena Medio. En este contexto, la Cámara de Comercio desempeñó un rol estratégico, liderando iniciativas para diversificar el tejido empresarial, fortalecer la competitividad y promover nuevos sectores como el turismo y la agroindustria.

Por otra parte, la ganadería cárnica bovina tuvo las siguientes cifras: 400.056 animales en 2.736 fincas. Estas cifras disminuyeron con respecto al año 2024 en un -3,52% para la cantidad de animales y el -3,36% con respecto a la cantidad de predios.

Otro dato relevante es la expansión del turismo nacional especialmente impulsada por el aumento del 3,8% en el ingreso de extranjeros no residentes y los US\$11.000 millones en divisas generadas en 2025 abrió oportunidades para potenciar rutas ecoturísticas, productos de naturaleza y experiencias culturales en la región. (infobae, 2026; agenciapi, 2026).

El trabajo articulado entre empresarios, instituciones y la Cámara contribuyó a posicionar el territorio como un espacio en transición hacia un modelo productivo más diversificado, resiliente y capaz de responder a los retos derivados de la coyuntura del sector petrolero.

El Nordeste Antioqueño mantuvo en 2025 su liderazgo como territorio de tradición minera, en un año especialmente favorable para el oro a nivel nacional. Colombia registró un **aumento del 36,8% en las exportaciones de oro** frente a 2024, impulsado por la demanda internacional y el incremento del precio del metal. Además, en diciembre de 2025 las ventas externas de oro alcanzaron **US\$718 millones**, lo que representó un crecimiento del **90,1%** respecto al mismo mes del año anterior. (lasillavacia, 2025: el tiempo, 2025)

Este comportamiento fortaleció la cadena económica del oro en el Nordeste, generando mayor dinamismo en actividades de beneficio, comercialización y servicios conexos. Sin embargo, también incrementó la presión sobre el territorio en términos ambientales, sociales y de formalización.

Frente a estos retos, la Cámara de Comercio lideró acciones orientadas a promover una minería más responsable, apoyar procesos de formalización empresarial, y fomentar la diversificación productiva mediante la promoción de cadenas agro-productivas y emprendimientos locales. La Cámara impulsó espacios de formación, acompañamiento técnico y articulación institucional, buscando equilibrar el crecimiento económico con el desarrollo sostenible del territorio.

Asimismo, el aumento del turismo internacional con 4.677.267 visitantes extranjeros en 2025 generó oportunidades emergentes para el turismo cultural y patrimonial asociado a la historia minera y férrea, y al turismo recreativo alrededor de los espacios hídricos del territorio abriendo la puerta a nuevas iniciativas de desarrollo turístico comunitario.

En 2025, el Bajo Cauca continuó enfrentando un entorno complejo marcado por la minería informal y desafíos de orden público. No obstante, la evolución positiva

del sector agropecuario nacional, que registró un crecimiento del **5,4%** en diciembre impulsado por productos como café (+14,4%) y bananas (+31,5%), abrió una ventana de oportunidad para fortalecer los sistemas productivos locales. (eltiempo, 2025).

La región consolidó avances en actividades como cacao, arroz, ganadería, apicultura y otras prácticas agroforestales, que representan alternativas económicas sostenibles y claves para mejorar la seguridad alimentaria y las condiciones de vida de las comunidades rurales. El impulso del turismo — respaldado por los 6,49 millones de visitantes no residentes que ingresaron al país durante 2025— también fortaleció la proyección de iniciativas comunitarias, etnoculturales y de naturaleza. (semana, 2025)

La Cámara de Comercio desempeñó un papel fundamental en el acompañamiento a productores y emprendedores, promoviendo programas de formación empresarial, rutas de comercialización, formalización y encadenamientos productivos. Asimismo, fomentó proyectos de turismo sostenible y de fortalecimiento del tejido social, contribuyendo a la transición del territorio hacia actividades más estables, organizadas y generadoras de bienestar colectivo.

Es así como en coherencia con las dinámicas territoriales descritas para el Magdalena Medio, el Nordeste y el Bajo Cauca Antioqueño y reconociendo los retos y avances que marcaron el comportamiento económico de la región durante el 2025, el presente informe de gestión consolida los resultados alcanzados en la ejecución de programas, proyectos y servicios, así como en el fortalecimiento institucional, los cuales fueron determinantes para acompañar a las empresas de la jurisdicción en su crecimiento rentable y sostenible, sin distinción de tamaño o etapa de desarrollo. En este sentido, la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño reafirmó su compromiso de avanzar de manera continua en el cumplimiento de los objetivos estratégicos definidos por la entidad.

GESTIÓN MISIONAL

La Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, en su rol como entidad articuladora del desarrollo empresarial y promotora de la competitividad regional, asumió el compromiso de diseñar e implementar un plan estratégico que respondiera de manera integral a las necesidades de los distintos sectores económicos de los municipios de su jurisdicción.

En este marco, el Plan Estratégico 2023–2026 se concibió como una hoja de ruta orientada a generar transformaciones estructurales que contribuyeran al fortalecimiento del tejido empresarial y al impulso de la competitividad y la sostenibilidad en el territorio.

Dicho plan se estructuró a partir de cinco (5) objetivos estratégicos, enfocados en la creación de condiciones habilitantes para el desarrollo empresarial, el cierre de brechas productivas y la consolidación de un entorno favorable que permitiera a las empresas adaptarse y crecer en un contexto económico dinámico y globalizado.

Estos objetivos se materializaron mediante acciones orientadas a la promoción del desarrollo empresarial y productivo sostenible, la formulación y ejecución de proyectos estratégicos de alto impacto, la gestión eficiente y transparente de los recursos, el fortalecimiento de la relación con los grupos de interés y la optimización continua de los servicios registrales.

A lo largo de este periodo, la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño consolidó una estrategia institucional orientada a fortalecer de manera sostenida el tejido empresarial del territorio, reconociendo el papel determinante de las empresas como generadoras de empleo, desarrollo económico y cohesión social.

Desde una gestión técnica, articulada y cercana al empresario, la entidad asumió su rol como actor clave en la dinamización de la economía regional, promoviendo condiciones que favorecieron la formalización, la competitividad y la sostenibilidad empresarial, y contribuyendo de manera estructural al desarrollo económico y social de un territorio con alto potencial productivo.

INFORME DE GESTIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DEL MAGDALENA MEDIO Y NORDESTE ANTIOQUEÑO PARA EL AÑO 2025

En cumplimiento de lo establecido en el Artículo 46 de la Ley 222 de 1995, la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño (CCMMNA) presentó a consideración de la Junta Directiva el Informe de Gestión correspondiente a la vigencia 2025.

Este informe consolida de manera integral los avances y resultados asociados a los objetivos estratégicos de la entidad, orientados al desarrollo sostenible, el fortalecimiento de la competitividad regional y el impacto directo en el desarrollo empresarial dentro de la jurisdicción.

Durante el año 2025, la Cámara afrontó retos relevantes que exigieron un alto nivel de compromiso institucional para contribuir al desarrollo económico local y regional, acompañando los procesos de recuperación, fortalecimiento y consolidación del tejido empresarial en los dieciocho (18) municipios que conforman las subregiones del Magdalena Medio, Nordeste y Bajo Cauca Antioqueño.

Con el propósito de atender estos desafíos, la entidad implementó un Portafolio de Servicios estratégico, soportado en planes, programas, proyectos y eventos orientados a brindar acompañamiento integral a empresarios y comerciantes, facilitando la recuperación, el fortalecimiento y la proyección de sus unidades productivas.

Dicho portafolio fue el resultado de un proceso sistemático de escucha activa e inmersión territorial, mediante el cual se identificaron las principales necesidades, requerimientos y brechas que enfrenta la comunidad empresarial y emprendedora de la región. Estos insumos han sido determinantes para la formulación de los planes estratégicos de la Cámara a lo largo de los años.

En coherencia con este enfoque, la Cámara estructuró un portafolio empresarial alineado con su misión de administrar los registros públicos y, de manera complementaria, promover la productividad y competitividad regional en los ámbitos local, departamental, nacional e internacional.

Asimismo, la gestión institucional se desarrolló siguiendo la hoja de ruta definida por el Gobierno Nacional a través de la política de reindustrialización, los cuales

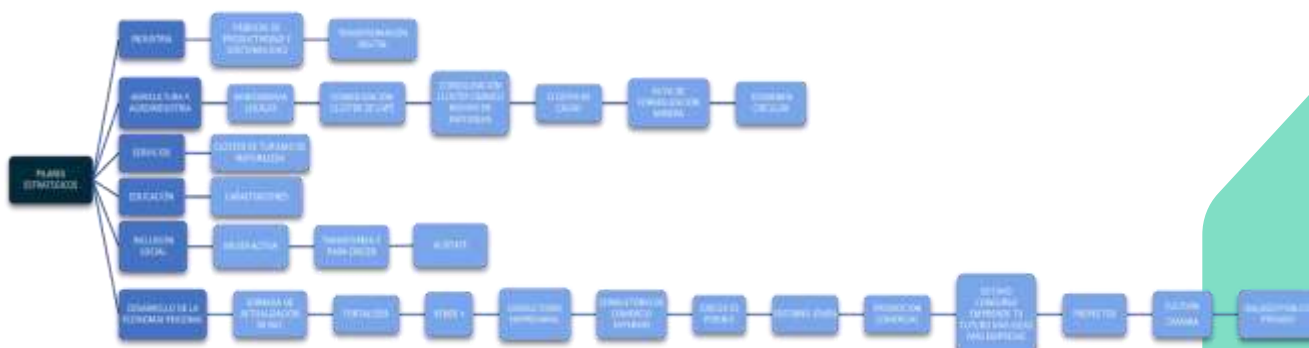
orientaron la planeación y ejecución de las acciones de la entidad. Partiendo de esto la entidad continuó adaptando su Plan de Acción bajo el esquema de los seis (6) pilares estratégicos a continuación:

- a. Industria
- b. Agropecuario y Agroindustria
- c. Servicios
- d. Educación
- e. Inclusión Social
- f. Desarrollo de la Economía Regional

El Plan Anual de Trabajo 2025 se estructuró a partir de veinticinco (25) programas estratégicos, diseñados para generar un impacto directo y sostenido en el tejido empresarial, consolidando progresivamente el propósito institucional de posicionar a la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño como una entidad promotora de la competitividad y el desarrollo económico de las subregiones bajo su jurisdicción.

A continuación, en la ilustración 1 se presenta el diagrama que ilustra los pilares estratégicos y la distribución de los programas que conformaron el Plan Anual de Trabajo 2025.

Ilustración 1. Diagrama del Plan Anual de Trabajo CCMMNA 2025.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Por otro lado, el tejido empresarial de la jurisdicción estuvo compuesto mayoritariamente por microempresas, las cuales representaron el 95,7 % del total, seguidas por las pequeñas empresas con una participación del 3,5 %, y, en menor

proporción, por las medianas y grandes empresas, que en conjunto correspondieron al 0,8 %. A continuación, en la ilustración 2 se presenta la estructura empresarial con la que cerramos el año 2025.

Ilustración 2. Cifras consolidadas de empresarios de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño para el año 2025.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025

En las tres (3) subregiones jurisdicción de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño hubo crecimiento con respecto al año 2024, donde en el Magdalena Medio se tiene el 6,59%, en el Nordeste Antioqueño el 9,40% y en el Bajo cauca el 11,16%, teniendo un crecimiento promedio para la jurisdicción de la Cámara de Comercio del 8,78%.

GESTIÓN DE REGISTROS PÚBLICOS

Durante el año 2025, se llevaron a cabo diversas estrategias en el área de registros públicos con el fin de mejorar la calidad del servicio y hacer más accesibles y prácticos los trámites registrales, así como otros servicios de interés para los usuarios. Entre las principales acciones realizadas se incluyen la constante actualización de la página web, censo empresarial, estrategia cámara móvil, atención especializada y utilización de nuevas tecnologías.

Estas iniciativas estuvieron orientadas a optimizar tanto la visualización y funcionalidad de los servicios, mejorando la experiencia para los usuarios y

colaboradores. El objetivo fue garantizar un proceso más claro, ágil y eficiente en la gestión de los trámites registrales., permitiendo avanzar con los siguientes registros:

- Registro Mercantil (personas naturales y jurídicas).
- Registro Mercantil (establecimientos de comercio).
- Registro Único de Proponentes.
- Registro de Entidades sin Ánimo de Lucro.

A continuación, se presentan los resultados de la gestión del área Jurídica y de Registro correspondientes al año 2025, junto con el análisis comparativo frente a la vigencia 2024, lo cual permite evaluar la evolución del desempeño institucional y el comportamiento de los servicios prestados.

Tabla 1. Cifras de los servicios registrales.

CONCEPTO	2024	2025
Registro Mercantil		
Personas naturales y jurídicas		
Matriculas	2.166	2.221
Cancelaciones	1.354	1.328
Renovaciones	8.510	9.405
Establecimientos de comercio		
Matriculas	1.828	1.844
Cancelaciones	1.171	1.225
Registro Único de Proponentes		
Inscripciones	76	54
Renovaciones	62	73
Actualizaciones	21	13
Cesación de efectos	1	53
Entidades sin ánimo de lucro		
Constituciones	86	93
Renovaciones	617	659
Cancelaciones	3	1

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Nota: La presente información ha sido elaborada por el área jurídica y de registro de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, con corte al 31 de diciembre de 2025.

Las cifras presentadas forman parte de una estrategia interna de la organización, basada en el principio de mejora continua y un enfoque estratégico de formalidad empresarial para el territorio. Por consiguiente, se detalla las acciones que se realizaron durante el año 2025.

Actualización de la página web: Nuestra entidad se mantuvo en constante actualización; por ello, la página web corporativa, en coordinación entre las áreas de comunicaciones y sistemas, implementó diversos mecanismos con el fin de mejorar la experiencia de servicio tanto de los clientes externos como internos. Estas actualizaciones permitieron optimizar los trámites para los empresarios, promoviendo la renovación virtual y facilitando, a través de pasos sencillos, el acceso a los servicios ofrecidos por nuestra Cámara. Asimismo, se buscó simplificar los trámites en línea y los procesos generales de convocatoria.

Censo Empresarial: Se llevó a cabo esta estrategia, la cual permitió identificar el nivel de informalidad en los municipios donde se tiene presencia. El objetivo del censo fue fomentar la formalización empresarial y promover entre los empresarios el conocimiento de los beneficios —de carácter normativo, financiero y de acceso a servicios— a los cuales pueden acceder al momento de formalizarse, en el marco de la legalidad.

Durante la ejecución del censo 2025, se lograron identificar trescientos veinte (320) empresarios en situación de informalidad, un dato relevante que estableció una meta ambiciosa para la entidad, con el propósito de incentivarlos y fomentar su transición hacia la formalidad empresarial. A continuación, se presentaron los resultados generados del censo por subregión.

Tabla 2. Resultados del censo empresarial y de informalidad aplicado en las tres subregiones.

SUBREGIÓN	MUNICIPIOS	INFORMALES
Magdalena Medio	6	93
Nordeste	9	206
Bajo Cauca	3	21

Totales	18	320
---------	----	-----

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Cámara Móvil: Durante los primeros tres (3) meses del año, se realizaron visitas a los diferentes municipios de la jurisdicción donde la entidad no contaba con oficina. Allí, los asesores especializados en registro facilitaron los servicios registrales, fomentando principalmente la renovación de la matrícula mercantil entre comerciantes y empresarios.

Cámara Móvil se consolidó como una estrategia fundamental y ampliamente reconocida por los empresarios, posicionándose año tras año como uno de los servicios más destacados. Asimismo, representó una facilidad para realizar otros trámites registrales y empresariales de manera oportuna y cercana, evitando largos desplazamientos y fortaleciendo la presencia institucional en el territorio.

Atención Especializada: Para el año 2025, se mejoró la experiencia de atención mediante la implementación de la herramienta WhatsApp Business certificado, la cual se vinculó a una plataforma que, a través de un chatbot, permitió canalizar los diferentes tipos de trámites según las necesidades del usuario. Esta implementación facilitó una atención más profesional y cercana entre los usuarios y los asesores.

De igual manera, se consolidó el servicio al cliente a través de las líneas telefónicas, permitiendo gestionar los trámites de registro de manera eficiente, ágil y de fácil acceso para todos los usuarios.

Nuevas Tecnologías: Durante el año 2025, la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño fortaleció su proceso de modernización institucional mediante la implementación de la firma electrónica a través de dispositivos tipo tablet y la adopción de un nuevo gestor documental, como parte integral de su estrategia de transformación digital y eficiencia operativa.

La incorporación del gestor documental permitió garantizar un almacenamiento seguro, organizado y estandarizado de los archivos institucionales, mejorando significativamente el control, la trazabilidad y la disponibilidad de la información. Esta herramienta facilitó la administración documental no solo en el área Jurídica y de Registro, sino en todas las áreas de la organización, promoviendo una gestión transversal, ordenada y alineada con los lineamientos de archivo y gobierno de la información.

Para los usuarios internos, el nuevo sistema optimizó los tiempos de consulta, redujo reprocesos y fortaleció la articulación entre dependencias, permitiendo una gestión más eficiente y oportuna de los documentos. Para los usuarios externos, esta implementación se tradujo en una mayor agilidad en la consulta de expedientes y en la gestión de trámites, así como en una mejora significativa en los tiempos de respuesta y en la confiabilidad del manejo de la información, en coherencia con los estándares adoptados por las cámaras de comercio referentes a nivel nacional.

Estas acciones, articuladas con la estrategia institucional de “Cero Papel”, contribuyeron a la reducción del uso de documentos físicos, a la optimización de recursos administrativos y al fortalecimiento de una cultura organizacional orientada a la innovación, la sostenibilidad y la mejora continua. Con ello, la Cámara reafirmó su compromiso de ofrecer servicios más eficientes, seguros y centrados en el usuario, consolidándose como una entidad a la vanguardia tecnológica en la región.

GESTIÓN DE COMUNICACIONES

Durante el año 2025, el equipo de Comunicaciones de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño asumió un propósito claro: elevar la voz de la región, consolidar una narrativa que fortaleciera la confianza del empresariado y posicionar a nuestra Cámara como un referente de desarrollo, articulación y liderazgo en las subregiones del Magdalena Medio, Nordeste y Bajo Cauca.

Este fue un año de transformación, innovación y presencia efectiva en el territorio. A continuación se presentan las principales acciones que marcaron nuestra gestión:

a. Fortalecimos la identidad institucional y la narrativa regional.

En 2025 consolidamos un estilo comunicacional coherente, emocionalmente poderoso y centrado en el progreso empresarial. Actualizamos los lineamientos de marca, unificamos tonos y mensajes y construimos una narrativa basada en tres (3) pilares:

Confianza – Territorio – Productividad.

Creamos piezas institucionales estratégicas que reforzaron nuestra presencia en las tres (3) subregiones jurisdicción, impulsando el reconocimiento de la Cámara como aliado permanente del tejido empresarial.

b. Lanzamos campañas de alto impacto para dinamizar la actividad empresarial

Desarrollamos y ejecutamos campañas que lograron una notable recordación regional, entre ellas:

- Campañas de renovación de matrícula

Con un enfoque emocional y práctico, logramos conectar con comerciantes y empresarios mediante mensajes de confianza, acompañamiento y responsabilidad empresarial.

Esta campaña reforzó la credibilidad y motivaron una participación más activa del sector productivo.

c. Comunicamos con transparencia y oportunidad la gestión institucional.

A través de boletines, piezas multimedia, comunicados y contenidos especializados, difundimos los logros de:

- Programas de desarrollo empresarial
- Transformación digital
- Formalización minera
- Proveeduría local
- Promoción comercial
- Emprendimiento y fortalecimiento empresarial
- Clústeres estratégicos (cárnico bovino, café, cacao, turismo)
- Entre otros.

Cada acción fue comunicada con rigurosidad, claridad y sentido de propósito, garantizando que la comunidad empresarial tuviera acceso directo a la información y a las oportunidades ofrecidas por la Cámara.

d. Expandimos y profesionalizamos nuestra presencia digital.

En 2025 dimos un salto cualitativo en el ecosistema digital:

- Incrementamos el alcance orgánico y la interacción en redes sociales.
- Desarrollamos contenidos educativos, testimoniales y promocionales de alto valor.
- Modernizamos la presencia en plataformas digitales, integrando mensajes más humanos, cercanos y dinámicos.
- Amplificamos el impacto de eventos, ferias y capacitaciones mediante transmisiones, coberturas y microcontenidos que nos permitieron llegar a nuevos públicos.

Esto no solo fortaleció la reputación institucional, sino que permitió acercar la Cámara a municipios remotos donde la comunicación digital es el principal puente con la información empresarial.

e. Estuvimos en el territorio, cerca de la gente y del empresariado.

La comunicación territorial fue protagonista en 2025. Estuvimos presentes:

- En eventos empresariales y ferias regionales
- En espacios institucionales con alcaldías, gobernación, gremios y aliados
- En activaciones comerciales y jornadas educativas

Contamos las historias de empresarios rurales, jóvenes emprendedores, mujeres líderes, asociaciones productivas y proyectos innovadores que están impulsando la transformación de nuestras subregiones.

Nuestra presencia activa permitió que la Cámara comunicara no desde el escritorio, sino desde la realidad, el territorio y la voz de quienes construyen desarrollo.

f. Generamos contenido estratégico para apoyar toma de decisiones

Produjimos informes, boletines, cápsulas informativas, notas técnicas, reportes sectoriales y acompañamos la difusión de estudios realizados por áreas misionales, fortaleciendo la visibilidad y apropiación de datos claves en:

- Informe económico
- Resultados de los eventos de promoción comercial
- Informes de gestión

El área de comunicaciones se consolidó como soporte informativo para la gestión institucional y para la comunidad empresarial que necesita datos confiables para avanzar.

g. Posicionamos la voz de la Cámara en medios de comunicación

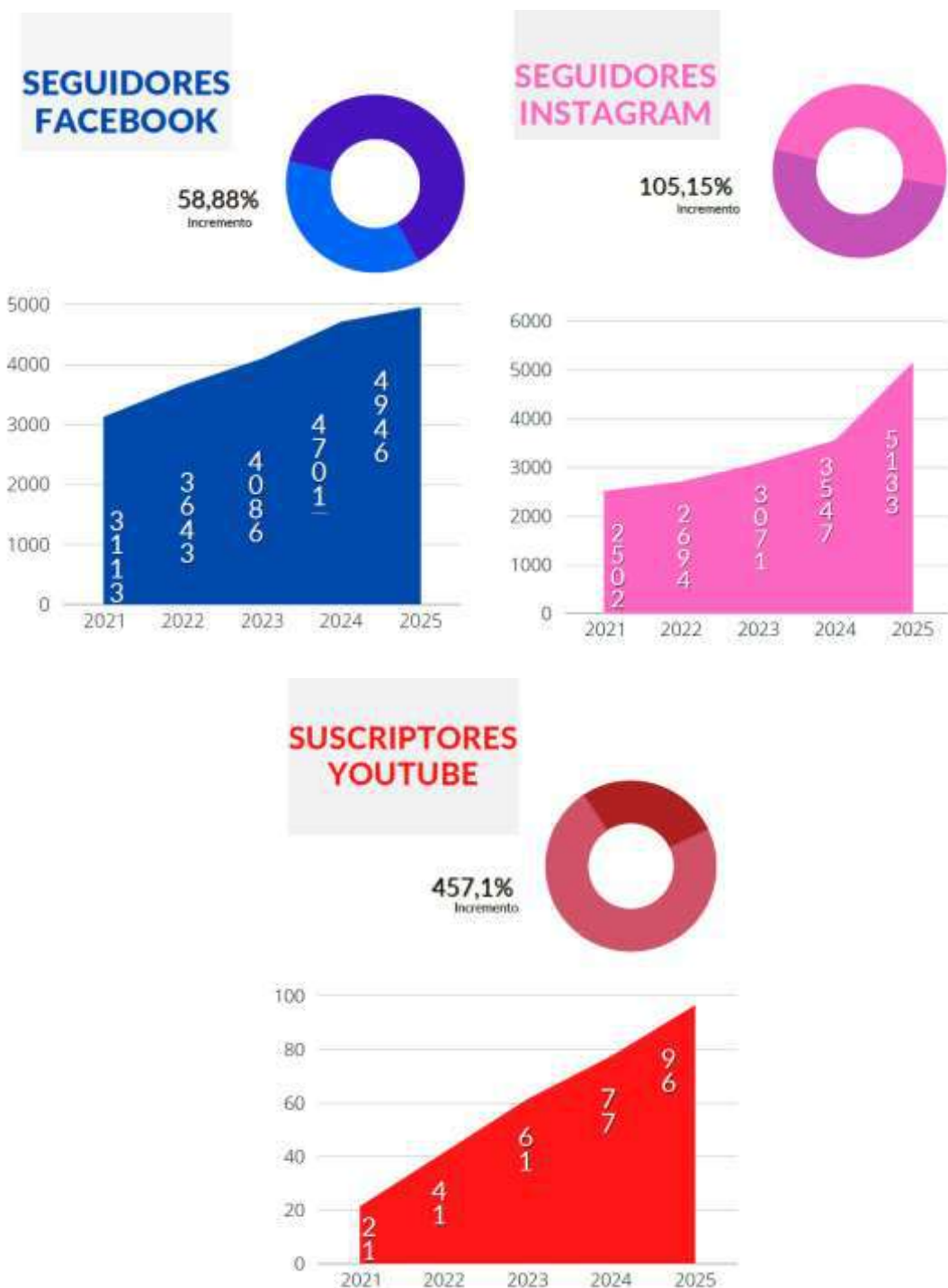
Logramos un relacionamiento más estrecho con medios regionales y departamentales, generando presencia estratégica en:

- Noticias
- Entrevistas
- Reportes económicos y sociales
- Promoción comercial y de programas

Esta gestión fortaleció la percepción pública de la Cámara como institución técnica, confiable y necesaria en el desarrollo territorial.

Es así como en la ilustración 3 encontramos las cifras consolidadas del incremento de los seguidores en las principales redes que maneja la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño entre los años 2021- 2025.

Ilustración 3. Cifras consolidadas del incremento de los seguidores en las principales redes que maneja la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño entre los años 2021- 2025.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Los resultados presentados en la ilustración son alentadores, debido al incremento de seguidores entre los años 2021 a 2025. En el caso de Facebook tenemos un incremento del 58,88%, en Instagram 105,15% y en Youtube del

457,10%. Esto demuestra que estamos llegando poco a poco de manera diferencial a nuestro público objetivo, nuestros empresarios y emprendedores de los dieciocho (18) municipios jurisdicción de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

ACCIONES DESARROLLO EMPRESARIAL

Desde el área de Desarrollo Empresarial de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, durante el año 2025 se ejecutaron diversas acciones orientadas al fortalecimiento del tejido empresarial en los municipios de la jurisdicción. Estas iniciativas se desarrollaron en coherencia con el Plan Anual de Trabajo y en articulación con los pilares estratégicos definidos para la reindustrialización del país, permitiendo impactar de manera directa a empresarios y unidades productivas de las subregiones del Magdalena Medio, Nordeste y Bajo Cauca Antioqueño.

En este marco, se implementaron programas enfocados en el aumento de la productividad, la sostenibilidad empresarial y la adopción de herramientas estratégicas y digitales, contribuyendo al cierre de brechas competitivas y al fortalecimiento de las capacidades empresariales en el territorio.

A continuación, se presentan los programas ejecutados en el marco de los distintos pilares estratégicos durante la vigencia 2025, los cuales evidencian la gestión realizada, las acciones estratégicas implementadas y los resultados alcanzados en cumplimiento de los objetivos institucionales.

1 Industria

El pilar de Industria estuvo orientado a promover la modernización empresarial mediante la incorporación de prácticas productivas eficientes, el fortalecimiento de procesos internos y la adopción de herramientas estratégicas que permitieran mejorar la competitividad de las empresas participantes. A través de este pilar, se ejecutaron programas dirigidos a incrementar la productividad, optimizar la gestión comercial y fortalecer la sostenibilidad empresarial, generando impactos concretos en las unidades productivas intervenidas.

En este sentido, se presenta el esquema para los programas asociados con el pilar de Industria.

Tabla 3. Programas vinculados al pilar de Industria.

DESCRIPCIÓN NOMBRES DE LOS PROGRAMAS	UNIDAD DE MEDIDA	POLÍTICA PÚBLICA	PRODUCTO
Fábricas de Productividad y Sostenibilidad	Programa Ejecutado	Reindustrialización	Industria

Transformación Digital	Programa Ejecutado	Reindustrialización	
------------------------	--------------------	---------------------	--

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

1.1 Fábricas de Productividad y Sostenibilidad

Durante el periodo 2025, la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño ejecutó el ciclo seis (6) del programa Fábricas de Productividad y Sostenibilidad, mediante el cual se brindó asistencia técnica especializada a una (1) empresa de la región, con el propósito de fortalecer su proceso comercial y avanzar hacia un modelo empresarial más sostenible y competitivo.

El programa se fundamentó en la identificación de oportunidades de mejora a partir de nueve (9) líneas de servicio que lo componen:

- Desarrollo y sofisticación de producto
- Eficiencia energética
- Gestión comercial
- Gestión de calidad
- Logística
- Productividad laboral
- Productividad operacional
- Sostenibilidad ambiental
- Transformación digital

1.1.1 Resultados

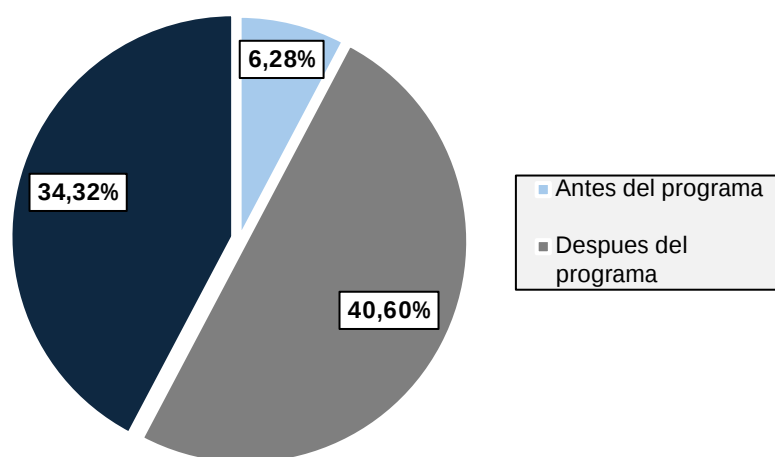
La intervención se desarrolló hacia una (1) empresa del municipio de Amalfi, en el Nordeste Antioqueño, a partir de una hoja de ruta estructurada desde el diagnóstico inicial. Este proceso permitió identificar y priorizar la línea de servicio de Gestión Comercial, a partir de la cual se definieron los segmentos de mercado estratégicos y los canales más adecuados para la comercialización de sus servicios, en coherencia con las características, capacidades y proyección de la empresa.

Como resultado del acompañamiento, se estructuró un modelo de atención al cliente basado en un proceso de visita

comercial estandarizado, que incluyó herramientas como listas de chequeo, saludo corporativo, identificación de necesidades, manejo de objeciones y propuestas de cierre de ventas. Adicionalmente, se fortaleció el modelo de prospección comercial mediante la definición de focos estratégicos, listas finitas de clientes, la construcción del embudo de ventas, así como la planificación y ejecución de un cronograma comercial.

A continuación, se presentan cifras que reflejan los resultados obtenidos en el marco de la intervención. Estos procesos evidenciaron el aporte del programa al fortalecimiento de las capacidades comerciales de la empresa intervenida, contribuyendo a una gestión más estructurada, estratégica y orientada al logro de resultados.

Gráfica 1. Resultado de la variación de la línea base.

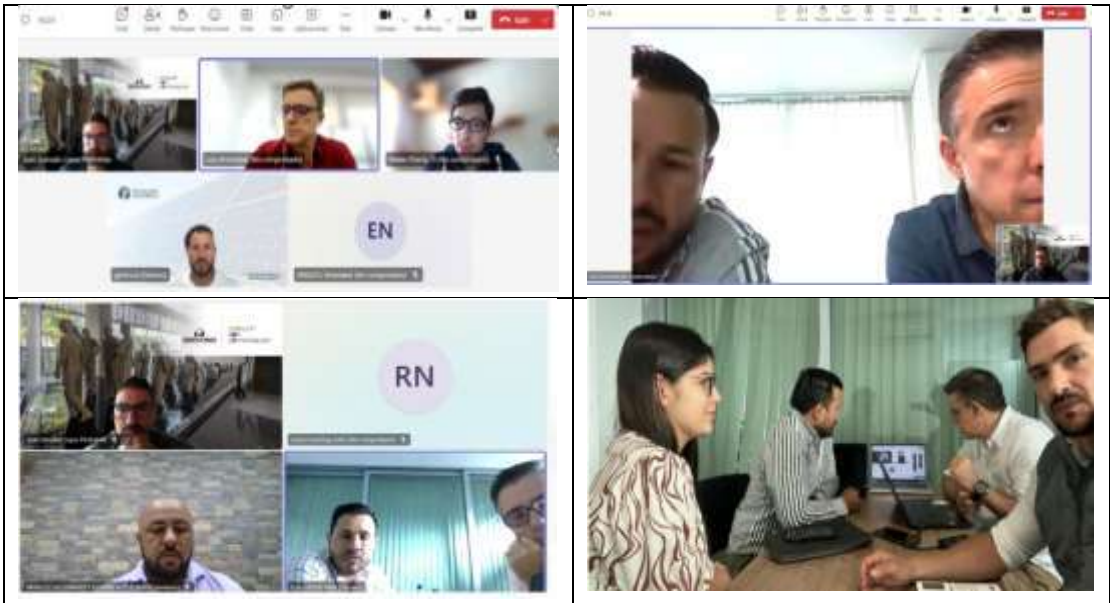


Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia – Cámara de comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

El gráfico presenta una variación frente a la línea base del 34.32% en la Gestión Comercial, esto concentrado en la consecución de clientes nuevos en las dos líneas de servicio ofrecidas por la empresa.

Por otra parte, en la ilustración 4 se muestra la evidencia del proceso de acompañamiento a través del programa Fábricas de Productividad ciclo seis (6) durante el año 2025.

Ilustración 4. Evidencia del Proceso de intervención del programa Fabricas de Productividad y Sostenibilidad.



Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia – Cámara de comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En relación con el cumplimiento del programa, la tabla 4 evidencia el desarrolló satisfactoriamente durante el año 2025.

Tabla 4. Resumen del cumplimiento de metas del programa Fábricas de Productividad y Sostenibilidad para el año 2025.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje
			Cumplimiento de Meta
Programa Fábricas de Productividad	1	1	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

1.2 Transformación Digital

Durante el año 2025, el programa Transformación Digital se ejecutó con el propósito de fortalecer las capacidades digitales de los empresarios de la región, facilitando la apropiación de herramientas prácticas para mejorar la visibilidad de sus marcas, optimizar sus estrategias comerciales y fortalecer su presencia en entornos digitales, de acuerdo con las condiciones y recursos disponibles en cada territorio.

1.2.1 Resultados

El programa se estructuró a partir de cuatro (4) estrategias complementarias, orientadas a distintos niveles de madurez digital de los empresarios, permitiendo una intervención integral y segmentada según las necesidades de los participantes.

La primera estrategia correspondió al **Taller de Creación de Contenido para Redes Sociales**, desarrollado en el municipio de Puerto Berrío los días 20 y 21 de febrero de 2025. Esta actividad se dirigió a tres (3) categorías de empresarios: nivel básico, intermedio y avanzado, con la participación de treinta y ocho (38), treinta y nueve (39) y treinta y cinco (35) empresarios respectivamente para cada taller, para un total de participación de ciento doce (112) empresarios en total.

La segunda estrategia fue el **Taller de Fotografía para Empresarios**, concebido como un espacio práctico enfocado en la apropiación de conocimientos básicos de fotografía aplicada al negocio, priorizando el uso de herramientas accesibles y de fácil implementación. Este taller se realizó en los municipios de Puerto Berrío, El Bagre y Segovia, con la participación de treinta y uno (31), cuatro (4) y dieciocho (18) empresarios respectivamente, para un total de cincuenta y tres (53) participantes.

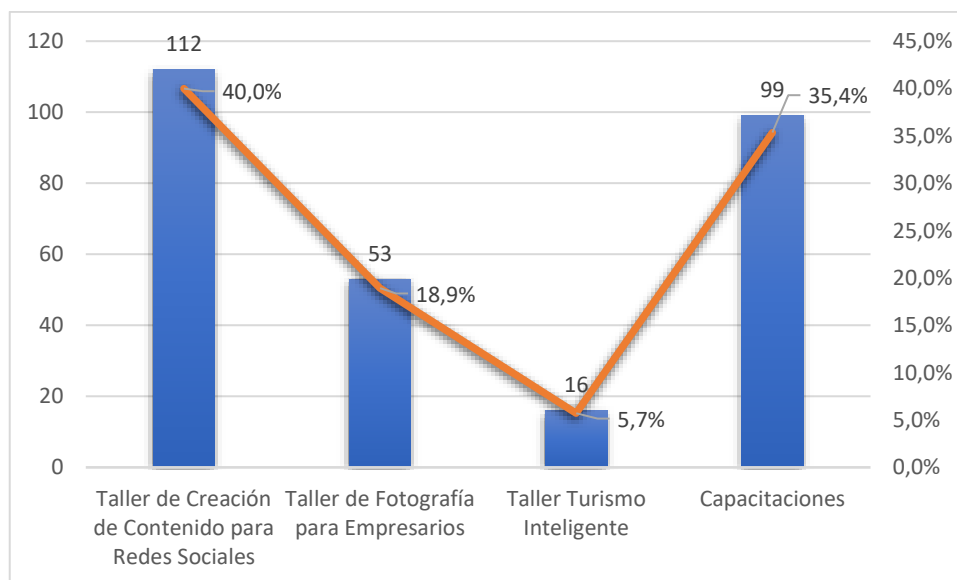
La tercera estrategia correspondió al **Taller Turismo Inteligente: Cómo vender más con Inteligencia Artificial**, desarrollado en el municipio de Puerto Triunfo a través de tres (3) módulos formativos. Esta intervención estuvo

orientada a promover la apropiación de herramientas digitales e inteligencia artificial mediante metodologías prácticas y soluciones ajustadas a contextos de recursos limitados, contando con una participación promedio de dieciséis (16) empresarios.

Finalmente, se desarrollaron cinco (5) **Capacitaciones** adicionales, de las cuales tres (3) fueron presenciales en los municipios de Puerto Berrío, Cisneros y El Bagre, y dos (2) se realizaron de manera virtual. Estas capacitaciones abordaron temáticas estratégicas como marketing digital para el aumento de ventas, publicidad digital, marketing digital para novatos, neuroventas e inteligencia artificial aplicada al marketing digital, beneficiando a un total de noventa y nueve (99) empresarios.

A continuación, las gráficas correspondientes presentan la distribución de la participación por cada una de las estrategias implementadas, así como la distribución por municipio durante la ejecución del programa Transformación Digital en el año 2025.

Gráfica 2. Distribución de participación por componente.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

La gráfica evidencia que la mayor participación se concentró en el taller de contenido para redes sociales con el 40%, seguido por las capacitaciones con el 35,4% del total, seguido por el taller de Fotografía para Empresarios con el 18,9% y por último el taller de turismo inteligente con el 5,7%, lo que demuestra un alto interés en estos temas de transformación digital.

La participación más significativa se registró en el municipio de Puerto Berrío, Antioquia, con resultados ampliamente superiores a los de los demás municipios de la jurisdicción de la CCMMNA donde se ejecutó el programa, consolidando a Puerto Berrío como un municipio eje para la implementación de iniciativas orientadas a la formación en nuevas tecnologías dirigidas al sector empresarial. A continuación, se presenta la evidencia relacionada al programa en la ilustración 5 a continuación.

Ilustración 5. Evidencias del acompañamiento brindado en el programa Transformación Digital.





Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En relación con el cumplimiento del programa, la tabla 5 evidencia el desarrollo satisfactoriamente durante el año 2025.

Tabla 5. Resumen del cumplimiento de metas del Programa Transformación Digital para el año 2025.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento de Meta
Transformación Digital	1	1	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

2 Agricultura y Agroindustria.

En el marco de la política nacional de reindustrialización, el Gobierno Nacional definió una hoja de ruta en la que el sector agropecuario y agroindustrial ocupó un lugar estratégico, orientando las acciones de las Cámaras de Comercio del país hacia el fortalecimiento de estas actividades productivas.

Este pilar estuvo enfocado en la promoción de empleo digno, con especial énfasis en las zonas rurales, así como en la generación de divisas a través del impulso a la exportación de productos con alto valor agregado hacia diferentes mercados internacionales.

Bajo este enfoque, se desarrollaron los programas asociados al pilar de Agricultura y Agroindustria, orientados al fortalecimiento de las capacidades productivas y empresariales del territorio. A continuación en la tabla 6 encontramos los programas vinculados al pilar de Agricultura y Agroindustria.

Tabla 6. Programas vinculados al pilar Agricultura y Agroindustria.

DESCRIPCIÓN NOMBRES DE LOS PROGRAMAS	UNIDAD DE MEDIDA	POLÍTICA PÚBLICA	PRODUCTO
Minicadenas Locales	Programa Ejecutado	Reindustrialización	Agricultura y Agroindustria
Consolidación Clúster Cárnico Bovino de Antioquia	Programa Ejecutado	Reindustrialización	
Consolidación Clúster de Café	Programa Ejecutado	Reindustrialización	
Clúster de Cacao	Programa Ejecutado	Reindustrialización	
Ruta de Formalización Minera	Programa Ejecutado	Reindustrialización	
Economía Circular	Programa Ejecutado	Reindustrialización	

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

2.1 Minicadenas Locales.

Durante el periodo 2025, el programa **Minicadenas Locales** se orientó al fortalecimiento de las capacidades productivas y comerciales de unidades de la economía popular, integradas principalmente por población víctima del conflicto armado, con énfasis en el sector agroindustrial. Mediante acompañamiento técnico, se promovieron procesos de agregación de valor, mejora en prácticas productivas, formalización y fortalecimiento de estrategias comerciales, bajo un enfoque de encadenamiento y articulación local. Estas acciones contribuyeron a mejorar su acceso a mercados, incrementar sus ingresos y avanzar hacia modelos de negocio más sostenibles en el tiempo.

2.1.1 Resultados.

La ejecución se desarrolló en el marco de un Convenio de Cooperación con la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, en articulación con entidades del orden nacional y regional, lo que permitió aunar capacidades técnicas, administrativas y financieras para la implementación de una estrategia integral. En la jurisdicción de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, el programa benefició a cuatro (4) unidades productivas del municipio de Amalfi.

Adicionalmente, mediante el componente de capitalización, se realizó la entrega de al menos un (1) activo por unidad productiva, compuesto por maquinaria, equipos y herramientas estratégicamente seleccionados de acuerdo con las necesidades identificadas en el diagnóstico inicial. Esta dotación permitió fortalecer la capacidad operativa, mejorar los procesos productivos, optimizar tiempos y elevar estándares de calidad, contribuyendo de manera directa al cierre de brechas comerciales y productivas y al incremento de su competitividad en el mercado. A continuación, se presenta la gráfica con la distribución de las unidades productivas intervenidas por municipio. A continuación en la tabla 7 encontramos la línea base y final por cada unidad

productiva intervenida a través del programa Minicadenas Locales 2025.

Tabla 7. Línea base y final por cada unidad productiva intervenida a través del programa Minicadenas Locales 2025.

UP	ACTIVIDAD ECONÓMICA	LÍNEA BASE	CAMBIO POR PROCESO
CRISTA LINO	CAFÉ TRANSFORMADO CAFÉ PERGAMINO	La unidad productiva acompañada en el marco del programa presentó un promedio de ventas mensuales inicial de \$ 3.370.000 y contaba con 1.500 palos de café en producción. Durante el proceso, manifestó su compromiso por mejorar la calidad del café como estrategia para ampliar su capacidad productiva y base de clientes. Su comercialización se realizaba directamente con la federación de café, los registros de ventas y costos se llevaban de forma manual. Se identificó la necesidad de fortalecer conocimientos en contabilidad y administración, así como en procesos específicos de producción, especialmente en fermentación. En cuanto a competitividad, la	La unidad productiva optimiza sus procesos de transformación y mejora la presentación del producto final, lo que se traduce en un incremento del 20 % en las ventas y una mayor aceptación en el mercado. Actualmente, avanza en una nueva siembra de 1.000 palos de café que se encuentran en etapa de desarrollo productivo. La unidad fortaleció sus capacidades en el manejo básico de ingresos, costos y gastos, lo que permite una mejor comprensión de la rentabilidad y una toma de decisiones más eficiente. Además, implementa el control básico de flujo de caja, establece precios con base en costos reales y define estrategias de comercialización, consolidando así una estructura administrativa más sólida. La unidad también mejora su imagen de marca, con diseño de logo, pendón y

		unidad disponía de un terreno arborizado con espacios aptos para adecuar un centro de acopio. El representante demostró habilidades destacadas de liderazgo, organización y relacionamiento, generando confianza entre clientes y proveedores. A pesar de las limitaciones en conocimientos técnicos y administrativos, se evidenció una actitud proactiva y una inversión constante orientada al crecimiento de la unidad, al momento de iniciar la unidad productiva no cuenta con redes sociales, no cuenta con logos, pendones, ni diseño de imagen.	demás, renueva la calidad del empaque y amplía su presencia en el mercado local. Estas acciones permiten diferenciarse frente a la competencia, fidelizar clientes y posicionarse como una opción confiable en el sector caficultor. Finalmente, fortalece su integración con la comunidad a través de la participación en espacios asociativos y eventos locales, promoviendo alianzas estratégicas y trabajo colaborativo, en beneficio del desarrollo colectivo y el fortalecimiento del tejido social de su entorno.
ASOCIACION DE MUJERES EMPRENDEDORAS DEL MUNICIPIO DE AMALFI	POLLOS- HUEVOS	Al ingresar al programa, la unidad productiva ya mostraba un alto nivel de organización y capacidad en su línea avícola. Contaban con aproximadamente 350 gallinas ponedoras, 70 pollos de engorde, 500 codornices y 250 gallinas criollas, lo que evidenciaba una operación consolidada y diversificada.	La unidad productiva desde el inicio demostró compromiso y visión de crecimiento. Gracias al acompañamiento técnico y comercial, la unidad experimentó un notable desarrollo en su nivel productivo, comercial, social y empresarial. Al cierre del programa, la asociación cuenta con más de 2.000 gallinas en total y ha duplicado su producción

ASOME LFI		Su producto principal, los huevos, tenía buena acogida en el municipio, y gracias a su calidad, la unidad era reconocida localmente. Con la entrada al programa, identificaron oportunidades para fortalecer su estrategia comercial y proyectarse hacia municipios vecinos. A nivel financiero, llevaban un control detallado de ventas, costos y gastos en un cuaderno, y utilizaban facturación electrónica, lo que refleja su compromiso con la formalización. El programa se convirtió en una plataforma para potenciar su crecimiento y ampliar su alcance comercial.	de codornices, alcanzando 1.500 unidades activas. Este crecimiento ha estado acompañado por alianzas comerciales estratégicas que han impulsado sus ventas en un 150% respecto al inicio del proceso. Uno de los hitos más destacados ha sido el establecimiento de envíos periódicos a Medellín, donde mantiene acuerdos de venta de huevos de codorniz y huevos criollos, ampliando así su presencia en nuevos mercados. A nivel administrativo, la unidad fortaleció su organización interna, mejoró el manejo de registros y definió con claridad las responsabilidades dentro del equipo, lo que ha contribuido a una operación más eficiente y sostenible.
GALLINAS PONEDORAS - HUEVOS ORGANICOS	GALLINAS- HUEVOS	Al comenzar el programa, la unidad productiva contaba con una producción de 40 gallinas criollas y 12 ponedoras, con un promedio mensual de ventas de \$720.000, comercializados principalmente en veredas cercanas y en el municipio de Amalfi. Sin embargo, no llevaba	Durante el acompañamiento la unidad evidenció un crecimiento sostenido y estructural, reflejado en el aumento de su capacidad productiva, el fortalecimiento de su modelo de negocio y la adopción de prácticas administrativas más eficientes. Se implementaron herramientas para el registro contable,

		registros contables, ni de inventario y presentaba limitaciones en el manejo administrativo y comercial, ya que no tenía una visión de crecimiento de su unidad productiva. Su representante es una persona conocida y destacada en la zona por su liderazgo, compromiso y dedicación, sin embargo, a nivel administrativo y comercial requiere de conocimientos básico para el manejo de su unidad productiva. Durante la primera visita se identifican distintos retos para la unidad productiva como implementar el control de inventarios, control contable, el incremento en su nivel productivo y generar alianzas comerciales que le permitan incrementar sus ventas.	control de inventarios y planificación financiera, mejorando la toma de decisiones. Su nivel productivo al terminar el programa es evidenciado en el aumento de su materia prima, hoy en día cuenta 80 gallinas criollas y 40 ponedoras. los conocimientos adquiridos a lo largo del programa han sido fundamentales para impulsar estas mejoras y optimizar el desempeño general de la unidad. Se fortalecieron los conocimientos en contabilidad básica, control de inventarios y administración, lo que permitió mayor organización y proyección del negocio. Además, logró establecer alianzas comerciales estratégicas que han facilitado el aumento de ventas y la apertura a nuevos canales de distribución. Este proceso marcó el inicio de una nueva etapa para la unidad, con una visión más técnica, estructurada y orientada al crecimiento sostenible.
--	--	---	--

EL PROGR ESO	CAFÉ PERGAMINO, CAFÉ TOSTADO MOLIDO	Al ingresar al programa Minicadenas Locales, la unidad productiva contaba con un cultivo de 1.500 palos de café, con una producción mensual promedio de 80 kilogramos de café pergamino, el cual es comercializado directamente con la Federación Nacional de Cafeteros. En el componente administrativo y financiero, se identificaron limitaciones importantes. La representante de la unidad, doña Blanca, no contaba con conocimientos básicos en manejo contable ni en control de registros, por lo que no llevaba seguimiento formal de sus ventas ni ingresos al inicio del programa. La unidad opera bajo una estructura familiar, en la que doña Blanca es apoyada por su esposo, quien se encarga de las labores del cultivo y la comercialización del producto. Las decisiones dentro de la unidad se toman de	Al terminar el programa, la unidad productiva ha cerrado brechas en su unidad productiva, estas le han permitido una mayor producción y comercialización de su producto. Actualmente cuenta con una comercialización de 95 kilos de café pergamino mensual. A nivel comercial fue de gran importancia el acompañamiento del programa a la unidad productiva, ya que hoy en día no solo realiza ventas a la federación de café, sino que también hemos logrado establecer alianzas comerciales que le permitan a ella dar a conocer más su producto y ser más conocida en su municipio, también se destaca el conocimiento adquirido en la manera de comercializar su producto por redes sociales, el saber llegar a sus clientes. El programa Minicadenas Locales fue de gran ayuda para esta unidad, ya que gracias a los componentes vistos durante esté, la unidad tiene una visión más clara de su negocio y piensan en la posibilidad de crear nuevos productos con su café. En relación con el componente administrativo
-----------------------------	--	--	---

		forma conjunta, mediante el diálogo y priorizando el bienestar común. Desde el inicio del acompañamiento, se identificaron retos clave en materia productiva, comercial y organizativa, orientados a mejorar la capacidad operativa de la unidad, fortalecer su gestión interna y ampliar su proyección en el mercado.	la unidad demuestra significativos avances, en este ha desarrollado mejor manejo de su unidad, ha implementado el control de sus ingresos y ingresos para una mayor claridad de su utilidad. El programa adicional de servirle para el incremento de las ventas a la unidad, cerrar brechas con activos entregado ha fortalecido sus conocimientos para un mejor desarrollo en todas sus actividades.
--	--	---	--

Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia y del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Ahora bien, es importante también mostrar las cifras representativas generadas a través del programa Minicadenas Locales para el año 2025.

Tabla 8. Cifras representativas generadas a través del programa Minicadenas Locales para el año 2025.

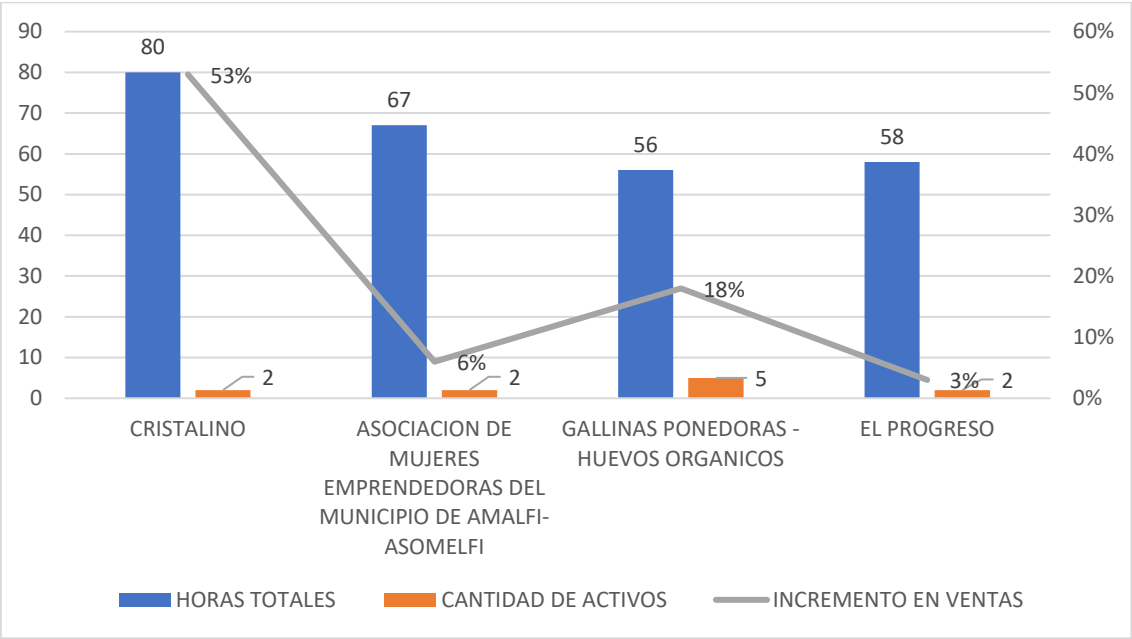
NOMBRE DE LA UNIDAD PRODUCTIVA	HORAS ASESORÍA INDIVIDUAL	HORAS TALLERES GRUPALES	HORAS ACOMPAÑAMIENTO COMERCIAL	HORAS TOTALES	CANTIDAD DE ACTIVOS	INCREMENTO EN VENTAS
CRISTALINO	24	18	38	80	2	53%
ASOCIACION DE MUJERES EMPRENDEDORAS DEL MUNICIPIO DE AMALFI-ASOMELFI	24	22	21	67	2	6%
GALLINAS PONEDORAS -	24	16	16	56	5	18%

HUEVOS ORGÁNICOS						
EL PROGRESO	24	24	10	58	2	39

Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia y del Magdalena Medio y Nordeste
Antioqueño 2025.

En la gráfica 3 encontraremos los impactos generados sobre las unidades productivas del programa Minicadenas Locales 2025.

Gráfica 3. Impactos generados sobre las unidades productivas del programa Minicadenas Locales 2025.



Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia y del Magdalena Medio y Nordeste
Antioqueño 2025.

En la gráfica observamos como la unidad productiva Cristalino especializada en café fue la que aprovechó las ochenta (80) horas de intervención del programa, obtuvo con esta asesoría dos (2) activos para el cierre de brechas y generó un 53% más de ventas. Esto demuestra la importancia de este tipo de programas para la comunidad rural del municipio de Amalfi.

A continuación, en la ilustración 6 se presentan algunas de las principales acciones desarrolladas en el marco del programa Minicadenas Locales durante el año 2025.

Ilustración 6. Acciones en el marco del Programa Minicadenas Locales.



Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia y del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Respecto a la ejecución del programa Minicadenas Locales, en la tabla 9 se ´presenta el resumen del año 2025.

Tabla 9. Resumen del cumplimiento de metas del Programa Minicadenas Locales.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento de Meta
Minicadenas Locales	1	1	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

2.2 Consolidación Clúster Cárnico Bovino de Antioquia.

El programa de Consolidación del Clúster Cárnico Bovino de Antioquia estuvo orientado al fortalecimiento de la competitividad del sector ganadero en toda Antioquia, mediante la implementación de acciones de diferenciación productiva y comercial alineadas con los principios de la ganadería sostenible.

Su principal propósito fue profundizar en la competitividad, sostenibilidad y modernización de toda la cadena cárnica, con especial énfasis en fortalecer las capacidades técnicas, la trazabilidad y la transición hacia una ganadería sostenible y de alto valor agregado. Adicionalmente, buscó robustecer la gobernanza sectorial mediante la operación de comités estratégicos y promover la visibilización de los avances del clúster en escenarios regionales, nacionales e internacionales.

2.2.1 Resultados

Durante el año 2025, el programa ejecutó dos iniciativas estratégicas: **Ganadería Sostenible** (en alianza con Comfama) y **Ganadería para el Futuro** (en alianza con Comfenalco Antioquia), logrando impactar en total sesenta y seis **(66) ganaderías** mediante procesos de asistencia técnica y actividades complementarias. Estas intervenciones fortalecieron la adopción de prácticas sostenibles, consolidaron capacidades empresariales y promovieron la articulación regional del sector ganadero.

Vamos a ver un poco más acerca del desarrollo de estos proyectos.

2.2.1.1 Proyecto Ganadería Sostenible – Comfama.

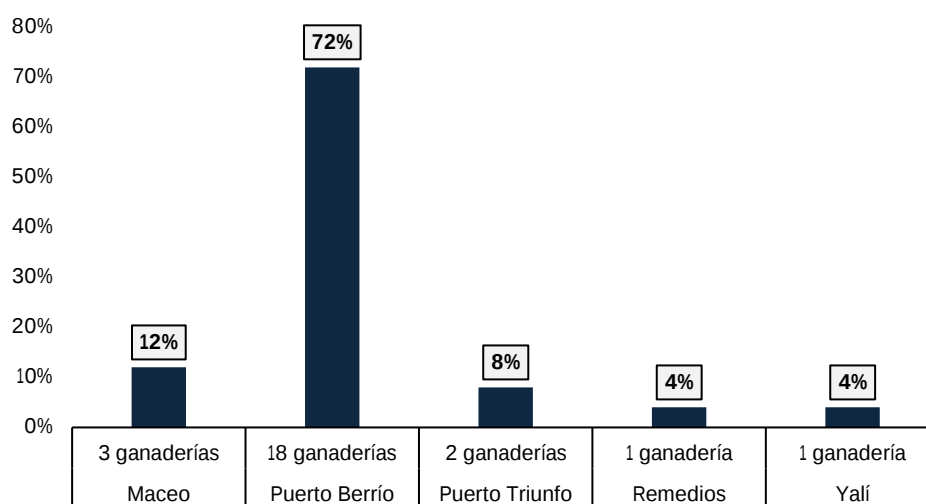
Este proyecto alcanzó un 55,5% de ejecución durante el año 2025, consolidando un proceso de intervención integral en veinticinco (25) ganaderías en la subregión del Magdalena Medio Antioqueño. Entre sus resultados generados se destacaron los siguientes:

- Ciento cuatro (104) visitas técnicas realizadas en las líneas estratégicas de manejo del agua, conservación del suelo, biodiversidad, bienestar animal y liderazgo empresarial.
- Un (1) Taller vivencial en el municipio de Puerto Berrío.
- Dos (2) Jornadas de campo en el municipio de Puerto Berrío.
- Una (1) Gira técnica al departamento de Córdoba.

Se realizaron además todos los diagnósticos de las fincas involucradas, socialización y fortalecimiento de capacidades para los ganaderos impactados en los municipios priorizados.

En la gráfica 4 encontramos la distribución de las ganaderías por municipio.

Gráfica 4. Distribución de las ganaderías por municipio.



Fuente: Comfama - Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Vemos como en el municipio de Puerto Berrío concentró el mayor número de beneficiarios, reflejando una alta participación y disposición para

adoptar este tipo de programas y en si su reconversión hacia sistemas más sostenibles.

2.2.1.2 Proyecto Ganadería para el Futuro – Comfenalco Antioquia

El proyecto Ganadería para el Futuro está enfocado en fortalecer las capacidades de los ganaderos beneficiarios de la caja de compensación Comfenalco Antioquia pertenecientes a las subregiones del Magdalena Medio, Nordeste Antioqueño y Bajo Cauca.

En su conjunto, este proyecto se planea técnicamente sólido, metódico y orientado a resultados, logrado sentar bases para la transformación productiva de las ganaderías beneficiarias mediante asistencia técnica, formación y herramientas prácticas que fortalecen la transición hacia sistemas más eficientes, sostenibles y preparados para los retos del futuro.

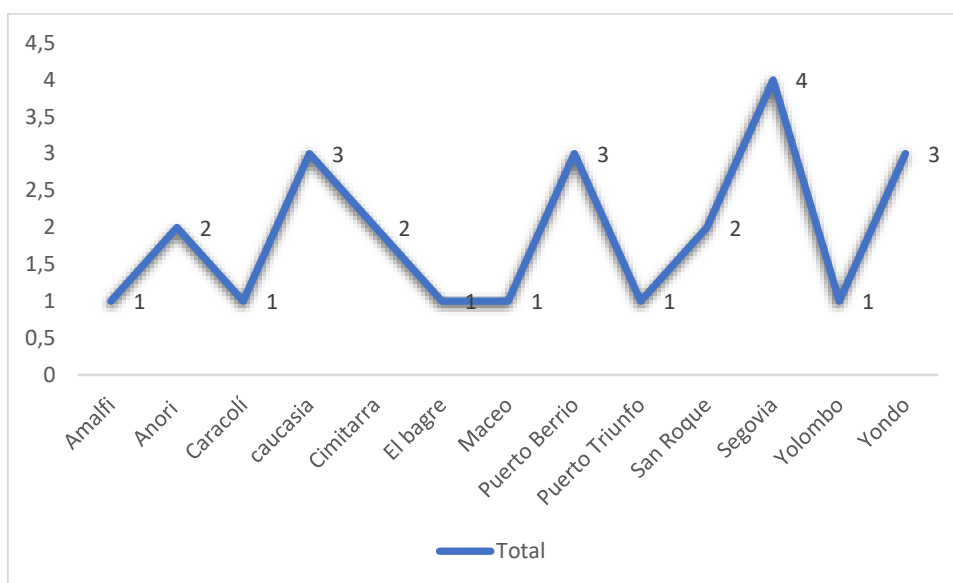
Este proyecto vinculó a veinticinco (25) ganaderías en trece (13) municipios de las tres (3) subregiones, permitiendo así llevar la estrategia a diferentes espacios del sector, este proyecto da continuidad para el año 2026.

, generando diferentes actividades dentro de las que se destacan:

- Socialización del programa.
- Visitas técnicas iniciales.
- Microcursos vía WhatsApp

En la gráfica 5 encontramos la distribución de las ganaderías por municipio.

Gráfica 5. Distribución de las ganaderías por municipio.



Fuente: Comfenalco y Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

Los municipios con mayor participación fueron Segovia con cuatro (4) ganaderos, Caucaasia, Puerto Berrío y Yondó con tres (3) ganaderos cada uno, Anorí, Cimitarra y San Roque con dos (2) ganaderos cada uno y Amalfi, Caracolí, El Bagre, Maceo, Puerto Triunfo y Yolombó con un (1) ganadero cada uno, evidenciando el rol estratégico que se tiene en estas tres (3) subregiones en el tema ganadero.

2.2.1.3 Resultados en Gobernanza y Articulación Sectorial.

La gobernanza del Clúster Cárnico Bovino de Antioquia se fortaleció mediante la realización de comités estratégicos que integraron actores del sector productivo, académico, institucional y empresarial. Estos espacios permitieron:

- Avanzar en la construcción del Plan Estratégico 2030.
- Socializar proyectos y acciones en curso.

- Definir principios rectores en sostenibilidad, competitividad, innovación, articulación regional y adaptación al cambio climático.
- Consolidar la participación de universidades, centros de investigación y entidades clave del territorio.

2.2.1.4 Reconocimientos para el Clúster Cárnico Bovino de Antioquia para el año 2025.

El Clúster Cárnico Bovino de Antioquia obtuvo logros significativos que fortalecieron su posicionamiento regional, nacional e internacional. Dentro de los reconocimientos que se obtuvieron están:

- Reconocimiento como **Iniciativa Clúster ganadora** en la categoría *Encadenamientos Productivos* durante el **10° Congreso Nacional de Iniciativas Clúster**.
- Premio internacional en la categoría **Profundización del Programa CEPAL de Naciones Unidas**, siendo el único ganador de Colombia.

Estos reconocimientos evidenciaron la calidad del trabajo articulado y su impacto estratégico en la Cadena Cárnica Bovina del departamento de Antioquia.

A continuación en la ilustración 7 encontramos las actividades desarrolladas en el marco del Clúster Cárnico Bovino de Antioquia para el año 2025.

Ilustración 7. Actividades desarrolladas en el marco del Clúster Cárnico Bovino de Antioquia.



Taller vivencial



Gira técnica



Premio internacional CEPAL	Reconocimiento en el marco del 10° Congreso Nacional de Iniciativas Clúster
----------------------------	---

Fuente: Comfama, Comfenalco - Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Las actividades desarrolladas permitieron avanzar en la estructuración, implementación y posicionamiento del Clúster Cárnico Bovino de Antioquia como un referente nacional en gestión sostenible y articulación productiva.

En la tabla 10 encontramos el resumen del cumplimiento de las metas del Clúster Cárnico Bovino para el año 2025.

Tabla 10. Resumen del cumplimiento de las metas del Clúster Cárnico Bovino 2025.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento De Meta
Clúster Cárnico Bovino de Antioquia	1	1	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

2.3 Consolidación Clúster de Café.

El Programa Clúster de Café estuvo encaminado a incrementar la competitividad del sector cafetero en el Nordeste Antioqueño, mediante la generación de valor en los segmentos de café verde y tostado, con énfasis en cafés especiales.

Su propósito fue fortalecer las capacidades técnicas, comerciales y organizativas de los empresarios vinculados a esta cadena productiva, promoviendo prácticas de calidad, la diferenciación sensorial del producto, la asociatividad y la consolidación de marcas con identidad territorial. Asimismo, buscó facilitar el acceso a mercados sofisticados y posicionar la región como referente en la producción de cafés especiales.

2.3.1 Resultados.

A lo largo del año 2025 se ejecutaron diversas acciones estratégicas que fortalecieron el ecosistema cafetero regional. Estas actividades incluyeron plenarias, espacios de promoción comercial, catas de café y procesos de formulación de proyectos, logrando un impacto significativo en los empresarios del territorio.

Según la programación del año, se llevaron a cabo los siguientes eventos:

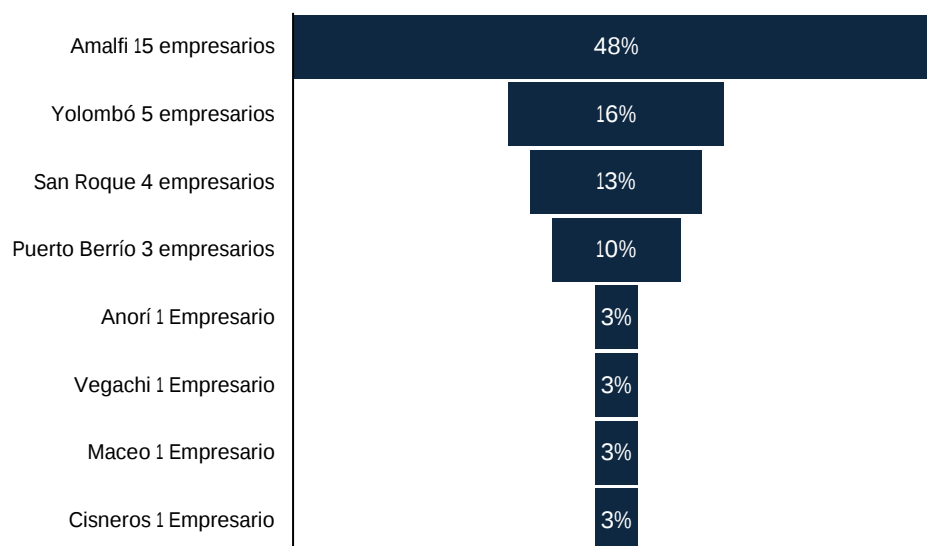
- Reunión de planeación (virtual) – 24/02/2025.
- Plenaria Clúster – San Roque – 19/05/2025.
- Cata de Café – Amalfi – 21 y 22/08/2025.
- Plenaria de cierre – Yolombó – 28/11/2025.

Estas actividades constituyeron los principales escenarios de articulación, formación, evaluación de calidad e intercambio empresarial.

El programa logró la participación de treinta y uno (31) empresarios, superando la meta anual establecida en el PAT, que era de veinte (20) participantes.

La distribución por municipio evidenció la siguiente dinámica.

Gráfica 6. Distribución por municipio.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En la gráfica encontramos la cantidad de empresarios por municipio en las actividades del Clúster de Café en el Nordeste Antioqueño, donde la mayor participación la tuvo el municipio de Amalfi con quince (15) empresarios, seguido del municipio de Yolombó con cinco (5) y el municipio de San Roque con cuatro (4) empresarios, siendo los que más aportan a esta dinámica clúster. Además es importante resaltar que tenemos un total de veinte (20) marcas de café participantes del Clúster, como aparece en la tabla 11 a continuación:

Tabla 11. Participantes del Clúster de Café en el año 2025.

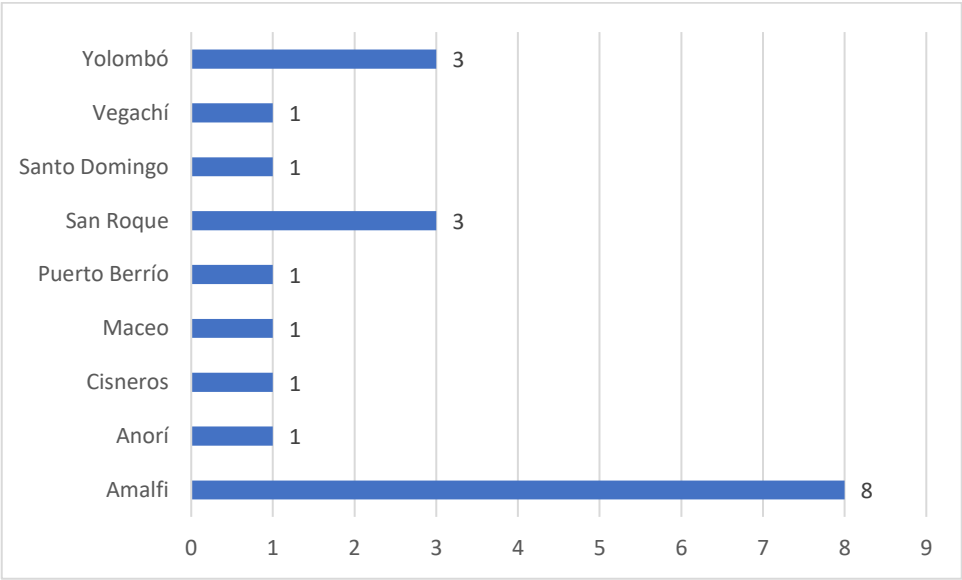
Marcas	Municipio
Alizafiro	San Roque
Aromas y sabores de mi tierra	Amalfi
Asocafeu	San Roque
Bibiorganic	Maceo
Café Alondra	Yolombó
Café Castaño	Yolombó
Café Fure	Amalfi
Café Inmaculado	San Roque

Café Metamorfosis	Anorí
Café Tamara	Amalfi
Café Tierras de encanto	Amalfi
Café Trinidad	Santo Domingo
Café Villa Sarita	Cisneros
Cerezas de Café	Amalfi
Elixir Café	Amalfi
Emgoohh	Yolombó
Grana Café	Vegachí
Onca Café	Amalfi
Puerto Bendito	Puerto Berrío
The Salomón Coffee	Amalfi

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En la gráfica 7 encontraremos la distribución de las marcas por municipio.

Gráfica 7. Marcas por municipio participantes del Clúster en el año 2025.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

El municipio con la mayor cantidad de marcas es Amalfi con ocho (8), seguido de los municipios de San Roque y Yolombó con tres (3) cada uno y por último los municipios de Anorí,

Cisneros, Maceo, Puerto Berrío, Santo Domingo y Vegachí con una (1) marca.

Ahora bien, vamos a mostrar a continuación las actividades desarrolladas alrededor del Clúster de Café para el año 2025 a continuación:

2.3.2 Cata de Café.

Durante el desarrollo de la Cata de Café se inscribieron trece (13) marcas del Nordeste Antioqueño. En la tabla 12 a continuación encontramos el nombre de la marca, el municipio de procedencia y su calificación sensorial:

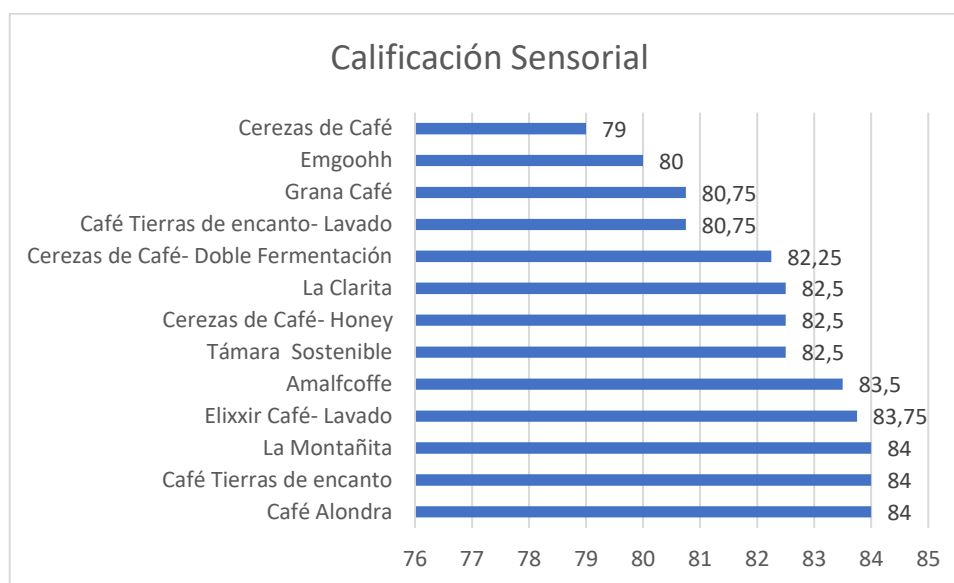
Tabla 12. Resultados de la Cata de Café.

Municipio	Marca de Café	Calificación Sensorial
Yolombó	Café Alondra	84
Amalfi	Café Tierras de encanto	84
Amalfi	La Montañita	84
Amalfi	Elixir Café- Lavado	83,75
Amalfi	Amalfcoffe	83,5
Amalfi	Támara Sostenible	82,5
Amalfi	Cerezas de Café- Honey	82,5
Amalfi	La Clarita	82,5
Amalfi	Cerezas de Café- Doble Fermentación	82,25
Amalfi	Café Tierras de encanto- Lavado	80,75
Vegachí	Grana Café	80,75
Amalfi	Emgoohh	80
Amalfi	Cerezas de Café	79

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

Adicionalmente, encontramos la gráfica 8 que nos muestra el comportamiento de esta cata de café.

Gráfica 8. Calificación de taza de las marcas participantes de la Cata de Café.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

En la gráfica encontramos que las marcas de Café Alondra, Tierras de Encanto y La Montañita son las que obtuvieron la mejor calificación de taza ochenta y cuatro (84), frente a Cerezas de Café Lavado que obtuvo setenta y nueve (79) de calificación de taza.

A continuación en la ilustración 8 encontramos las actividades desarrolladas en el marco del Clúster de Café en el año 2025.

Ilustración 8. Actividades desarrolladas en el marco del Clúster de Café.





Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

El Programa Clúster de Café logró consolidar acciones que fortalecieron la gobernanza, la cultura de calidad, la asociatividad y el posicionamiento comercial del café del Nordeste Antioqueño.

Gracias a la ejecución de los eventos programados y al activo involucramiento de los empresarios, se promovió la identificación de atributos sensoriales, el desarrollo de narrativas de origen, la validación técnica del producto y la articulación sectorial. Los resultados reflejaron un avance significativo hacia la consolidación de la región como territorio productor de cafés especiales.

En cuanto al desempeño del programa Clúster de Café, se observó que se desarrolló de manera exitosa durante el año 2025. Este resumen del cumplimiento se encuentra en la tabla 13 a continuación.

Tabla 13. Resumen del cumplimiento de las metas del Clúster de Café.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento De Meta
Clúster de Café	1	1	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

2.4 Clúster de Cacao.

El Clúster de Cacao de Antioquia es una iniciativa público-privada liderada por la Cámara de Comercio de Medellín en alianza con las

Cámaras de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño y la Cámara de Comercio de Urabá, las cuales buscan incrementar la competitividad y generar valor en la cadena productiva del cacao en el departamento, incluyendo el grano y el cacao transformado. Trabaja para mejorar el capital humano, el desarrollo de mercados, la innovación y la infraestructura del sector.

A través del Clúster de Cacao de Antioquia se desarrollaron varias acciones que permitieron avanzar con la consolidación de la cadena productiva en el Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño. En este marco se fortalecieron a doscientos cincuenta y un (251) empresarios productores y transformadores que participaron activamente de estas actividades. En este programa, se ejecutaron varios espacios como:

- Plenarias.
- Espacios de promoción comercial.
- Foro de cacao.
- Catación de cacao.
- Formulación de proyectos.

Según la programación del año, se llevaron a cabo los siguientes eventos tal y como aparece en la tabla 14 a continuación:

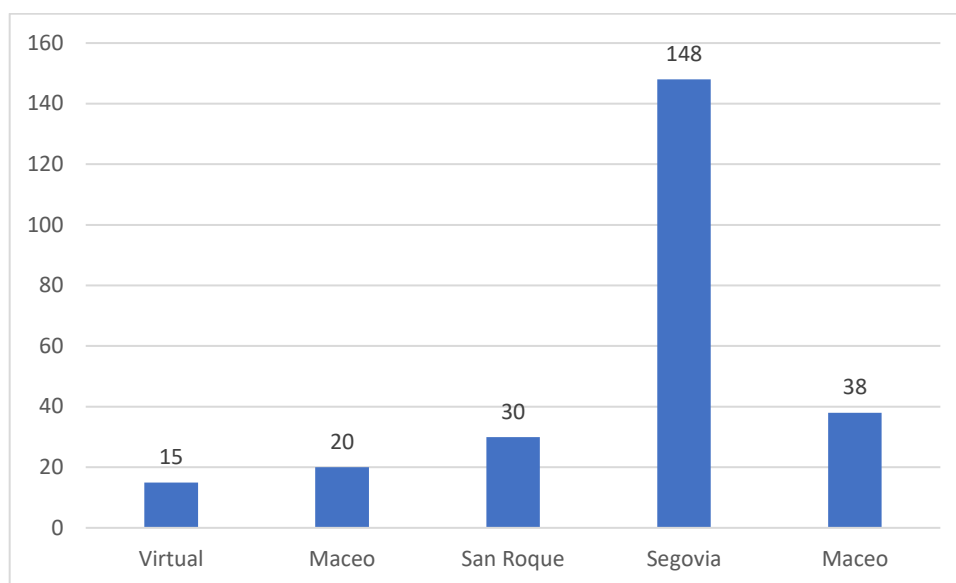
Tabla 14. Resumen de eventos del Clúster de Cacao 2025.

Fechas	Actividad	Municipio	Asistentes
19/02/2025	Plenaria	Virtual	15
17/06/2025	Plenaria	Maceo	20
21-22/08/2025	Plenaria	San Roque	30
15/10/2025	Foro de Cacao	Segovia	148
03-04/12/2026	Cata de Cacao	Maceo	38
Total			251

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En la gráfica 9 encontramos la cantidad de asistentes a las actividades del Clúster de Cacao para el año 2025.

Gráfica 9. Cantidad de asistentes a las actividades del Clúster de Cacao para el año 2025.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Ahora bien, vamos a mostrar a continuación las actividades desarrolladas alrededor del Clúster de Cacao para el año 2025 a continuación:

2.4.1 Foro de Cacao.

Para impulsar el Foro de Cacao Sostenible, diversas entidades y empresas de la región unieron esfuerzos con el propósito de consolidar un evento estratégico que fortaleciera el ecosistema turístico y potenciara el desarrollo económico local.

Este encuentro se concibió como un espacio para compartir experiencias, generar alianzas y abrir nuevas oportunidades que impulsen iniciativas que contribuyan a mejorar la competitividad y sostenibilidad del sector.

A continuación, la Tabla 15 presentan los diez (10) aliados que contribuyeron a la realización del Foro de Cacao Sostenible, haciendo posible la materialización de esta importante apuesta para el fortalecimiento del territorio.

Tabla 15. Aliados.

Entidades

Alcaldía de Segovia
Gobernación de Antioquia
Federación Nacional de Cacaoteros
Fundación Quintana
Universidad de Antioquia
Agrosavia
Comfenalco Antioquia
Swisscontact
SENA
Microempresas de Colombia

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En la Tabla 16 se muestra la distribución de los asistentes al Foro durante la agenda académica, clasificados por municipio. En total, se contó con representación de dieciséis (16) municipios. Destaca en mayor participación de personas el municipio de Segovia, lugar del evento, seguido por los asistentes provenientes de municipios cercanos.

Tabla 16. Número de Asistentes por Municipio.

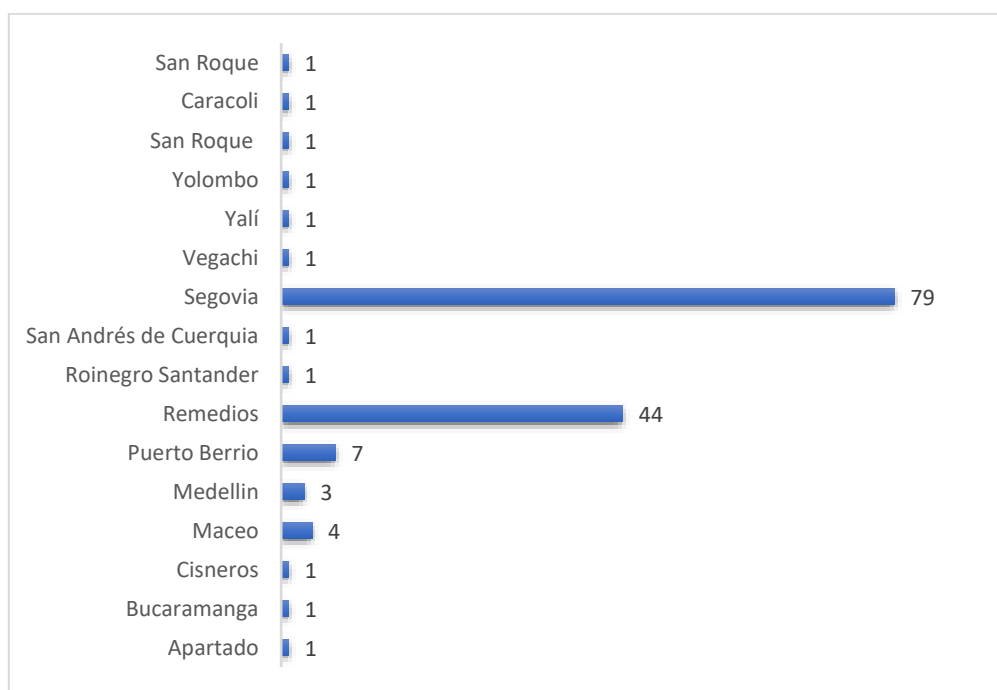
Municipio	Cantidad
Apartado	1
Bucaramanga	1
Cisneros	1
Maceo	4
Medellín	3
Puerto Berrio	7
Remedios	44
Rionegro Santander	1
San Andrés de Cuerquia	1
Segovia	79
Vegachí	1
Yalí	1
Yolombo	1
San Roque	1
Caracolí	1

San Roque	1
Total	148

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

La Gráfica 10 muestra la distribución de los asistentes que participaron en la agenda académica del Foro, donde la mayor asistencia fue del municipio anfitrión Segovia con setenta y nueve (79) asistentes que representa el 53,38%, seguido del municipio de Remedios con cuarenta y cuatro asistentes (44) que representan el 29,73% y Puerto Berrio con siete (7) asistentes que representan el 4,72%, siendo estos los tres (3) municipios más representativos en el Foro.

Gráfica 10. Distribución de Asistentes por Municipio.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

2.4.2 Cata de Cacao.

Bajo la convicción de que la calidad es el motor de la competitividad, el Clúster de Cacao del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño presenta la estrategia 'Aromas de Cacao', una táctica que surge como un hito de articulación

entre productores, transformadores y comercializadores, respaldado por un comité estratégico de alto nivel que integra a la academia, la empresa privada y el sector público (Autopista Río Magdalena, Agrosavia, Gramalote, Cemex y la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño). A través de sus dos (2) componentes centrales —el Concurso de Calidad y la Cata Especializada—, esta iniciativa no solo premió la excelencia en las categorías de Cacao en Grano, Licor y Barra al 75%, sino que consolidó la hoja de ruta para el fortalecimiento técnico y comercial del cacao antioqueño.

Es así como, esta iniciativa tuvo como propósito central fortalecer las capacidades técnicas de productores de cacao y chocolateros artesanales, brindándoles herramientas prácticas para evaluar la calidad del grano y de sus derivados, con miras a mejorar los procesos productivos y la valorización del cacao en el mercado.

La actividad se desarrolló bajo un enfoque teórico–práctico, permitiendo a los participantes comprender los factores que influyen en la calidad del cacao, así como aplicar metodologías estandarizadas de catación y análisis sensorial.

Análisis físico del cacao en grano.

Previo al taller presencial, el profesional encargado del tema realizó el análisis físico de las muestras de cacao, incluyendo la prueba de corte para la determinación del índice de fermentación, la identificación de defectos internos (moho, granos planos, germinados o dañados por insectos) y la evaluación del contenido de humedad, al igual que el índice de grano. Adicionalmente, se realizó la transformación del cacao en licor y barra de cacao al 75% bajo los mismos parámetros para evaluar objetivamente todas las muestras.

Las empresas participantes del concurso “Aromas de Cacao” los encontramos en la tabla 17 a continuación:

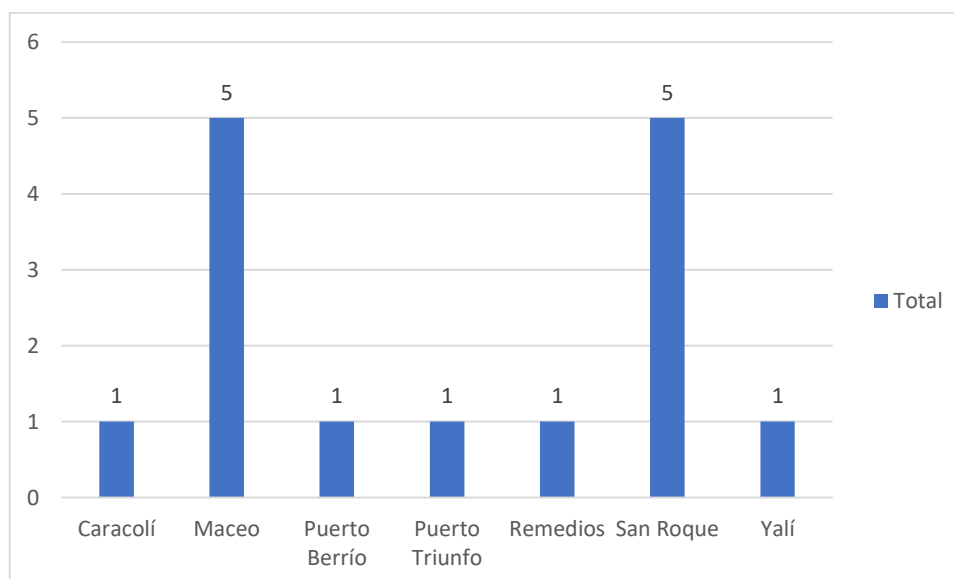
Tabla 17. Empresarios Participantes del Concurso “Aromas de Cacao”.

No	Nombres Completos	Empresa	Municipio
1	Juan Pablo Vélez	Cacao Betulia	Maceo
2	Alejandra Toro	Quebrada Negra	Remedios
3	Diego Edison Marín	Chocolates Nápoles	Puerto Triunfo
4	Jesús María Espinosa	Las Acacias	Maceo
5	María Eugenia Quintana	La Palma	Maceo
6	Jovany Alberto Zapata	La Envidia	San Roque
7	Emigdio Cardona	Los Cardona	San Roque
8	Graciela Jaramillo	Palmitas	San Roque
9	Gloria Herrera	El Mirador	San Roque
10	Graciela Mijares	El Diamante	Puerto Berrío
11	Yanira Ortiz	Guayacanes	Yalí
12	Edilnora Gallego	El Refugio	Caracolí
13	Guillermo León Naranjo	Los Mangos	San Roque
14	Jorge Fernando Castaño	Los Lagos	Maceo
15	Magaly Restrepo	ASAMEM	Maceo

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, Autopista Río Magdalena, Agrosavia, Gramalote, Cemex

A continuación vamos a encontrar en la gráfica 11 la cantidad de empresarios por municipio.

Gráfica 11. Participantes por Municipio inscritos al concurso.

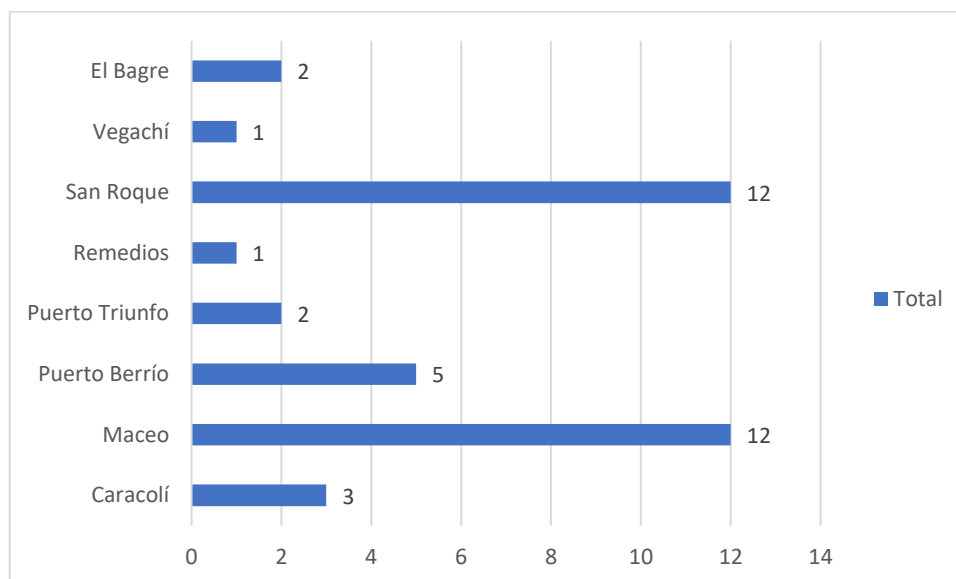


Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, Autopista Río Magdalena, Agrosavia, Gramalote, Cemex

En la gráfica encontramos como los municipios de Maceo y San Roque fueron los que tuvieron el mayor número de inscritos con cinco (5) participantes, seguidos de los municipios de Caracolí, Puerto Berrío, Puerto Triunfo, Remedios y Yalí cada uno con un (1) participante. La participación de estos siete (7) municipios demuestra la relevancia del Clúster de Cacao en el Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, sumado a la articulación institucional que se tiene alrededor de esta cadena productiva.

Por otra parte, en la gráfica 2 encontramos la dispersión por municipio de los participantes en la capacitación teórica-práctica de cata de cacao.

Gráfica 12. Participantes por Municipio.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, Autopista Río Magdalena, Agrosavia, Gramalote, Cemex

En la gráfica encontramos que participaron un total de treinta y ocho (38) personas entre entidades de acompañamiento, productores y transformadores de cacao. En este sentido, los municipios de Maceo y San Roque son donde se presentó la

mayor cantidad de participantes con doce (12) personas cada uno, seguido del municipio de Puerto Berrío con cinco (5) y Caracolí con tres (3).

La metodología empleada fue 70% práctica y 30% teórica, fomentando la participación y la discusión grupal para llegar a consensos sensoriales.

Luego de este proceso, se desarrolló la selección de las tres (3) muestras cacaoteras ganadoras. En la tabla 18 encontramos los ganadores por cada categoría.

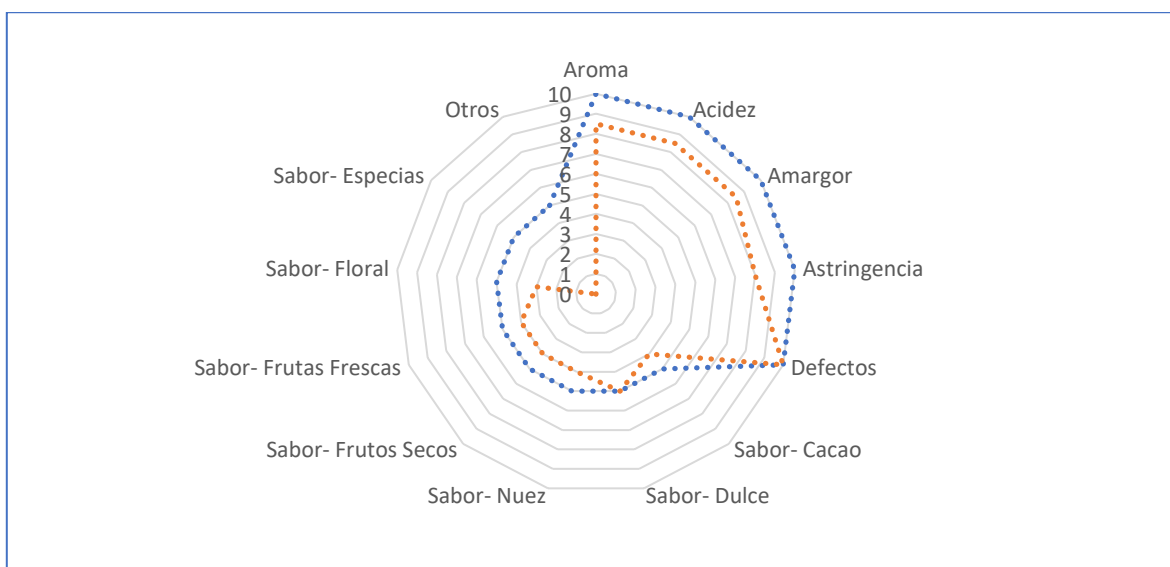
Tabla 18. Empresarios Ganadores de la Estrategia “Aromas de Cacao”.

Categoría	Ganador	Puntaje	Municipio
Grano	Cacaomante	88	Puerto Berrío
Licor	Cacao Betulia	89	Maceo
Barra al 75%	Cantero Cacao	87	Yalí

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, Autopista Río Magdalena, Agrosavia, Gramalote, Cemex

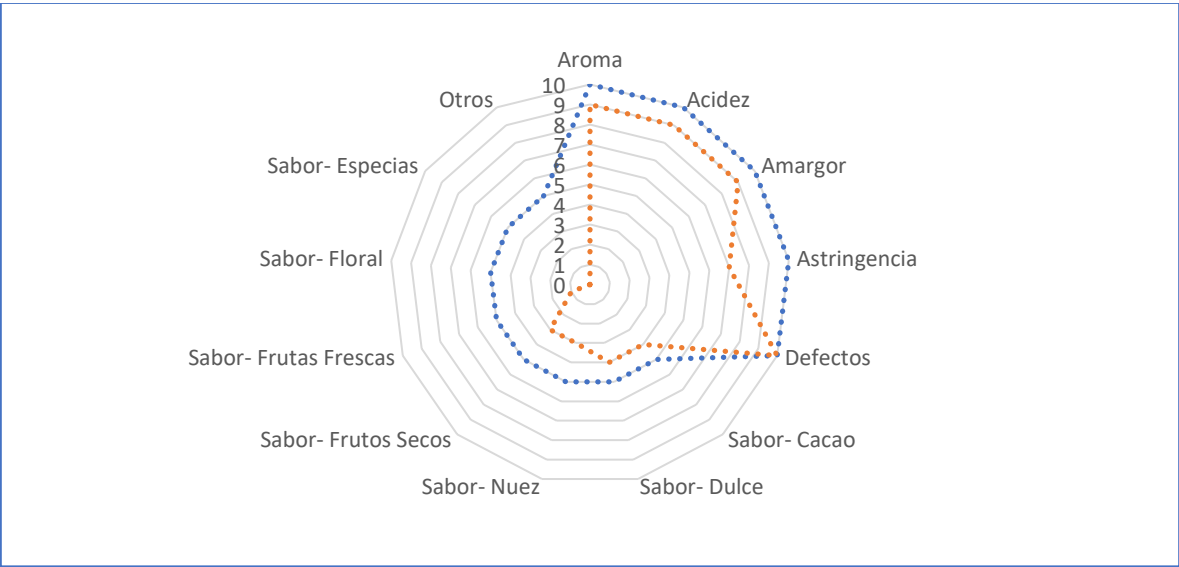
Adicionalmente se muestran los resultados de las empresas ganadoras de cada uno de los concursos a continuación en las ilustraciones 9, 10 y 11.

Ilustración 9. Resultados sensoriales Cacaomante.



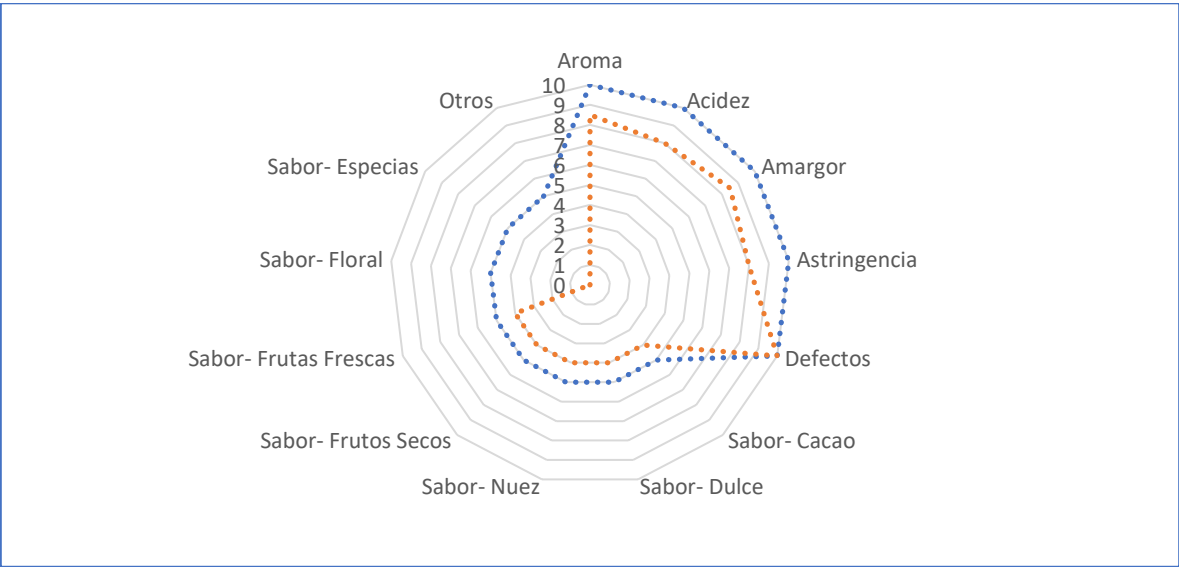
Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, Autopista Río Magdalena, Agrosavia, Gramalote, Cemex

Ilustración 10. Resultados sensoriales Cacao Betulia.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, Autopista Río Magdalena, Agrosavia, Gramalote, Cemex

Ilustración 11. Resultados sensoriales Cantero Cacao.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, Autopista Río Magdalena, Agrosavia, Gramalote, Cemex

Este tipo de concursos nos demuestra en el territorio tenemos una buena calidad de cacao, con el cual podemos competir a nivel global para posicionar a la región como un epicentro cacaotero.

A continuación en la ilustración 12 encontramos las actividades desarrolladas en el marco del Clúster de Cacao en el año 2025.

Ilustración 12. Actividades desarrolladas en el marco del Clúster de Cacao.





Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En cuanto al desempeño del programa Clúster de Cacao, se observó que se desarrolló de manera exitosa durante el año 2025. Este resumen del cumplimiento se encuentra en la tabla 19 a continuación.

Tabla 19. Resumen del cumplimiento de las metas del Clúster de Cacao.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento De Meta
Clúster de Cacao	1	1	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

2.5 Ruta de Formalización Minera.

La Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, junto con Gramalote Colombia, impulsaron la formalización minera para fortalecer las empresas locales y apoyar los sectores económicos y culturales, especialmente en las participantes de la Ruta de Formalización Minera en el área de influencia del Proyecto Gramalote. El proceso incluyó la socialización del proyecto, constitución de sociedades mineras, y fortalecimiento de las unidades productivas mineras en temas empresariales, jurídicos y contables.

2.5.1 Resultados

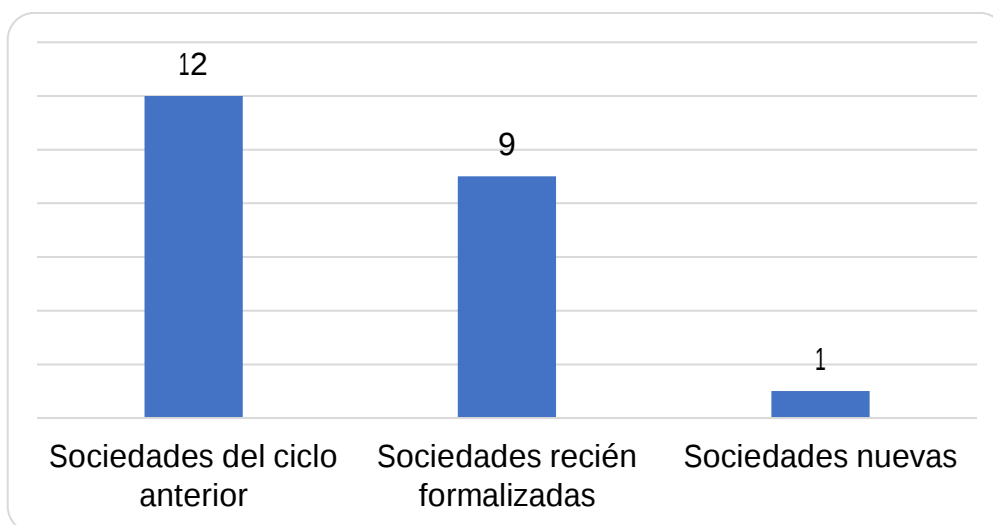
A pesar de que la ruta no ha concluido, se ha llevado a cabo un proceso colaborativo con Gramalote Colombia, lo que ha

permitido la constitución de una (1) sociedad minera en el municipio de San Roque, corregimiento de Providencia.

De manera complementaria a la conformación de sociedades mineras, se llevó a cabo un exhaustivo acompañamiento empresarial mediante consultorías especializadas y formaciones grupales en áreas contables, empresariales y jurídicas, considerando a veintidós (21) sociedades mineras que participaron en el proceso anterior, y una (1) sociedad minera recién formalizada.

En la gráfica 13 encontramos la Distribución de las 22 sociedades formalizadas.

Gráfica 13. Distribución de las 22 sociedades formalizadas.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Se tiene un total de veintiún (22) sociedades formalizadas, de las cuales doce (12) corresponden a las que ya se habían constituido en el ciclo anterior, y nueve (9) a las recién formalizadas, y una (1) nueva, se realizó consultoría contable a diecisiete (17) sociedades mineras.

De manera grupal, se realizaron ocho (8) formaciones grupales en: Contabilidad básica, Aspectos societarios, Impuestos, Sagrilaft y régimen sancionatorio, aspectos jurídicos relevantes para el funcionamiento de las

sociedades, gestión empresarial para mineros, herramientas jurídicas para el desarrollo empresarial mineros y de lo que somos a lo que queremos ser.

En la ilustración 13 se muestra algunas de las acciones generadas a través de la Ruta de Formalización Minera para el año 2025.

Ilustración 13. Actividades desarrolladas en el marco de la Ruta de Formalización Minera para el año 2025.





Taller grupal en Sagrilaft y régimen sancionatorio



Taller grupal en Aspectos jurídicos



Taller grupal en De lo que somos, a lo que queremos ser



Taller grupal en Gestión empresarial para mineros



Taller grupal en Herramientas jurídicas para el desarrollo empresarial minero



Taller grupal en Herramientas jurídicas para el desarrollo empresarial minero

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En cuanto al cumplimiento del programa Ruta de Formalización Minera, se evidencia en la tabla 20 que se desarrolló de manera satisfactoria a lo largo del año 2025.

Tabla 20. Resumen del cumplimiento de metas del Programa Ruta de Formalización Minera para el año 2025.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento De Meta
Ruta de Formalización Minera	1	1	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

2.6 Economía Circular.

El programa buscó mejorar y fortalecer las capacidades de veinte (20) entables mineros agremiados en una asociación del municipio de Segovia, mediante la implementación de estrategias de economía circular orientadas al uso eficiente de los recursos y a la gestión responsable de los residuos generados en el proceso de beneficio de oro.

De manera complementaria, se centró en la gestión y aprovechamiento de los lodos residuales derivados de la cianuración, con el propósito de mitigar impactos ambientales, optimizar su manejo y evaluar alternativas técnicas y económicamente viables para su valorización y posible reincorporación a la cadena productiva.

2.6.1 Resultados

Las veinte (20) plantas de beneficio participantes incorporaron, a través del programa, nuevos modelos de aprovechamiento de residuos basados en casos de éxito y en alternativas técnicas de valorización, fortaleciendo su enfoque frente al manejo sostenible de los subproductos derivados del proceso minero.

En la gráfica 14 encontramos las actividades realizadas en el marco del programa de economía circular para el año 2025.

Gráfica 14. Actividades realizadas en el marco del programa de economía circular para el año 2025.



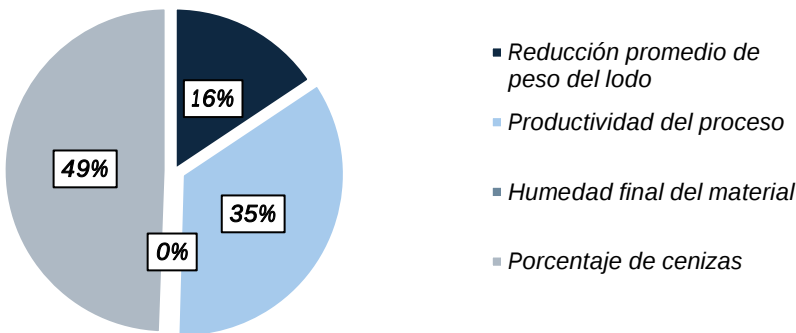
Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En el componente técnico, los resultados evidenciaron una transformación significativa del lodo tratado. Se logró una reducción notable de la humedad (hasta 0,26 % en laboratorio), la eliminación de olores y una mejora sustancial en la estabilidad física del material. Asimismo, los análisis confirmaron un poder calorífico superior promedio de 22.970 kJ/kg, demostrando el potencial del material procesado como combustible alternativo y abriendo la posibilidad de evaluar su aprovechamiento energético en diferentes cadenas productivas.

A continuación, en la gráfica 15 se presentan los resultados técnicos del ensayo de tratamiento de lodos, expresados a través de indicadores porcentuales que permiten evidenciar el comportamiento y la efectividad del proceso aplicado.

Gráfica 15. Resultados técnicos del ensayo de tratamiento de lodos - Indicadores porcentuales.

Resultados del ensayo



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Finalmente, se resaltan las principales actividades ejecutadas en el marco del programa de Economía Circular durante la vigencia 2025.

Ilustración 14. Evidencias de las actividades del programa Economía Circular en el año 2025.





Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En cuanto al desempeño del programa Economía Circular, en la tabla 21 se observa que se llevó a cabo de manera exitosa durante el año 2025.

Tabla 21. Resumen del cumplimiento de metas del Programa Economía Circular para el año 2025.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento De Meta
Economía Circular	1	1	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

3 Servicios.

Desde el gobierno nivel nacional, se ha establecido una clara hoja de ruta estratégica en el marco de la política de reindustrialización, en la cual el sector servicios se consolidó como uno de sus ejes prioritarios. Este componente estuvo orientado a elevar la calidad, competitividad y valor agregado de los servicios ofrecidos, buscando generar un impacto positivo en la calidad de vida de quienes habitan y desarrollan actividades económicas en los destinos turísticos.

La estrategia priorizó el fortalecimiento de la experiencia del visitante, tanto nacional como internacional, promoviendo estándares de servicio más altos y una oferta diferenciada, sin perder de vista la protección del entorno natural que sustenta la dinámica económica y social de los territorios.

Este enfoque favoreció un modelo de desarrollo turístico sostenible, en el que el bienestar de la comunidad, la conservación ambiental y la dinamización económica avanzaron de manera articulada, contribuyendo al posicionamiento del territorio y al fortalecimiento de su identidad local.

A continuación, en la tabla 22 se presenta el programa vinculado al eje de Servicios, desarrollado durante la vigencia 2025.

Tabla 22. Programa vinculado al pilar de Servicios.

DESCRIPCIÓN NOMBRES DE LOS PROGRAMAS	UNIDAD DE MEDIDA	POLÍTICA PÚBLICA	PRODUCTO
Clúster de Turismo de Naturaleza	Programa Ejecutado	Reindustrialización	Servicios

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

3.1. Clúster de Turismo de Naturaleza.

El programa buscó realizar el acompañamiento integral a los empresarios del sector turismo de naturaleza de las subregiones del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, con el fin de incrementar la competitividad, sostenibilidad y rentabilidad del sector, a través de la generación de valor en los segmentos de la actividad y así desarrollar proyectos que impacten los diferentes sectores de la industria del turismo.

3.1.1 Resultados.

En el año 2025, el Clúster de Turismo de Naturaleza se continuó desarrollando a través de la estructura de Destinos+ Competitivos+ Sostenibles, una metodología que se alineó a las perspectivas que buscábamos en el territorio para el desarrollo e implementación de productos turísticos más comercializables y que se ajusten a los parámetros de los segmentos de público que busca el territorio. Es así como, este proceso de diseño y planificación del producto turístico se llevó a cabo a partir de la aplicación de la metodología diseñada por parte de Swisscontact (Ramos Grimaldo, Abreu Ortiz, & Murrugarra Villanueva, s.f.), la cual establece ocho (8) pasos:

Paso 0- Alistamiento.

Paso 1- Perfil detallado.

Paso 2- Construcción de la experiencia.

Paso 3- Definir las condiciones de consumo.

Paso 4- Estructurar cadena de valor y brechas de la oferta.

Paso 5- Consolidar información sobre el producto.

Paso 6- Elaborar plan de trabajo- actividades.

Paso 7- Definición del producto por fortalecer.

Paso 8- Cierre del proyecto.

De estos ocho (8) pasos en el 2025 nos centramos en los siguientes:

Construcción de la experiencia

Estructurar cadena de valor y brechas de la oferta

Conocimiento de la oferta

Articulación de actores

Esto permitió que asistiéramos a setecientos ochenta (780) empresarios a través del desarrollo de:

- Plenarias.
- Espacios de promoción comercial.
- Foro de turismo sostenible.
- Formulación de proyectos.

Según la programación del año, se llevaron a cabo los siguientes eventos tal y como aparece en la tabla 23 a continuación:

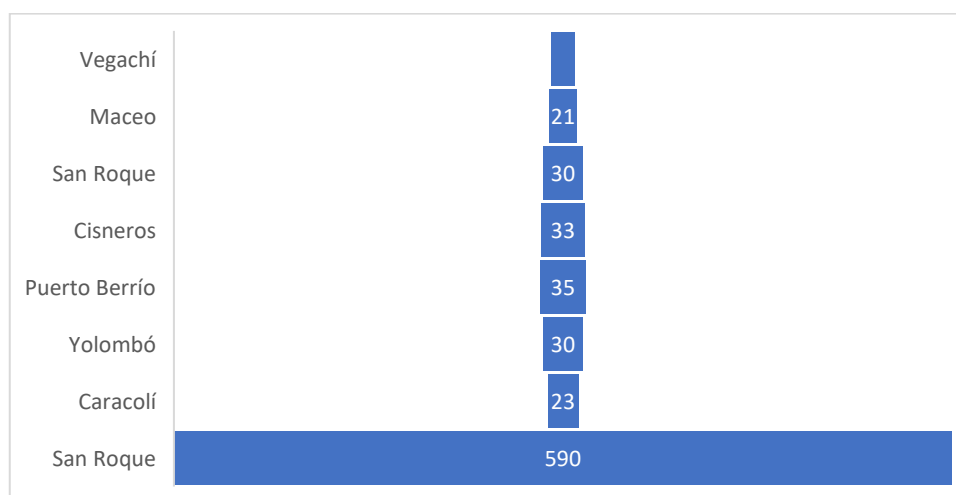
Tabla 23. Resumen de eventos del Clúster de Turismo en el año 2025.

Fechas	Subregión	Actividad	Municipio	Asistentes
4/03/2025	Nordeste	Plenaria	Vegachí	18
11/03/2025	Magdalena	Plenaria	Maceo	21
11/05/2025	Nordeste	Plenaria	San Roque	30
15/05/2025	Nordeste	Plenaria	Cisneros	33
22/05/2025	Magdalena	Plenaria	Puerto Berrío	35
18/07/2025	Nordeste	Plenaria	Yolombó	30
25/07/2025	Magdalena	Plenaria	Caracolí	23
26-17/09/2026	Nordeste	Foro de Turismo Sostenible	San Roque	590
Total				780

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En la gráfica 16 encontramos la cantidad de asistentes a las actividades del Clúster de Turismo para el año 2025.

Gráfica 16. Cantidad de asistentes a las actividades del Clúster de Turismo para el año 2025.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Sin lugar a duda la acción más relevante durante el año 2025 fue la realización del Foro de Turismo Sostenible, el cual reunió empresarios de diferentes municipios de Antioquia e inclusive de otras zonas del país, el cual mostraremos a continuación:

3.1.1.1. Foro de Turismo Sostenible.

Para impulsar el 2° Foro Regional de Turismo, diversas entidades y empresas de la región unieron esfuerzos con el propósito de consolidar un evento estratégico que fortaleciera el ecosistema turístico y potenciara el desarrollo económico local.

Este encuentro se concibió como un espacio para compartir experiencias, generar alianzas y abrir nuevas oportunidades que impulsen un turismo sostenible y con propósito.

A continuación, la Tabla 24 se presentan los once (11) aliados que contribuyeron a la realización del 2° Foro Regional de Turismo, haciendo posible la materialización de esta importante apuesta para el fortalecimiento del territorio.

Tabla 24. Aliados del Foro de Turismo Sostenible en el año 2025.

Entidades

Comfenalco Antioquia
Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.
Alcaldía de San Roque
Gobernación de Antioquia
Clúster de Turismo de Naturaleza
Gramalote
Corfeturs
Vinus S.A.S
Antioquia Gold
Coosanroque

Fuente: Comfenalco Antioquia y Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

Por otra parte, en la Tabla 25 se muestra la distribución de los asistentes al Foro durante la agenda académica, clasificados por municipio. En total, se contó con representación de treinta y cinco (35) municipios. Destaca en mayor participación de personas el municipio de San Roque, organizador y anfitrión del evento, seguido por los asistentes provenientes de la ciudad de Medellín y del municipio de Cisneros.

Tabla 25. Número de Asistentes por Municipio.

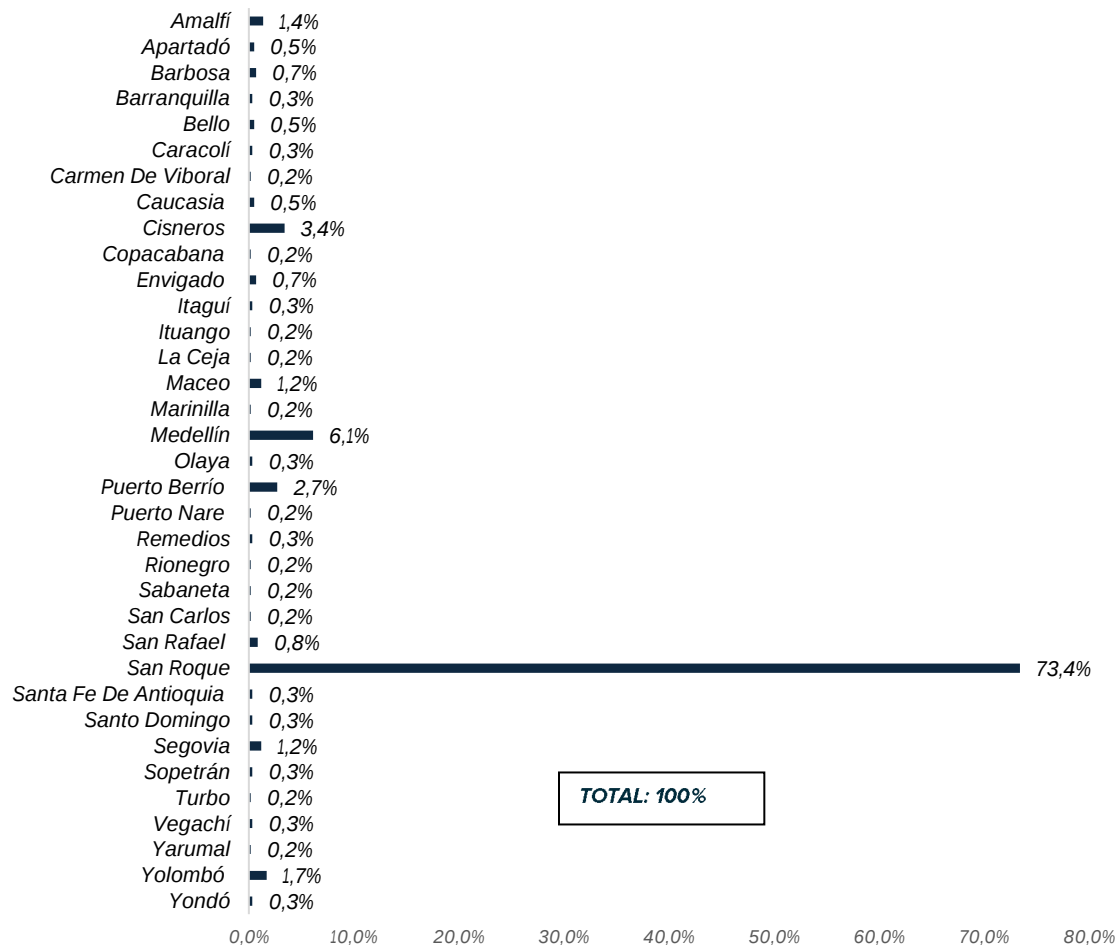
Municipio	Cantidad
Amalfi	8
Apartadó	3
Barbosa	4
Barranquilla	2
Bello	3
Caracolí	2
Carmen de Viboral	1
Caucasia	3
Cisneros	20
Copacabana	1
Envigado	4

Itagüí	2
Ituango	1
La ceja	1
Maceo	7
Marinilla	1
Medellín	36
Olaya	2
Puerto Berrío	16
Puerto Nare	1
Remedios	2
Rionegro	1
Sabaneta	1
San Carlos	1
San Rafael	5
San Roque	433
Santa Fe de Antioquia	2
Santo Domingo	2
Segovia	7
Sopetrán	2
Turbo	1
Vegachí	2
Yarumal	1
Yolombó	10
Yondó	2
Total	590

Fuente: Comfenalco Antioquia y Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

La Gráfica 17 muestra la distribución de los asistentes que participaron en la agenda académica del Foro.

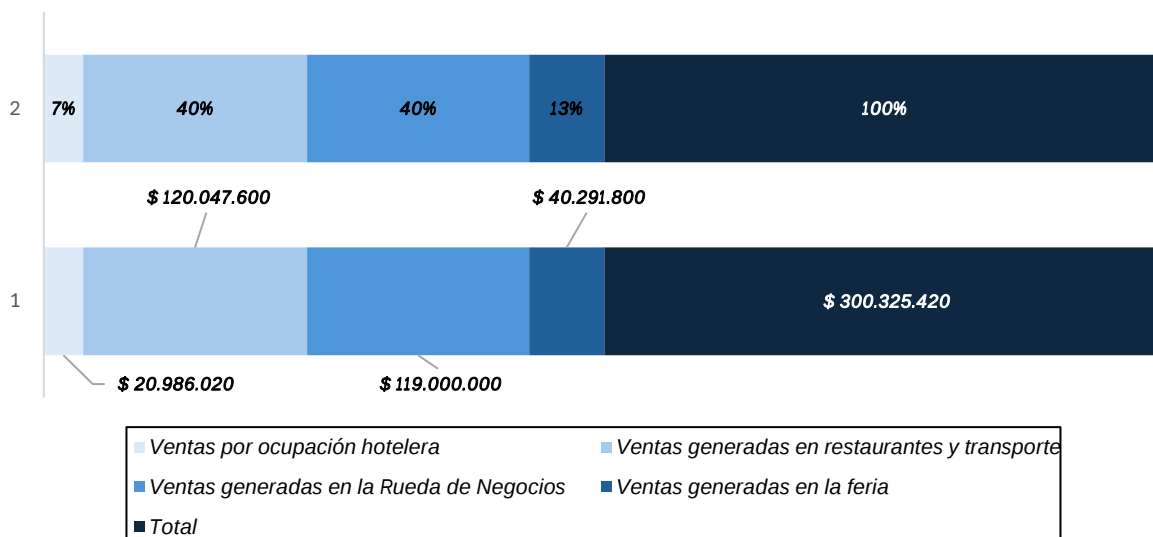
Gráfica 17. Distribución de Asistentes por Municipio.



Fuente: Comfenalco Antioquia y Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Por otro lado, la Gráfica 18 presenta las ventas generadas durante las muestras comerciales del Foro Regional de Turismo, incluyendo las empresas participantes en la Rueda de Negocios, así como los sectores de hoteles, restaurantes y transporte.

Gráfica 18. Ventas Generadas Durante el Evento.



Fuente: Comfenalco Antioquia y Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

La Gráfica presenta el impacto económico total generado en el 2° Foro Regional de Turismo, con ingresos que alcanzaron los \$300.325.420. Este total se distribuye de la siguiente manera: la ocupación hotelera aportó \$20.986.020, equivalente al 7%, las muestras comerciales generaron \$40.291.800, representando el 13%, los sectores de restaurantes y transporte alcanzaron ingresos de \$120.047.600, correspondientes al 40%, y la Rueda de Negocios reportó \$119.000.000, igualmente el 40% del total. Estos resultados evidencian la importancia del Foro en términos económicos a nivel local y subregional, reflejando un impacto positivo en los distintos sectores.

A continuación, en la Tabla 26 se presenta la participación de los municipios que hicieron presencia en el Foro Regional de Turismo, evidenciando el alcance territorial y la representatividad del evento en el departamento.

Tabla 26. Participación de las muestras comerciales por municipio.

Municipio	Cantidad
Amalfi	4
Apartadó	2
Barbosa	1
Caracolí	1
Caucasia	1
Cisneros	9
Envigado	1
Maceo	5
Marinilla	1
Medellín	3
Nariño	1
Olaya	1
Puerto Berrío	3
Remedios	1
San Rafael	1
San Roque	27
Santo Domingo	3
Sopetrán	1
Total	66

Fuente: Comfenalco Antioquia y Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Esta participación departamental demuestra el interés de los empresarios por integrarse a los procesos de fortalecimiento y promoción en el turismo. Los stands permitieron visibilizar la diversidad de productos, servicios y experiencias turísticas existentes en las subregiones, fomentando el intercambio comercial, la generación de alianzas estratégicas y la creación de nuevas oportunidades de negocio.

Finalmente, se resaltan las principales actividades ejecutadas en el marco del programa de Clúster de Turismo de Naturaleza durante la vigencia 2025.

Ilustración 15. Evidencias de las actividades del programa Clúster de Turismo de Naturaleza en el año 2025.



Fuente: Comfenalco Antioquia y Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En cuanto al desempeño del programa Clúster de Turismo de Naturaleza, en la tabla 27 se observa que se llevó a cabo de manera exitosa durante el año 2025.

Tabla 27. Resumen del cumplimiento de metas del Programa Clúster de Turismo de Naturaleza para el año 2025.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento De Meta
Clúster de Turismo de Naturaleza	1	1	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

4 Educación.

En el marco de la política de reindustrialización impulsada por el Gobierno Nacional, se definió una orientación estratégica para las cámaras de comercio del país, en la cual el eje de educación adquirió un papel prioritario. Este componente buscó consolidar la formación como un factor determinante para la superación de la pobreza y la disminución de brechas sociales que impactan el desarrollo del país.

En este contexto, las cámaras de comercio asumieron el compromiso de fomentar la sostenibilidad desde una perspectiva integral, promoviendo no solo la transferencia de conocimientos y el fortalecimiento de habilidades, sino también garantizando que estos aprendizajes aportaran al crecimiento económico, social y empresarial de las comunidades.

A continuación, en la tabla 28 se presenta el programa vinculado con este eje estratégico.

Tabla 28. Programa vinculado al pilar de Educación.

DESCRIPCIÓN NOMBRES DE LOS PROGRAMAS	UNIDAD DE MEDIDA	POLÍTICA PÚBLICA	PRODUCTO
Capacitaciones	Programa Ejecutado	Reindustrialización	Educación

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

4.1 Capacitaciones

El programa de Capacitaciones estuvo orientado a fortalecer el ecosistema empresarial de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, mediante la formación de empresarios y emprendedores en los dieciocho (18) municipios de su jurisdicción. Su propósito fue potenciar sus competencias, habilidades y destrezas en temáticas estratégicas, contribuyendo al desarrollo, consolidación y sostenibilidad de sus unidades productivas.

4.1.1 Resultados.

Se llevaron a cabo un total de cincuenta (50) capacitaciones en modalidad presencial, virtual e híbrida, desarrolladas en

diferentes municipios del área de influencia. Estas jornadas sumaron ciento treinta y dos (132) horas de intervención y beneficiaron de manera directa a mil ciento diez (1.110) empresarios.

Este resultado reflejó la disposición del público para aprovechar los espacios de formación, fortalecer sus conocimientos y adaptarse a nuevos enfoques y tendencias del entorno empresarial. Asimismo, evidenció la importancia de continuar generando escenarios de capacitación que contribuyeran al mejoramiento de las condiciones formativas y competitivas de la comunidad empresarial.

A continuación, en la tabla 29 se presenta el reporte detallado por temática, municipio y número de empresarios impactados por cada capacitación.

Tabla 29. Impacto por tema y municipio.

Capacitaciones 2025			
N°	Tema	Municipio	Asistencia
1	Facturación y Nómina Electrónica	Todos	24
2	Tarde del Empresario: Liquidación de nómina y prestaciones sociales	Todos	38
3	Generalidades y facturación electrónica	San Roque	18
4	Higiene y manipulación de alimentos	Maceo	30
5	Higiene y manipulación de alimentos	Puerto Triunfo	63
6	La experiencia del colaborador, una clave para afrontar los retos del futuro del empleo	Puerto Berrío	11
7	Aspectos tributarios esenciales para personas naturales y jurídicas	Yondó	21
8	Secop II y la contratación pública en Colombia	Puerto Berrío	21
9	Tarde del Empresario: Procedimientos para importar y exportar en Colombia	Todos	16

10	Formalizar tu empresa: De 0 a 1000 con los Trámites Invima	Puerto Berrío	15
11	Marketing Digital para aumentar tus ventas	Cisneros	23
12	Tarde del empresario: Mercadeo y Publicidad	Todos	3
13	Higiene y manipulación de alimentos	San Roque	50
14	Cómo estructurar un plan de ventas exitoso	Amalfi	9
15	Tarde del Empresario: Pos electrónico para MiPymes	Todos	2
16	Conecta y vende con Meta	Vegachí	2
17	Facturación y Nómina Electrónica y RUB	Segovia	5
18	Liderazgo Empresarial	Puerto Berrío	65
19	Gestión efectiva del servicio al cliente	Anorí	12
20	Higiene y manipulación de alimentos	Puerto Triunfo	36
21	Tarde del empresario: Servicio al cliente y protocolos de atención	Todos	32
22	Publicidad digital	Puerto Berrío	25
23	Documentos Electrónicos - Webinar	Todos	36
24	Estrategias de servicio y atención al cliente	Nechí	18
25	Servicio al cliente con propósito	San Roque	7
26	Tarde del Empresario: Aspectos legales para la creación y expansión de empresas	Todos	13
27	Costos y fijación de precios para microempresas	Remedios	13
28	Marketing digital para novatos	El Bagre	14
29	Finanzas para no financieros	Zaragoza	9
30	Cuidar y proteger mi empresa cuidando mis trabajadores	Puerto Berrío	58
31	El arte del servicio al cliente	Maceo	13
32	Higiene y manipulación de alimentos	Puerto Berrío	57
33	Contabilidad básica para empresarios (Se realizó virtual)	Segovia	9

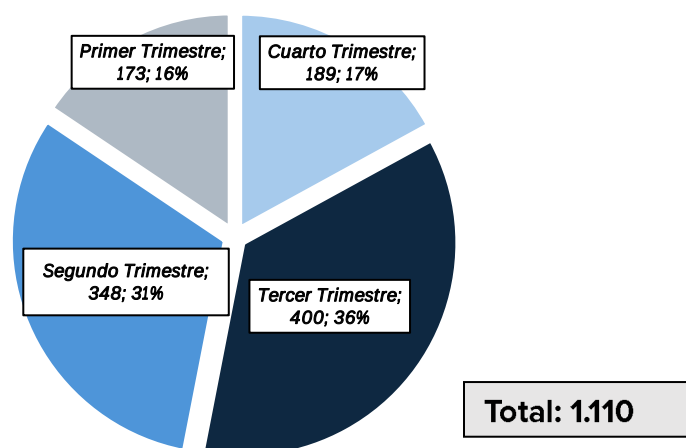
34	Buenas prácticas en atención al cliente	Caracolí	25
35	Tarde del Empresario: Contratación laboral y seguridad social	Todos	13
36	Higiene y manipulación de alimentos	Yolombo	8
37	Higiene y manipulación de alimentos	Cisneros	43
38	Finanzas básicas para crecer	Yolombó	17
39	Tarde del Empresario: Aprende a presentar ofertas en el Secop II	Todos	15
40	Curso: Primeros Auxilios	Puerto Berrío	24
41	Innovación en Productos Turísticos	Puerto Triunfo	8
42	Mentoría Empresarial: Marca Empleadora y selección de talento en el turismo	Puerto Triunfo	14
43	Taller Innovación en la cadena agroalimentaria	Puerto Berrío	36
44	Taller Kaizen	Puerto Berrío	36
45	Aspectos esenciales del servicio al cliente	Puerto Berrío	26
46	Servicio al Cliente que Impulsa tu Negocio	Yalí	14
47	Tarde del Empresario: Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo	Todos	15
48	Tarde del Empresario: Neuroventas, la nueva forma de vender	Todos	18
49	Tarde del empresario: Inteligencia artificial aplicado al Marketing Digital	Todos	19
50	Finanzas básicas para emprender	Puerto Nare	11
TOTAL			1.110

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Por otra parte, en la gráfica 19 se presenta el consolidado de asistencia a las capacitaciones desarrolladas, organizadas por trimestres. Esta segmentación permitió analizar el comportamiento progresivo de la participación de empresarios y emprendedores en las distintas conferencias y jornadas formativas, facilitando la identificación de

tendencias en el nivel de interés y compromiso de la comunidad empresarial a lo largo del periodo evaluado.

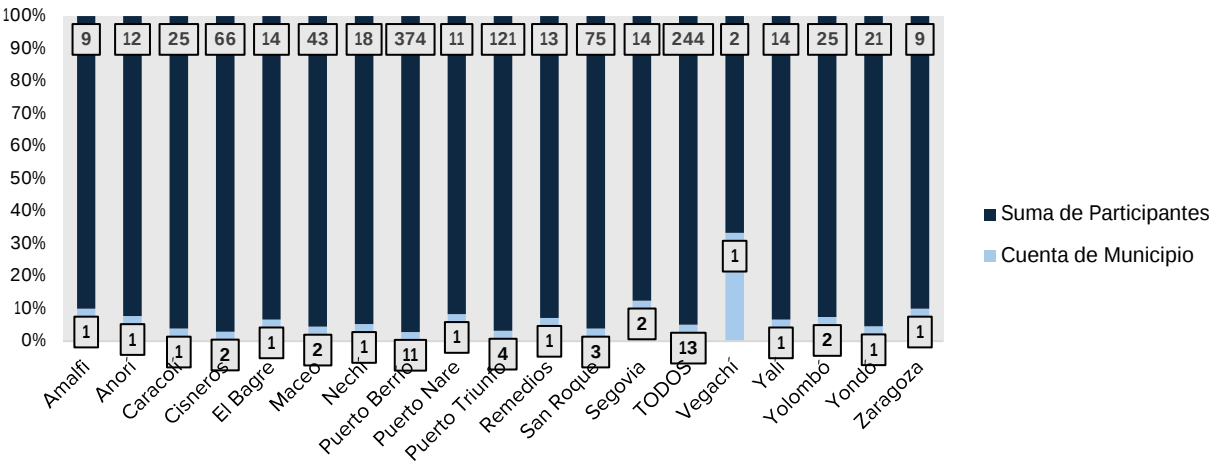
Gráfica 19. Proporción de participación por trimestre.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

La gráfica evidencia que la mayor asistencia se concentró en el tercer trimestre, con cuatrocientos (400) participantes (36%), seguido del segundo trimestre con trecientos cuarenta y ocho (348) asistentes (31%) siendo los más relevantes. Estos resultados muestran un incremento progresivo en la participación durante la mitad del año, alcanzando su punto más alto en el tercer trimestre. Por otro lado, en la gráfica 20 encontramos la cantidad de charlas y el número de asistentes por municipio para el año 2025.

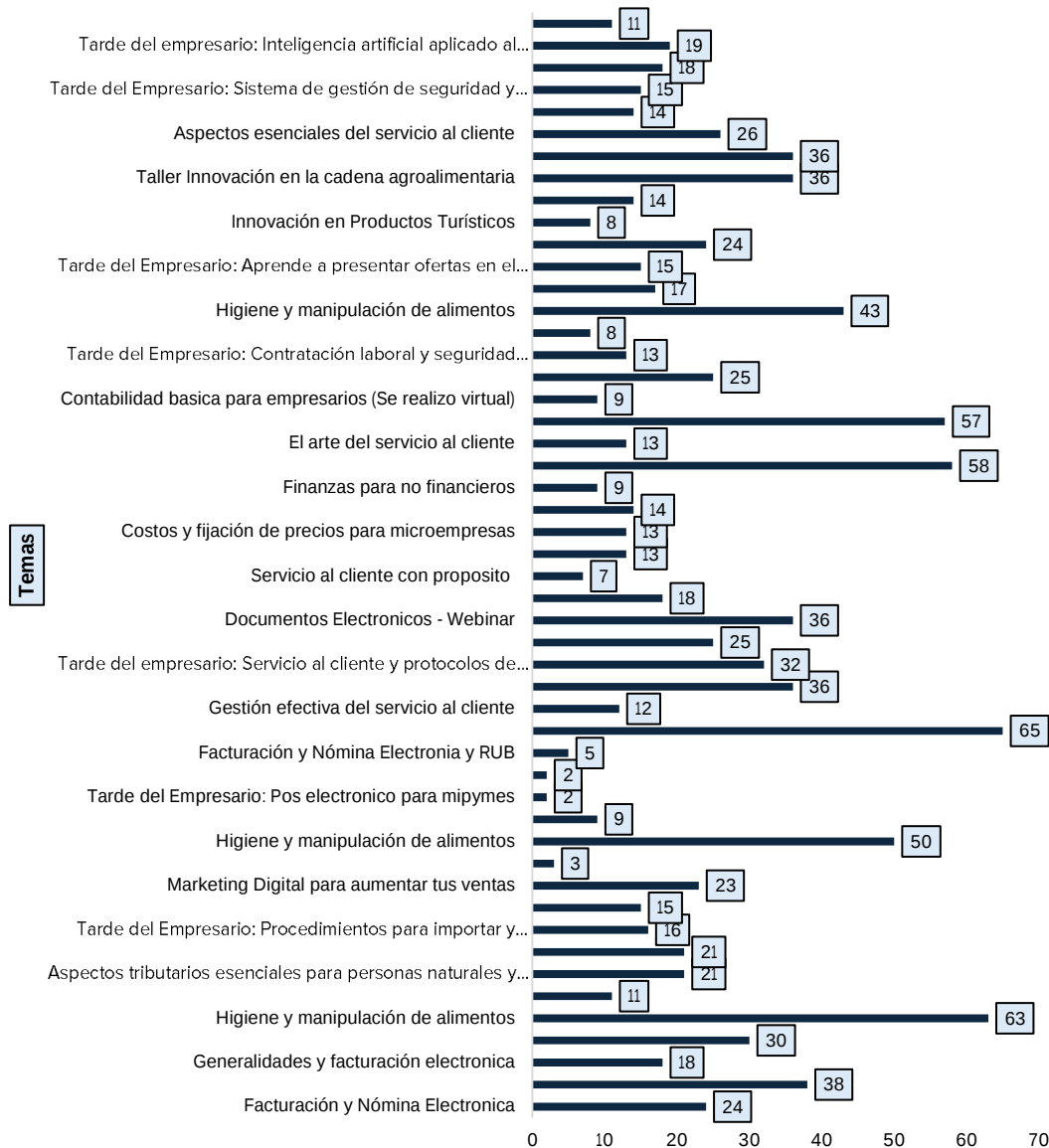
Gráfica 20. Cantidad de charlas y el número de asistentes por municipio.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Por último, en la gráfica 21 se muestra la distribución de participación según las diferentes temáticas desarrolladas durante la implementación del plan de capacitaciones 2025.

Gráfica 21. Distribución de participación por temas.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En la gráfica se identificó que las temáticas con mayor nivel de asistencia durante la vigencia fueron aquellas que registraron picos de participación de sesenta y cinco (65), sesenta y tres (63), cincuenta y ocho (58), cincuenta y siete (57) y cincuenta (50) empresarios, respectivamente. Estas cifras representaron los valores más altos dentro del consolidado general de capacitaciones desarrolladas.

En un segundo nivel de participación se ubicaron jornadas que alcanzaron asistencias de cuarenta y tres (43), treinta y ocho (38) y treinta y seis (36) empresarios —estas últimas repetidas en varias temáticas—, lo que evidenció un interés sostenido en diferentes áreas estratégicas.

Estos resultados reflejaron una mayor concentración de participación en temas clave para el fortalecimiento empresarial, particularmente aquellos relacionados con actualización normativa, herramientas comerciales, transformación digital y gestión administrativa, demostrando el interés de los empresarios y emprendedores por fortalecer sus capacidades competitivas y adaptarse a las exigencias del entorno económico.

A continuación, en la ilustración 16 se presentan algunas imágenes de las capacitaciones realizadas durante el año 2025.

Ilustración 16. Evidencias de las capacitaciones.





Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En cuanto al cumplimiento de la meta establecida mediante las actividades del programa de capacitaciones, se muestra en la tabla 30 que se alcanzó de manera exitosa durante el año 2025.

Tabla 30. Resumen del cumplimiento de metas del programa de capacitaciones.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento de Meta
Capacitaciones	50	50	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

5 Inclusión Social

En el marco de la política de industrialización, la inclusión social se constituyó en un eje fundamental para las cámaras de comercio, al ser un componente clave en la promoción de un desarrollo sostenible. Este enfoque se estructuró a partir de dos líneas estratégicas principales:

- **Inclusión Social – Participación de Mujeres e Igualdad de Género:** reconocida no solo como un derecho humano esencial, sino como un elemento determinante para la construcción de sociedades más equitativas, pacíficas y prósperas. Este componente promovió el fortalecimiento y empoderamiento de las mujeres y de otros grupos en condición de vulnerabilidad dentro del entorno empresarial, garantizando su participación y en condiciones de equidad en la dinámica económica.
- **Inclusión Social – Economía Popular:** orientada al fortalecimiento de la capacidad de generación de ingresos de las unidades productivas que desarrollan actividades mercantiles en el marco de la economía popular. A través de procesos de asistencia técnica integral, se buscó consolidar sus competencias organizativas, comerciales y digitales, favoreciendo el crecimiento, la sostenibilidad y la permanencia de sus negocios en el tiempo.

A continuación, en la tabla 31 se describen los programas vinculados al pilar de Inclusión Social, desarrollados durante la vigencia 2025.

Tabla 31. Programas vinculados al pilar de Inclusión Social.

DESCRIPCIÓN NOMBRES DE LOS PROGRAMAS	UNIDAD DE MEDIDA	POLÍTICA PÚBLICA	PRODUCTO
Mujer Activa	Programa Ejecutado	Reindustrialización	Inclusión Social
Transforma-T para Crecer	Programa Ejecutado	Reindustrialización	
Alístate	Programa Ejecutado	Reindustrialización	

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

5.1 Mujer Activa.

El programa Mujer Activa estuvo orientado a fortalecer las competencias del ser, hacer y conocer de mujeres líderes, emprendedoras y empresarias de los municipios de San Roque, Puerto Berrío, Segovia, El Bagre y Nechí, mediante procesos formativos, talleres vivenciales y acompañamiento integral. Su propósito fue potenciar el liderazgo femenino, el empoderamiento personal y la sostenibilidad de sus iniciativas productivas, contribuyendo al fortalecimiento del tejido social y empresarial en el Magdalena Medio, Nordeste y Bajo Cauca antioqueño.

5.1.1 Resultados.

El programa se desarrolló entre marzo y noviembre de 2025, impactando un total de ciento cincuenta y nueve (159) mujeres, superando la meta empresarial establecida de ciento cincuenta (150), lo que representó un cumplimiento por encima del seis por ciento (106%).

En el marco de la estrategia, se ejecutaron cuatro (4) eventos principales de la siguiente forma:

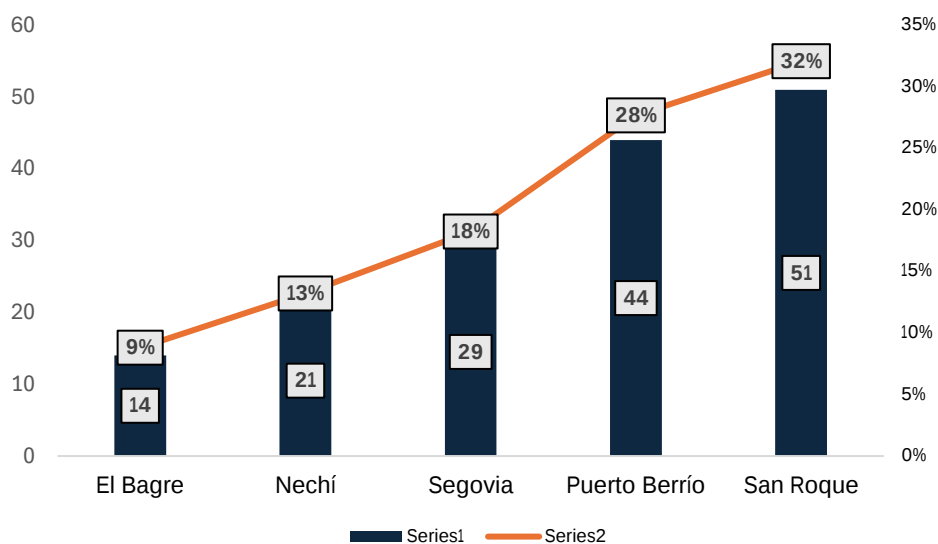
- San Roque: Se realizó un (1) taller “Mapa de Sueños”, impactando a cincuenta y una (51) mujeres.
- Puerto Berrío: Se desarrolló un (1) taller “Mapa de Sueños”, con la participación de cuarenta y cuatro (44) mujeres.
- Segovia: Se llevó a cabo un (1) taller “Círculo de Sueños”, beneficiando a veintinueve (29) mujeres.
- El Bagre: Se realizó un (1) taller “Círculo de Sueños”, con la participación de catorce (14) mujeres.

Por otra parte, en el municipio de Nechí se implementó un (1) programa de fortalecimiento empresarial compuesto por cinco (5) módulos formativos, en el cual se tuvo una participación promedio de veinte (20) mujeres por sesión, iniciando con veintidós (22) participantes en el módulo uno, disminuyendo a dieciocho (18) en el módulo dos y cerrando con veintidós (22) participantes en el módulo cinco. Como

resultado del proceso, veintiuna (21) mujeres culminaron y recibieron certificación.

En la gráfica 22 se muestra la participación a los módulos desarrollados en el marco del Programa Mujer Activa.

Gráfica 22. Distribución por municipio.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En términos porcentuales, la participación se distribuyó de la siguiente manera: San Roque concentró el 32%, Puerto Berrío el 28%, Segovia el 18%, Nechí el 13%, y El Bagre el 9%, evidenciando un impacto regional equilibrado, con mayor concentración en los municipios de San Roque y Puerto Berrío.

Estos resultados reflejaron una alta acogida del programa en los territorios priorizados, consolidando espacios de formación, liderazgo y fortalecimiento empresarial para las mujeres participantes, y reafirmando la pertinencia de la estrategia implementada.

Por otra parte, en la ilustración 17 se evidencian las acciones desarrolladas a lo largo del programa Mujer Activa durante el año 2025.

Ilustración 17. Evidencias Programa Mujer Activa.

	
San Roque	Puerto Berrio
	
Segovia	El Bagre
	
Nechí	Nechí

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Con relación al cumplimiento del programa Mujer Activa, en la tabla 32 se evidencia el cumplimiento en el plan anual de trabajo 2025.

Tabla 32. Resumen del cumplimiento de metas del Programa Mujer Activa.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento De Meta
Mujer Activa	1	1	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

5.2 Transforma-T para Crecer.

El programa Transforma-T para Crecer estuvo orientado a fortalecer las capacidades comerciales, financieras y gerenciales de los líderes de micronegocios y unidades productivas de la Economía Popular en los municipios de Segovia, Remedios y Vegachí. Su propósito fue mejorar las habilidades administrativas, financieras y estratégicas de los empresarios, contribuyendo a su sostenibilidad en el mercado, promoviendo la formalización, el acceso a nuevos mercados y la consolidación de negocios más competitivos en el territorio del Nordeste Antioqueño.

5.2.1 Resultados

El programa impactó de manera directa a cien (100) unidades productivas, mediante una estrategia integral que combinó diagnóstico, formación grupal y asesoría individual especializada en tres municipios priorizados.

En la fase inicial y final se aplicaron cien (100) diagnósticos de entrada y cien (100) diagnósticos de salida, permitiendo establecer una línea base y medir los avances alcanzados en la gestión empresarial.

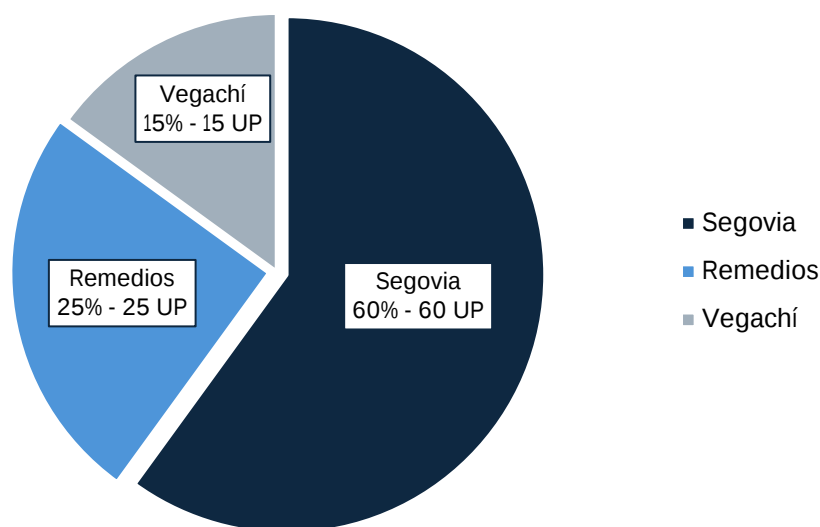
En el componente de formación grupal se desarrollaron cuarenta y ocho (48) horas de capacitación presencial, distribuidas equitativamente en dieciséis (16) horas por cada municipio: Segovia, Remedios y Vegachí. Las jornadas abordaron cuatro (4) módulos estratégicos: capacidades comerciales, costos y fijación de precios, habilidades digitales y habilidades blandas.

En la etapa de asesorías individuales se ejecutaron doscientas (200) horas de consultoría personalizada,

equivalentes a dos (2) horas por cada unidad productiva intervenida, alcanzando un cumplimiento del cien por ciento (100%) de la meta establecida.

En la gráfica 23 se muestra la distribución territorial del programa en el año 2025.

Gráfica 23. Distribución de intervención por municipio.

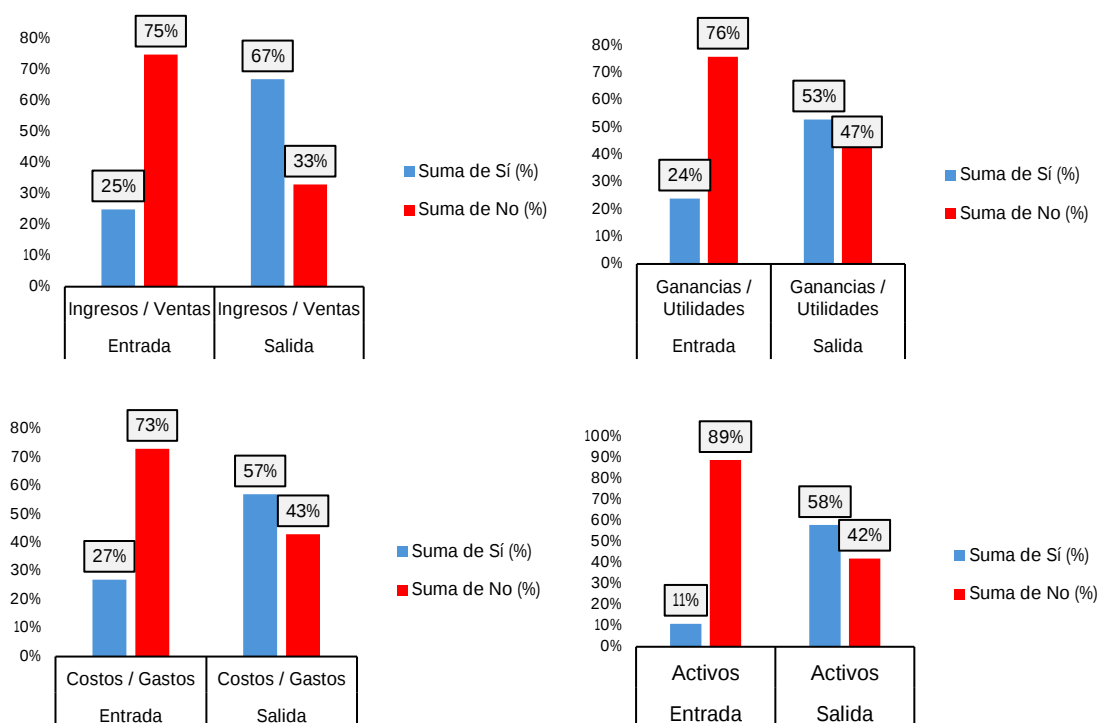


Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

El municipio donde se concentró la mayor participación de unidades productivas fue Segovia con sesenta (60), seguido por el municipio de Remedios con veinticinco (25) y por último el municipio de Vegachí con quince (15).

Por otro lado, desde el análisis comparativo de los diagnósticos de entrada y salida, los principales indicadores evidenciaron mejoras significativas:

Gráfica 24. Variación financiera de las UP participantes.

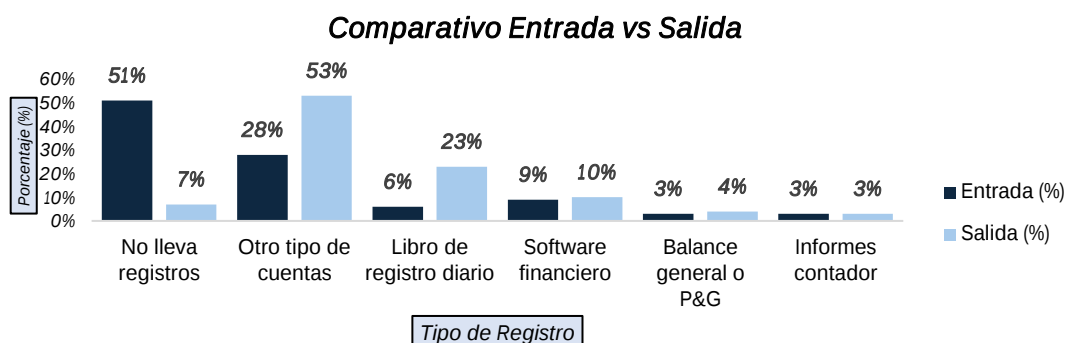


Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En las gráficas se evidencia el cambio por el impacto del programa principalmente en el nivel de ventas que pasó del 25% al 67% en promedio, con el nivel de utilidades que pasó del 24% al 53%, los costos disminuyeron del 73% al 43% y el nivel de activos que pasó del 11% al 58%, mejorando la salud financiera de las empresas participantes.

Este resultado se complementa con lo que se muestra en la gráfica 25, donde se muestran las mejoras en las prácticas contables. El porcentaje de unidades que "No lleva registros" se desplomó del 51% al 7% (-44 pp). Este cambio fue absorbido principalmente por un aumento en el uso de "Otro tipo de cuentas" (cuadernos, Excel) y "Libro de registro diario", indicando un (1) primer paso fundamental hacia la formalización de la gestión.

Gráfica 25. Principal registro utilizado por las UP para llevar las cuentas.

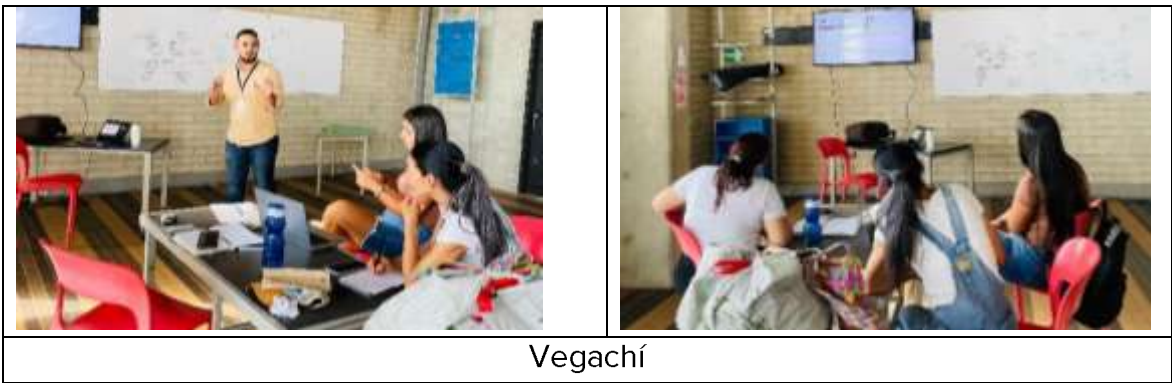


Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

A continuación, en la ilustración 18 se presenta el registro fotográfico que evidencia el desarrollo y la ejecución de las actividades realizadas en el marco del programa Transforma-T para Crecer 2025.

Ilustración 18. Evidencias de las actividades realizadas de Transforma-T para Crecer.





Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

De acuerdo con el cumplimiento del programa Transforma-T para Crecer, se evidencia en la tabla 33 el cumplimiento para el año 2025.

Tabla 33. Resumen del cumplimiento de metas del Programa Transforma-T para Crecer.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento De Meta
Transforma-T para Crecer	1	1	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

5.3 Alístate

El programa Alístate 2025 de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño estuvo orientado a impulsar el fortalecimiento empresarial y financiero de cien (100) micronegocios y microempresas de la economía popular, mediante una estrategia de acompañamiento integral que facilitó su inclusión financiera y su integración al sistema financiero formal.

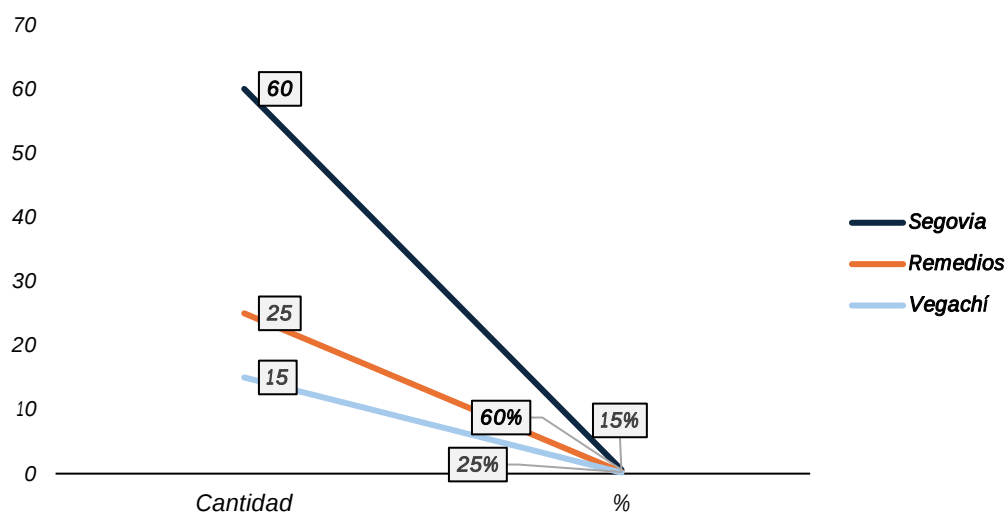
Así mismo, el programa fue transversal a la estrategia Transforma-T para Crecer, permitiendo dar continuidad al proceso de fortalecimiento previamente desarrollado, consolidar los aprendizajes adquiridos y profundizar en acciones orientadas al acceso efectivo a servicios financieros formales, asegurando una intervención progresiva y articulada en beneficio de los empresarios participantes.

5.3.1 Resultados.

El programa atendió un total de cien (100) unidades productivas, alcanzando el 100 % de la meta empresarial establecida en el Plan Anual de Trabajo (PAT), con una ejecución del 100 % de las actividades programadas y ciento cincuenta (150) horas de intervención técnica directa.

En la gráfica 26 se muestra la distribución por municipio de las unidades productivas impactadas con este programa,

Gráfica 26. Distribución de beneficiarios por municipio.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

El programa estructuró su intervención en cuatro (4) componentes estratégicos: ahorro, crédito, desarrollo empresarial con énfasis en educación financiera y seguros, realizando una caracterización individual a través de visitas y acompañamientos virtuales.

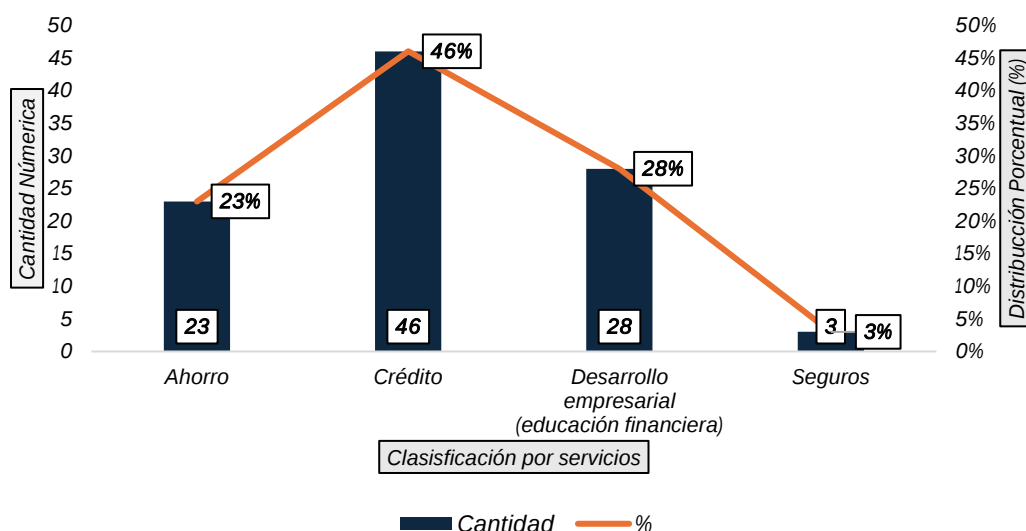
La estrategia se ejecutó mediante una entidad financiera aliada de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, facilitando la conexión con el sistema financiero formal.

Los resultados evidenciaron mayor concentración en crédito y desarrollo empresarial, reflejando la necesidad de

fortalecer capacidades financieras en las cien (100) unidades productivas intervenidas.

A continuación en la gráfica 27 se muestran algunos resultados por componentes desarrollados en el proceso.

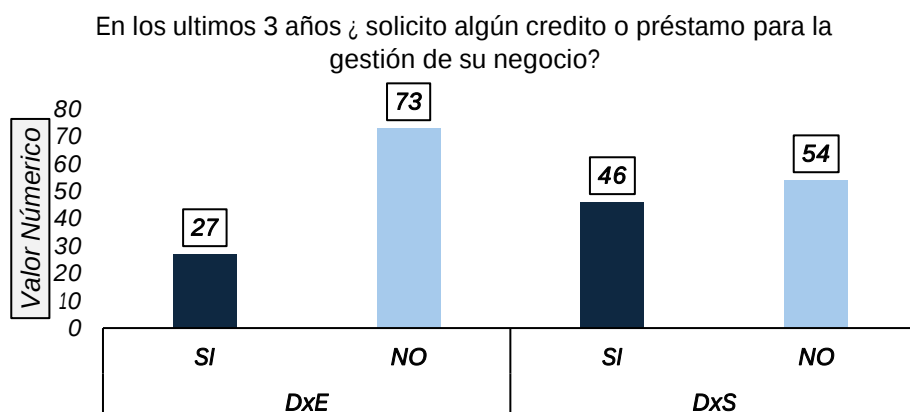
Gráfica 27. Resultados por componente.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Por otro lado, el análisis comparativo entre el diagnóstico de entrada y el diagnóstico de salida evidenció un avance significativo en el acceso al crédito por parte de los empresarios participantes. Como dato relevante encontramos, que en el diagnóstico inicial, solo veintisiete (27) unidades productivas reportaron haber solicitado algún crédito en los últimos tres (3) años de manera formal ante una entidad bancaria y al cierre del programa esta cifra aumentó a cuarenta y seis (46) unidades productivas con créditos directos con la entidad bancaria aliada en el proceso. Este comportamiento se evidencia en la gráfica 28 a continuación.

Gráfica 28. Comparativo diagnóstico de entrada vs. diagnóstico de salida en acceso a crédito.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Por otra parte, en la ilustración 19 se presenta el registro fotográfico que evidencia las actividades desarrolladas en el marco del programa Alístate para el año 2025.

Ilustración 19. Evidencias de las asesorías especializadas del programa Alístate.





Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

El cumplimiento de la meta del programa Alístate se evidencia en la tabla 34 a continuación.

Tabla 34. Resumen del cumplimiento de metas del Programa Alístate.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento De Meta
Alístate	1	1	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

6 Desarrollo de la Economía Regional.

El pilar de Desarrollo de la Economía Regional, en el marco de la política de Reindustrialización del Gobierno Nacional, integró el conjunto de programas orientados a dinamizar y fortalecer el tejido empresarial del territorio. Esta línea estratégica estuvo dirigida a potenciar el crecimiento sostenible de las empresas y a consolidar su aporte al desarrollo económico regional.

Este pilar se estructuró en tres (3) enfoques fundamentales:

- a. Fortalecimiento Empresarial:** Se orientó a consolidar la economía regional mediante la implementación de programas integrales enfocados en robustecer el tejido empresarial. Promovió el emprendimiento, la movilidad empresarial y la generación de empleo formal, así como la oferta de bienes y servicios estratégicos para la economía. Igualmente, impulsó prácticas empresariales sostenibles que contribuyeran al desarrollo competitivo y responsable del entorno productivo.
- b. Comercio:** Este componente estuvo dirigido a optimizar el desempeño del sector comercial, tanto minorista como mayorista, a través del fortalecimiento de capacidades en gestión administrativa, logística, mercadeo y dirección estratégica. Su finalidad fue consolidar este segmento como un actor clave en la dinámica económica regional y nacional, aportando al crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) y a la competitividad del mercado.
- c. Acceso a Mercados Nacionales e Internacionales:** Se enfocó en ampliar las oportunidades comerciales de las empresas mediante el fortalecimiento de sus capacidades técnicas y estratégicas, facilitando su inserción y posicionamiento en mercados locales, regionales, nacionales e internacionales. Este enfoque promovió la expansión empresarial y el desarrollo de capacidades exportadoras como eje de crecimiento sostenible.

A continuación, en la tabla 35 se presentan los programas que hicieron parte de este pilar estratégico y que contribuyeron de manera significativa a su implementación y resultados.

Tabla 35. Programas vinculados al pilar Desarrollo de la Economía Regional.

DESCRIPCIÓN NOMBRES DE LOS PROGRAMAS	UNIDAD DE MEDIDA	POLÍTICA PÚBLICA	PRODUCTO
Jornada de Actualización de RUT	Programa Ejecutado	Reindustrialización	

FortaleSER	Programa Ejecutado	Reindustrialización	Desarrollo de la Economía Regional
Vende +	Programa Ejecutado	Reindustrialización	
Consultorio Empresarial	Programa Ejecutado	Reindustrialización	
Consultorio de Comercio Exterior	Programa Ejecutado	Reindustrialización	
Crece es Posible	Programa Ejecutado	Reindustrialización	
Entorno Joven	Programa Ejecutado	Reindustrialización	
Promoción Comercial	Programa Ejecutado	Reindustrialización	
Octavo Concurso Emprende tu Futuro Más ideas Más Empresas	Programa Ejecutado	Reindustrialización	
Proyectos	Programa Ejecutado	Reindustrialización	
Cultura Cámara	Programa Ejecutado	Reindustrialización	
Dialogo Publico - Privado	Programa Ejecutado	Reindustrialización	

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

6.1. Jornada de actualización de RUT.

El programa Jornada de Actualización del RUT estuvo orientado a acercar los servicios de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) a los ciudadanos y empresarios de los municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño. Su propósito fue facilitar el acceso a la expedición y actualización del Registro Único Tributario (RUT), promover la formalización empresarial y fortalecer la cultura tributaria mediante jornadas gratuitas de atención, capacitaciones especializadas y acompañamiento personalizado.

6.1.1. Resultados.

El programa desarrolló cinco (5) jornadas interinstitucionales en los municipios de Puerto Berrío, San Roque, El Bagre, Segovia y Cisneros, entre el 6 de febrero y el 1 de julio de 2025. Estas permitieron prestar servicios tributarios, realizar trámites del RUT y ofrecer capacitaciones complementarias en Facturación Electrónica, Nómina Electrónica, Registro Único de Beneficiarios Finales (RUB) y generalidades de renta.

En San Roque se atendieron a ciento ochenta y nueve (189) personas, siendo el municipio con mayor participación. La jornada se realizó en el marco de la Feria de Formalización, y ofreció la capacitación en Generalidades Tributarias y Facturación Electrónica.

El resultado en Puerto Berrío fue de ciento dieciocho (118) trámites del RUT atendidos mediante modalidad virtual programada en dos (2) días. Se desarrolló la capacitación en Facturación y Nómina Electrónica, complementando la jornada. Fue el segundo municipio con mayor participación.

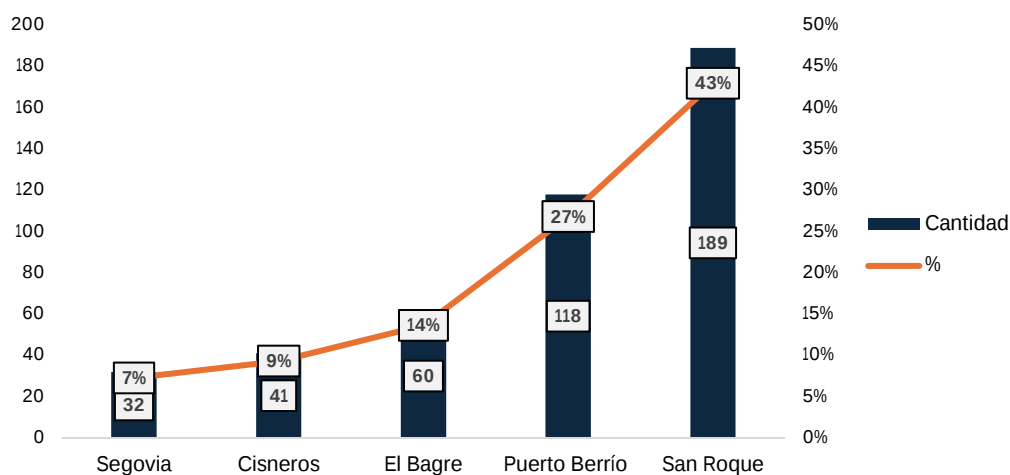
En el Bagre sesenta (60) personas fueron atendidas en trámites del RUT. Se desarrollo una capacitación en RUB y generalidades de renta.

En el municipio de Cisneros fueron atendidas cuarenta y un (41) personas. Jornada desarrollada en el marco de la Feria de Promoción de Empresas del Nordeste Antioqueño.

Finalmente, en Segovia se atendieron a treinta y dos (32) personas. Se desarrollo una capacitación en Facturación y Nómina Electrónica y RUB.

A continuación en la gráfica 29 encontramos los resultados de las Jornadas del RUT 2025.

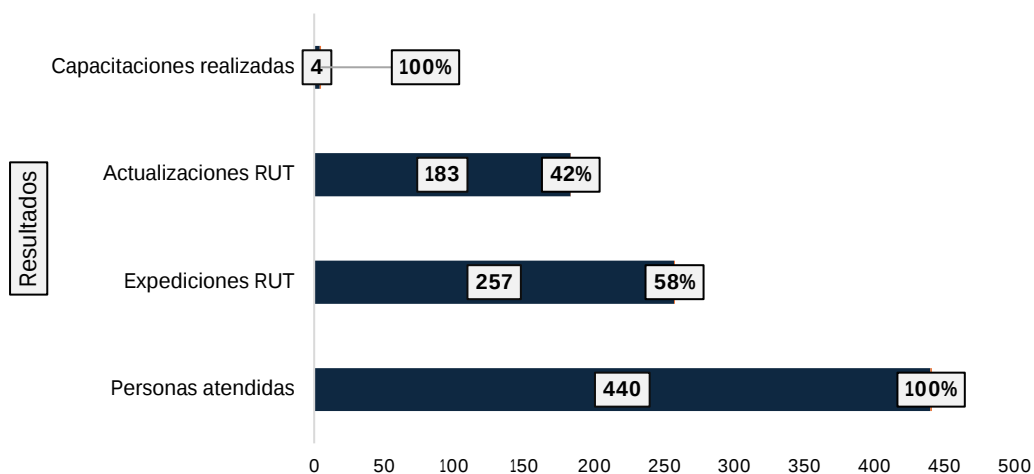
Gráfica 29. Resultados del tejido empresarial atendido por municipio.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Por otra parte, en la gráfica 30 encontramos el impacto del programa de Jornadas del RUT para el año 2025 a continuación.

Gráfica 30. Impacto total del programa.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Los datos más relevantes que encontramos en el marco de este programa fueron:

- Cuatrocientos cuarenta (440) personas atendidas en la totalidad de las jornadas.

- Doscientos cincuenta y siete (257) expediciones de RUT (58 %) y ciento ochenta y tres (183) actualizaciones del RUT (42 %), evidenciando un alto volumen de nuevos contribuyentes formalizados.
- Cuatro (4) capacitaciones realizadas, con participación en distintos municipios según temática.

La estrategia demostró gran efectividad, especialmente en territorios con jornadas abiertas y articulación multisectorial, alcanzando una ejecución del 100 % del programa.

En la ilustración 20 se presentan las evidencias de las diferentes jornadas realizadas de tramitación y actualización del RUT.

Ilustración 20. Evidencia de las jornadas de tramitación y actualización del RUT.





Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Con relación al cumplimiento de las jornadas actualización del RUT, se desarrollaron satisfactoriamente durante el año 2025, como se puede apreciar en la Tabla 36 a continuación.

Tabla 36. Resumen cumplimiento de metas correspondiente a las Jornadas de Actualización del RUT.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento De Meta
Jornada de actualización del RUT	1	1	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

6.2. FortaleSER.

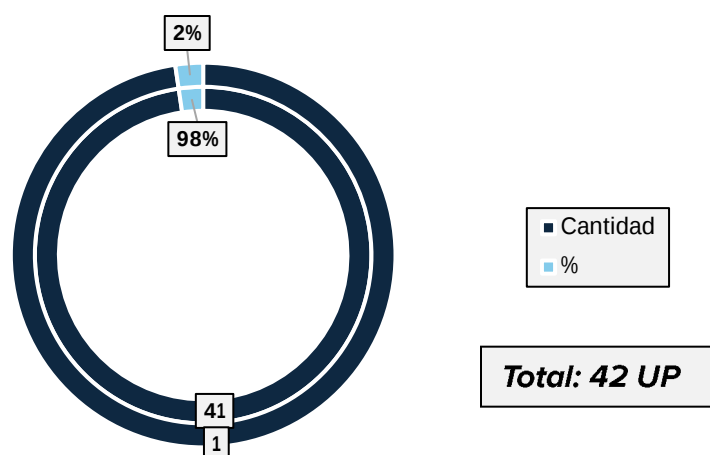
El Programa de Fortalecimiento Empresarial FortaleSER, estuvo enfocado en promover mejores prácticas empresariales en las unidades productivas de los territorios intervenidos, mediante procesos de diagnóstico, acompañamiento técnico, capacitación y asesorías especializadas. Su propósito fue fortalecer la productividad, la formalización, la gestión interna y las capacidades financieras, comerciales y organizacionales de las MiPymes, contribuyendo al crecimiento y sostenibilidad de los negocios y al desarrollo económico local. Para el año 2025 se desarrolló el Ciclo II y el Ciclo III como lo vamos a observar a continuación:

6.2.1. Resultados.

6.2.1.1. Ciclo II.

El Ciclo II se ejecutó en el municipio de Segovia entre los meses de enero y abril de 2025, donde participaron cuarenta y dos (42) unidades productivas que cumplieron a cabalidad con el programa. A continuación, en la gráfica 31 se observan los principales resultados de este programa.

Gráfica 31. Distribución por municipio.

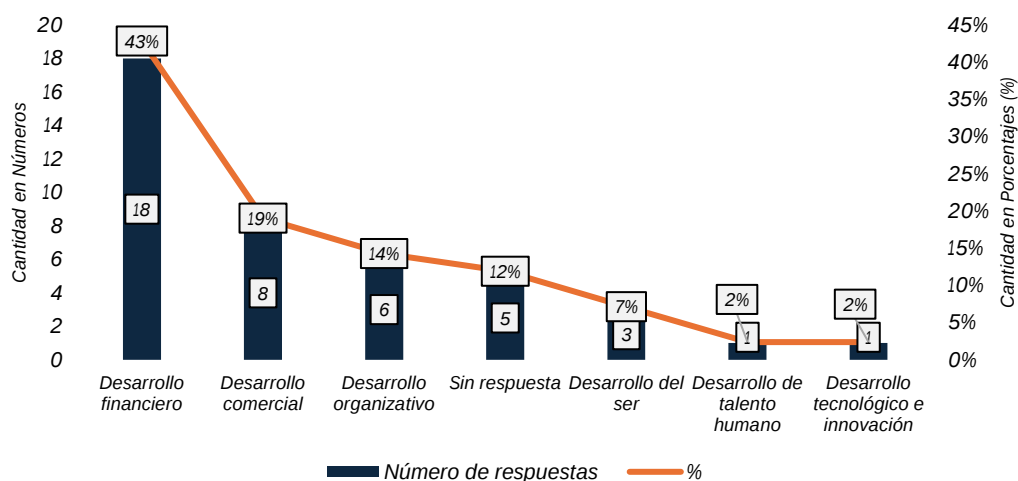


Fuente: Camara de Comercio de Medellín para Antioquia - Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Las unidades productivas recibieron el total de las intervenciones programadas en temas claves como: Desarrollo del ser, Laboratorios, Asistencia técnica individual, Asistencia financiera y Mentorías.

A continuación, se presenta la encuesta realizada a las personas participantes de las unidades productivas acerca de la percepción del programa y las temáticas que las unidades productivas identificaron como más útiles para su fortalecimiento empresarial.

Gráfica 32. Temáticas que fueron más útiles para las unidades productivas.



Fuente: Camara de Comercio de Medellín para Antioquia - Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Estos resultados evidencian que los empresarios valoraron los temas financieros y desarrollo comercial en gran medida, diferente a temas como desarrollo tecnológico e innovación y desarrollo del talento humano que fueron los que presentaron la más baja aceptación.

A continuación se presenta el ciclo III del programa FortaleSER.

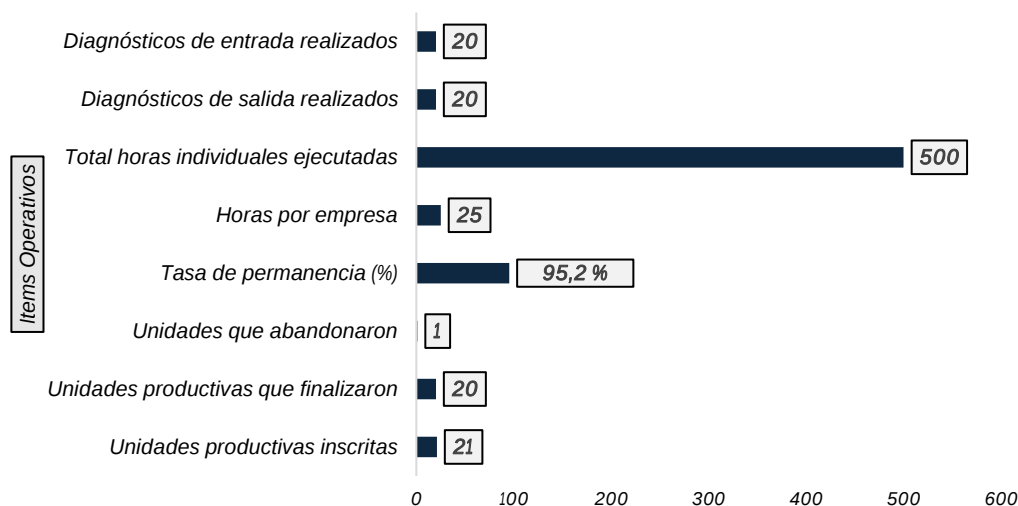
6.2.1.2. Ciclo III.

El Ciclo III del Programa FortaleSER, fue ejecutado en el municipio de Puerto Berrío entre los meses de junio y noviembre de 2025 bajo una modalidad híbrida. Se inscribieron veintiún (21) unidades productivas, de las cuales veinte (20) culminaron satisfactoriamente el proceso, alcanzando una tasa de permanencia del 95,2 %. Cada empresa recibió veinticinco (25) horas de acompañamiento individual, para un total de quinientas (500) horas ejecutadas. A todas las unidades productivas activas se les aplicó un diagnóstico de entrada y

salida, garantizando una medición precisa de los avances alcanzados.

En la gráfica 33 a continuación, se presenta los principales indicadores de cobertura, permanencia e intensidad del Programa FortaleSER ciclo III, evidenciando el alcance real del acompañamiento brindado a las Unidades Productivas del municipio de Puerto Berrío.

Gráfica 33. Resultados operativos del programa.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

A continuación, en la ilustración 21 se presentan las evidencias del programa FortaleSER en los ciclos II y III.

Ilustración 21. Evidencias de las actividades realizadas en el programa FortaleSER.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En la tabla 37 a continuación se evidencia el cumplimiento del programa FortaleSER en sus ciclos II y III, durante el año 2025.

Tabla 37. Resumen del cumplimiento de metas del FortaleSER.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento De Meta
FotaleSER	1	2	200%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

6.3. Vende +.

El programa Vende+ 2025 se enfocó en impulsar el ecosistema empresarial de la jurisdicción de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, mediante el desarrollo de capacidades administrativas, comerciales y digitales de los

empresarios y emprendedores de los municipios de Puerto Berrío y Segovia.

Su propósito fue que los participantes adquirieran competencias técnicas para vender más y mejor, consolidar su presencia en el mercado y facilitar el acceso a nuevos canales de comercialización a través de procesos formativos, laboratorios prácticos y espacios reales de negociación.

6.3.1. Resultados.

El programa Vende+ 2025 atendió a sesenta (60) unidades productivas, distribuidas de la siguiente manera: treinta y un (31) empresas de Puerto Berrío y veintinueve (29) de Segovia. Este programa se desarrolla a través de un proceso formativo compuesto por seis (6) módulos presenciales: Etapa 1. Diagnóstico empresarial

Etapa 2. Fortalecimiento comercial.

Etapa 3. Laboratorio de relacionamiento comercial.

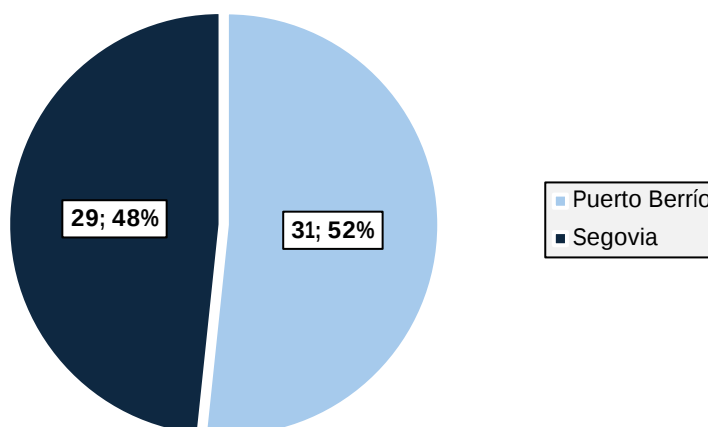
Etapa 4. Conexiones comerciales.

Etapa 5. Seguimiento y medición.

Etapa 6. Evento de cierre.

El 100% de los participantes recibió fortalecimiento empresarial y el 48% completó todo el ciclo, completando la certificación de treinta y cuatro (34) empresarios en el programa. A continuación, se presenta la gráfica de empresarios atendidos en el programa.

Gráfica 34. Distribución de Empresarios Atendidos en el Programa Vende+.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

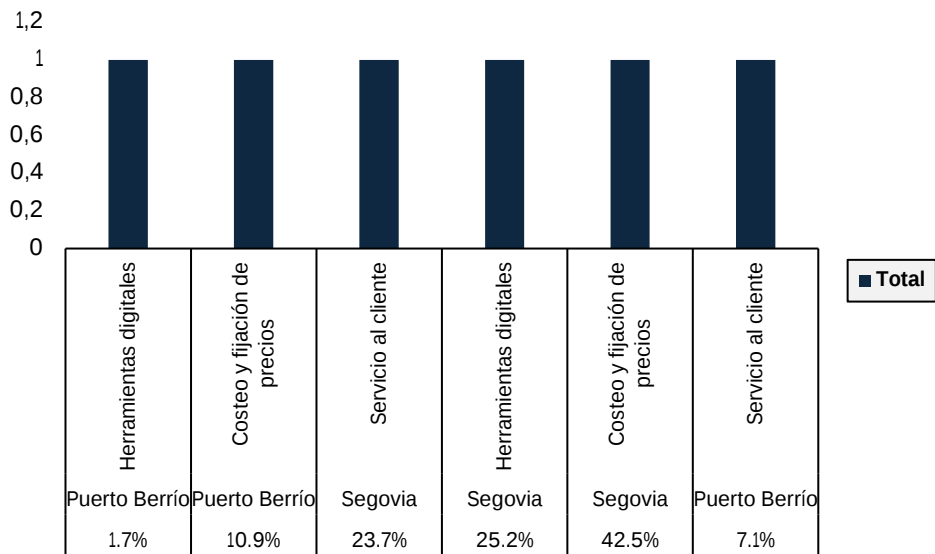
El diagnóstico empresarial evidenció un avance significativo en las capacidades comerciales de los participantes entre la medición de entrada y la de salida.

En Puerto Berrío, se registraron mejoras en costeo y fijación de precios (+10,9%), servicio al cliente (+7,1%) y herramientas digitales (+1,7%), reflejando un fortalecimiento progresivo de la gestión comercial.

En Segovia, el progreso fue más marcado, con incrementos en costeo y precios (+42,5%), servicio al cliente (+23,7%) y uso de herramientas digitales (+25,2%), demostrando una rápida apropiación de los contenidos formativos y una transformación más profunda en los modelos de gestión empresarial.

En la gráfica 35 se evidencia el Comparativo de Indicadores Empresariales por Municipio a continuación.

Gráfica 35. Comparativo de Indicadores Empresariales por Municipio.



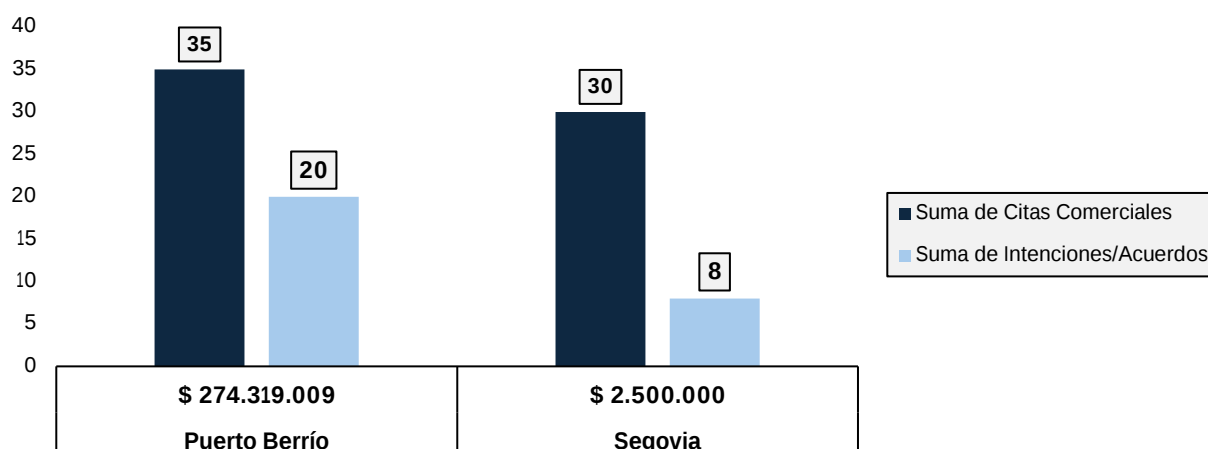
Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

El proceso práctico desarrolló habilidades comerciales clave mediante el Laboratorio Comercial, donde empresarios de ambos municipios fortalecieron su pitch, argumentación y presentación de portafolio.

Las Ruedas de Negocio consolidaron estos avances, generando interacciones efectivas y oportunidades reales de venta: Puerto Berrío logró treinta y cinco (35) citas, veinte (20) intenciones y un valor estimado de \$274.319.009, mientras Segovia registró treinta (30) citas, ocho (8) acuerdos y un valor aproximado de \$2.500.000, evidenciando dinámicas comerciales diferenciadas pero positivas en ambos territorios.

En la gráfica 36 se muestra el comparativo de las ruedas de negocios de ambos municipios.

Gráfica 36. Comparativo de la Rueda de Negocios: Puerto Berrío vs. Segovia.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

El programa logró fortalecer integralmente las capacidades comerciales, administrativas y digitales de las unidades productivas participantes, logrando avances medibles en competitividad, visibilización, relacionamiento empresarial y acceso a mercados.

La combinación de formación, práctica aplicada y conexiones comerciales permitió generar resultados efectivos tanto en los territorios como en los negocios de los empresarios vinculados.

Por otra parte, en la ilustración 22 se presentan algunas evidencias de las asesorías realizadas durante el año 2025 en el marco del programa Vende+, las cuales reflejan el acompañamiento técnico brindado a los empresarios y el avance logrado en sus procesos de fortalecimiento empresarial.

Ilustración 22. Evidencia del proceso de acompañamiento a través del programa Vende Más.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Respecto al cumplimiento de la meta establecida para el programa Vende Más durante el año 2025, se presenta en la tabla 38 a continuación.

Tabla 38. Resumen del cumplimiento de metas propuestas para el programa Vende Más.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento De Meta
Vende +	1	1	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

6.4. Consultorio Empresarial.

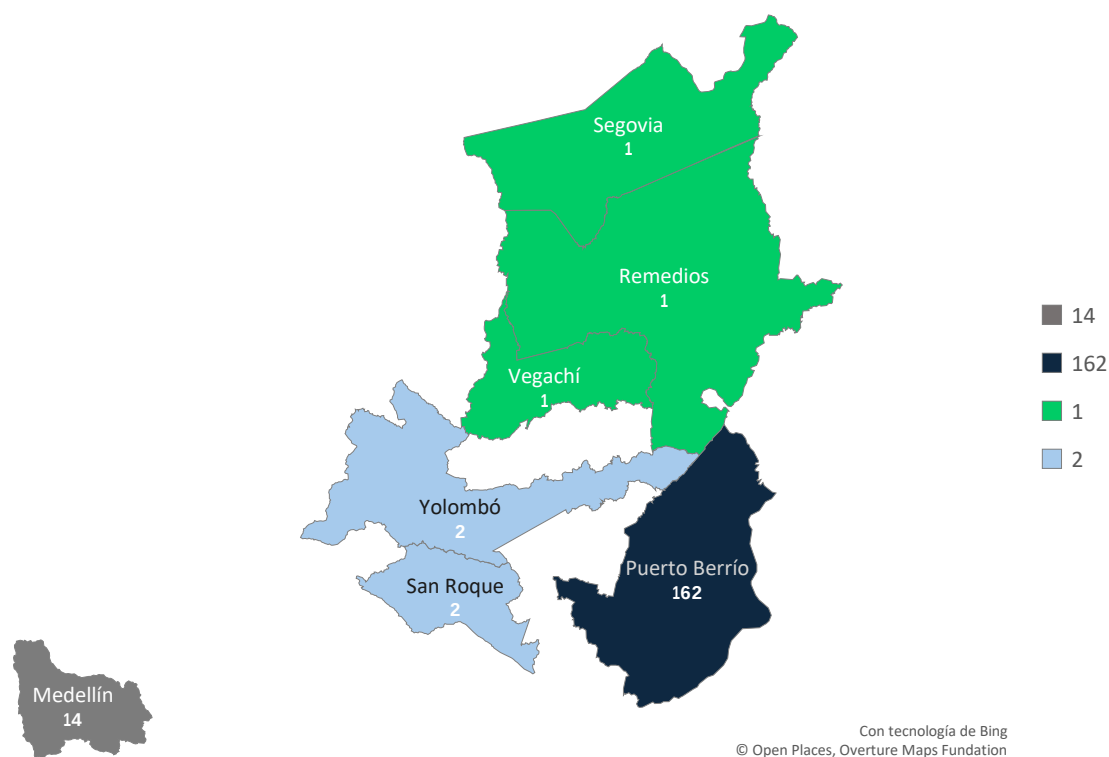
El Programa de Consultorio Empresarial estuvo dirigido a fortalecer el ecosistema productivo de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño mediante la prestación de asesorías, consultorías, mentorías y orientación especializada dirigidas a empresarios, emprendedores y ciudadanía en general. Su propósito fue facilitar los procesos internos de las unidades productivas, mejorar su competitividad y promover su sostenibilidad a través de la atención personalizada en temas como formalización empresarial, acceso a convocatorias, manejo de costos, trámites registrales y fortalecimiento administrativo.

6.4.1. Resultados.

Durante su periodo de ejecución del 1 de enero al 30 de noviembre de 2025 el Consultorio Empresarial atendió un total de ciento ochenta y cuatro (184) usuarios, consolidándose como un espacio técnico y estratégico para la resolución de inquietudes y el fortalecimiento empresarial en la región.

A continuación en la gráfica 37, se presenta la gráfica que muestra la cantidad de las asesorías brindadas en el marco del Consultorio Empresarial 2025. Este análisis permite visualizar de manera comparativa el nivel de participación de cada municipio y evidencia cuáles territorios concentraron la mayor demanda del servicio durante el periodo de ejecución.

Gráfica 37. Porcentaje de asesorías representadas por municipio.

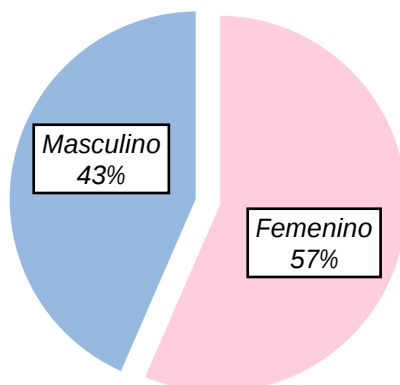


Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En la gráfica anterior, se observa una mayor concentración en el municipio de Puerto Berrío, con un 88%. Esto indica que la mayoría del público atendido fue para la subregión del Magdalena Medio antioqueño, quienes accedieron gratuitamente al servicio de asesorías durante el año 2025.

A continuación, en la gráfica 38 se presenta la distribución por género de los usuarios atendidos en el marco del Programa Consultorio Empresarial 2025. Esta gráfica permitió identificar la participación de hombres y mujeres en los procesos de asesoría, evidenciando el alcance del servicio dentro del ecosistema empresarial de la región.

Gráfica 38. Resultados de la atención según el género.

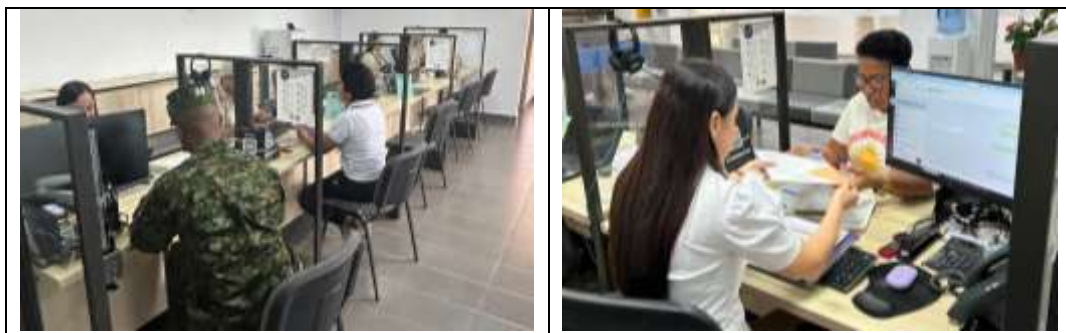


Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Por otra parte, en la ilustración 23 se muestra algunas evidencias de las asesorías realizadas en el año 2025 a través del Consultorio Empresarial.

Ilustración 23. Asesorías al ecosistema empresarial de la CCMMNA a través del Consultorio Empresarial.





Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En cuanto al cumplimiento de la meta establecida para el Consultorio Empresarial, se muestra en la tabla 39 el alcance durante el año 2025.

Tabla 39. Resumen del cumplimiento de metas propuestas para el Consultorio Empresarial.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento De Meta
Consultorio Empresarial	1	1	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

6.5. Consultorio de Comercio Exterior.

El consultorio de comercio exterior es un servicio que presta la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño a los empresarios que integran su jurisdicción de manera gratuita. Este servicio busca brindarle a la persona que quiera acceder al servicio una consultoría especializada direccionada hacia la creación de la ruta exportadora, con el objetivo de hacerlas más competitivas en la diversificación y acceso de nuevos mercados de comercialización a nivel nacional e internacional.

Algunos de los temas que se intervienen a través del consultorio son:

- Pasos para exportar y sus costos.
- Investigación de mercados internacionales.

- Normatividad colombiana para exportar.
- Términos de negociación internacional.
- Logística de distribución para la exportación.
- Régimen cambiario y los medios de pago.
- Ruta Exportadora.

A través del consultorio además de asesorías, los empresarios han accedido a estrategias, capacitaciones y charlas que les han permitido potencializar sus negocios. Para el año 2025 se desarrollaron tres (3) asesorías de comercio exterior y dos (2) capacitaciones atendiendo a cuarenta y ocho (48) empresarios de la jurisdicción.

Es así como en la tabla 40 encontramos el resumen de las asesorías desarrolladas en el año 2025 a través del consultorio de comercio exterior.

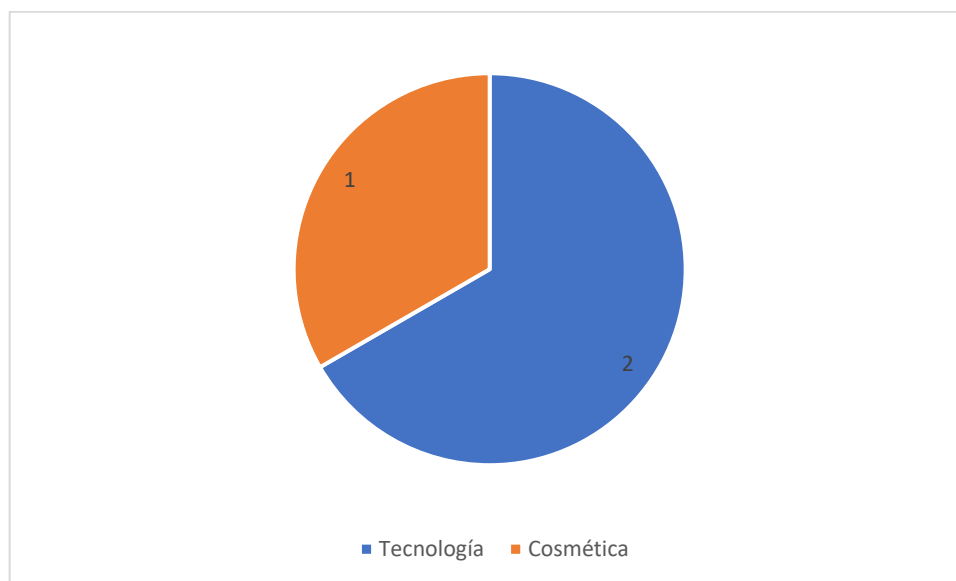
Tabla 40. Resumen de las asesorías desarrolladas en el año 2025 a través del consultorio de comercio exterior.

Asesoría	Cantidad
Tecnología	2
Cosmética	1

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025

Por otra parte, en la gráfica 39 observamos la cantidad de empresas por sector que participaron de las asesorías a través del Consultorio de Comercio Exterior en el año 2025.

Gráfica 39. Cantidad de empresas por sector que participaron de las asesorías a través del Consultorio de Comercio Exterior en el año 2025.

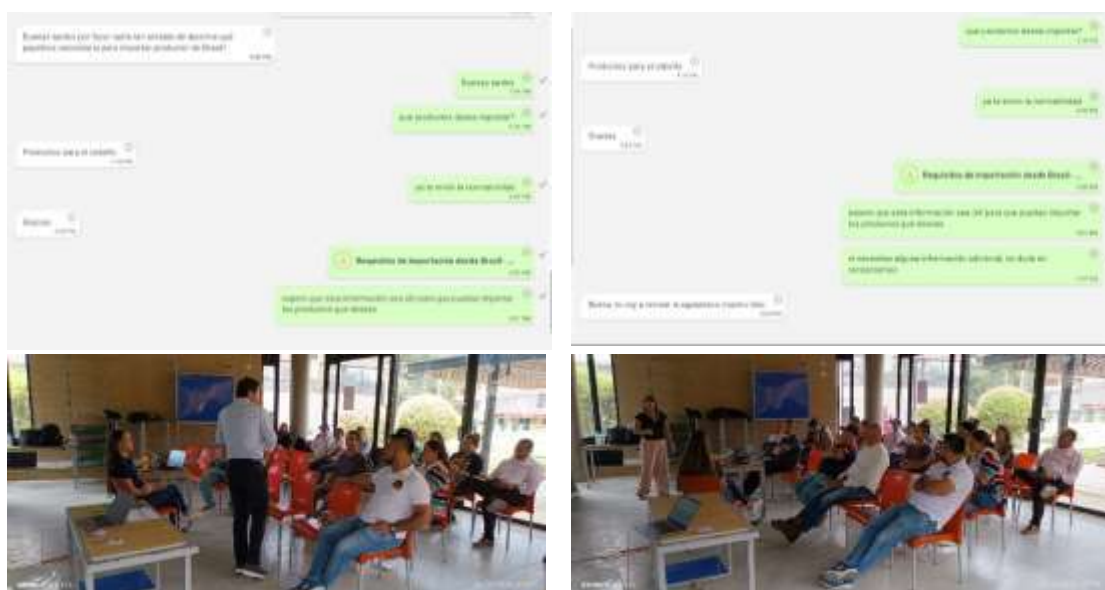


Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025

El 66,7% de las asesorías fueron de empresas relacionadas con la tecnología y la forma de importar productos desde China y el 33,3% del sector cosmético con país objetivo Brasil.

En la ilustración 24 se muestran algunas asesorías desarrolladas a través del consultorio de exterior.

Ilustración 24. Asesorías en el marco del Consultorio de Comercio Exterior CCMNA en el año 2024.





Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En referencia al logro de la meta propuesta a través del consultorio de comercio exterior se evidencia en la tabla 41 que se desarrolló satisfactoriamente durante el año 2025.

Tabla 41. Resumen del cumplimiento de metas programa consultorio de comercio exterior para el año 2025.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento de Meta
Programa Consultorio de Comercio Exterior	3	3	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

6.6. Crecer es Posible.

El programa Crecer es Posible estuvo orientado a fortalecer el tejido empresarial del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño mediante el desarrollo de competencias en habilidades blandas de emprendedores y microempresarios de los municipios de Puerto Nare, Puerto Berrío y Vegachí. Su propósito fue mejorar el desempeño de los participantes en áreas como liderazgo, comunicación, gestión de equipos, resolución de conflictos, negociación, relacionamiento y fidelización de clientes, generando un impacto directo en sus procesos de dinamización, crecimiento y sostenibilidad empresarial.

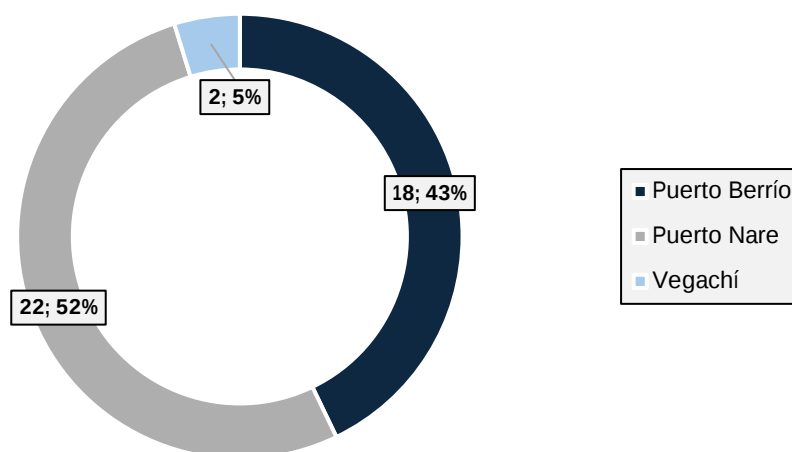
6.6.1. Resultados.

El programa se desarrolló entre el 15 de julio y el 14 de agosto de 2025, estructurado en cinco (5) módulos para una duración total del proceso de quince (15) horas efectivas de formación (cinco (5) módulos por tres (3) horas cada uno).

Se tuvo un total de inscritos de ciento nueve (109) empresarios y emprendedores de varios municipios.

La participación de empresarios fue de cuarenta y dos (42) empresarios y emprendedores entre los tres (3) municipios. En la gráfica 40 se evidencian los empresarios certificados.

Gráfica 40. Resultado empresarios certificados.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

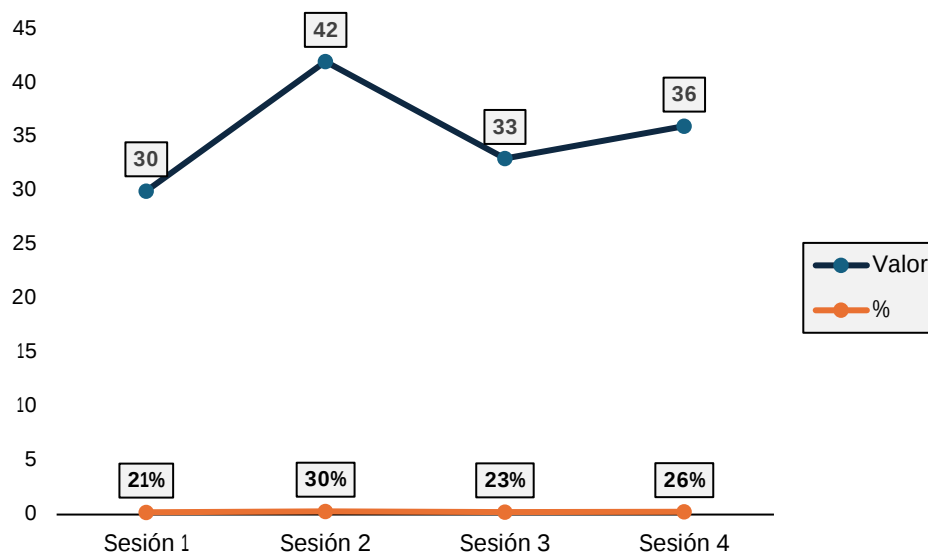
Puerto Nare: Fue el municipio con mayor participación y certificación. 52 % de los certificados pertenecían a esta localidad. Reflejó el mayor compromiso y asistencia durante las sesiones.

Puerto Berrío: Representó el 43 % de los empresarios certificados. Mantuvo un flujo constante de asistencia en todas las sesiones.

Vegachí: Aportó el 5 % de los certificados. Aunque menor en volumen, mostró participación.

En la gráfica 41 se muestra la asistencia promedio por sesión del programa Crecer es Posible para el año 2025.

Gráfica 41. Distribución de asistencia por sesión.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

El programa Crecer es Posible 2025 consolidó un proceso formativo exitoso que fortaleció las capacidades empresariales de ciento nueve (109) inscritos y certificó a cuarenta y dos (42) empresarios, superando la meta institucional. La participación se mantuvo constante, con un promedio de treinta y seis (36) asistentes por sesión, destacándose la vinculación activa de Puerto Nare como el municipio con mayor impacto.

Adicionalmente, en la ilustración 25 se pueden observar algunas de las sesiones realizadas durante el programa Crecer es Posible en el año 2025.

Ilustración 25. Evidencias de las acciones del programa Crecer es Posible.



Puerto Berrío



Puerto Nare



Vegachí

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En relación con el cumplimiento del programa Crecer es Posible, la tabla 42 evidencia que este fue ejecutado de manera satisfactoria durante el año 2025.

Tabla 42. Resumen del Programa Crecer es Posible.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento De Meta
Crecer es Posible	1	1	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

6.7. Entorno Joven.

Entorno Joven 2025 tuvo como finalidad fortalecer las habilidades y competencias técnicas de los jóvenes del municipio de Puerto Berrío, mediante la formación de estudiantes de grado décimo en el Técnico en Programación de Software, ejecutado en alianza con el SENA.

Su propósito fue desarrollar talento digital en la región, potenciando las capacidades en programación, lógica, algoritmia, bases de datos y cultura emprendedora, con el fin de proyectar a los participantes

hacia oportunidades laborales o iniciativas de emprendimiento en sectores tecnológicos y productivos.

6.7.1. Resultados.

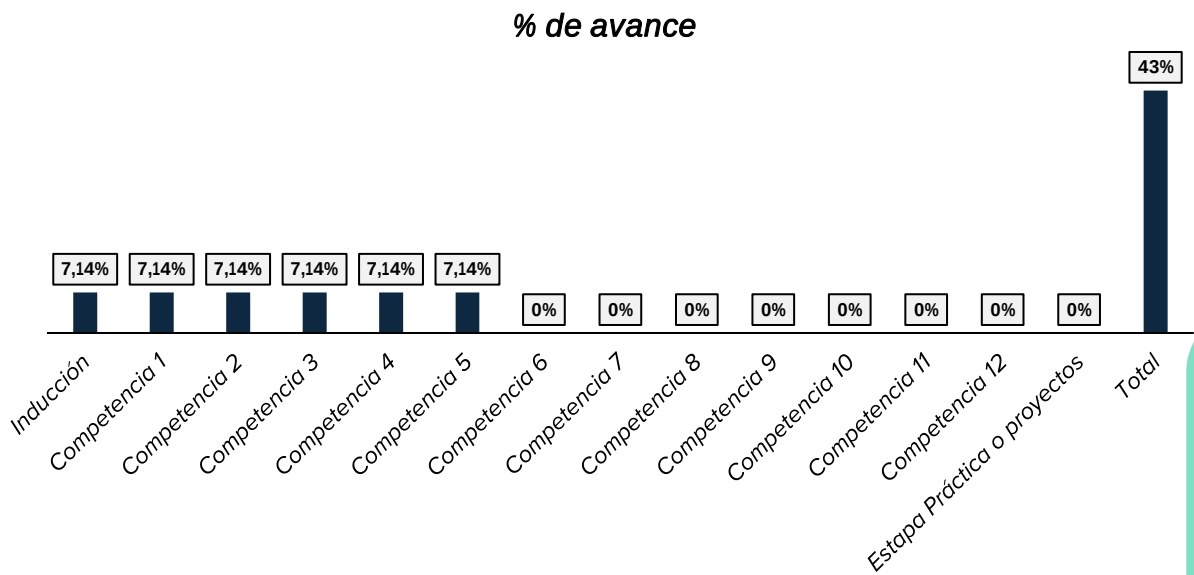
Los estudiantes alcanzaron el 100% de cumplimiento en todas las competencias técnicas iniciales del programa, entre ellas:

- Desarrollo de algoritmos.
- Programación en Python y Java.
- Administración básica de bases de datos.
- Cultura emprendedora.
- Uso de herramientas informáticas.

El avance general del programa se consolidó en un 43%, teniendo en cuenta que varias competencias transversales estaban programadas para fases posteriores.

En la gráfica 42 se muestra la distribución del avance por las competencias del programa.

Gráfica 42. Distribución de avance por competencia.

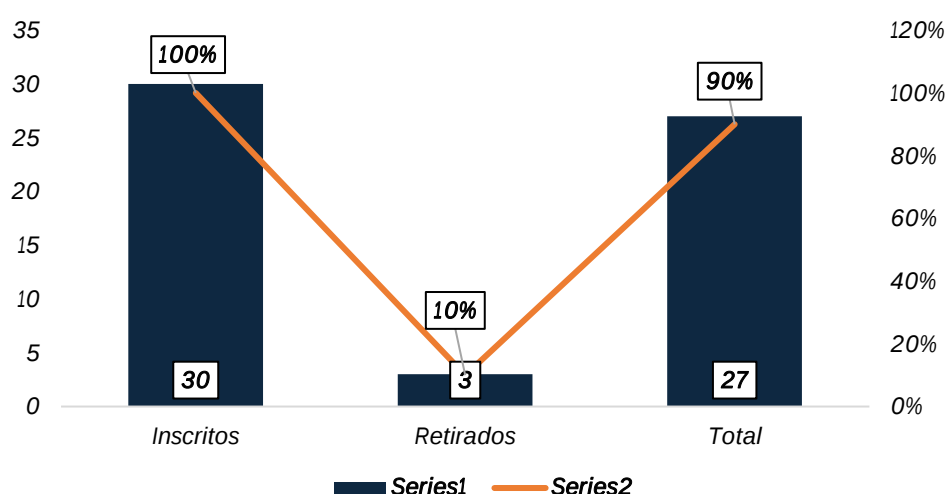


Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En este programa iniciaron treinta (30) estudiantes y durante el proceso se han presentado tres (3) deserciones, dejando una matrícula activa de veintisiete (27) estudiantes, equivalente a una permanencia del 90%, indicador considerado altamente favorable. Las deserciones ocurrieron por cambio de domicilio (dos (2) casos) y por cambio de institución educativa (un (1) caso).

A continuación en la gráfica 43 se muestra la participación y deserción de los estudiantes en el marco del programa.

Gráfica 43. Participación y Deserción de Estudiantes.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

El programa mantuvo una participación equitativa entre las tres (3) instituciones educativas vinculadas:

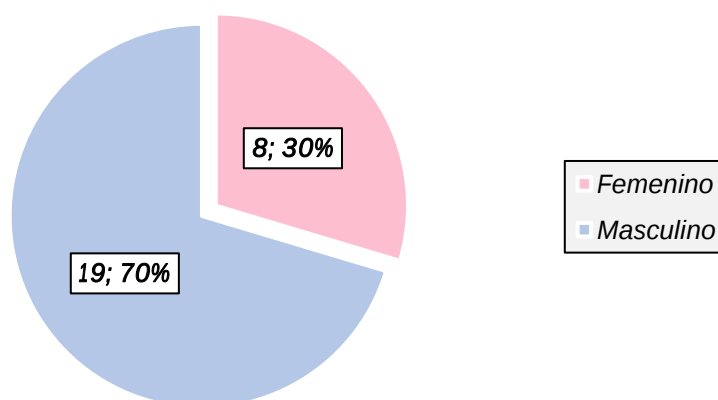
- I.E. América: diez (10) estudiantes.
- I.E. Antonio Nariño: diez (10) estudiantes.
- I.E. Alfonso López Pumarejo: diez (10) estudiantes.

Cada institución representó el 33% de la población total beneficiada.

La participación por género fue de la siguiente manera: diecinueve (19) hombres (70%) y ocho (8) mujeres (30%).

En la gráfica 44 se muestra la distribución por género del programa.

Gráfica 44. Distribución por género.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Si bien la participación masculina fue superior, la presencia femenina reflejó avances en la vinculación de mujeres a programas STEM.

Durante el año 2025 se realizaron cincuenta y ocho (58) encuentros formativos. La mayoría de los estudiantes obtuvo porcentajes de asistencia superiores al 90%, y varios lograron el 100%. Solo dos (2) estudiantes registraron asistencias entre el 67% y 72%, lo que permitió identificar casos que requerían acompañamiento adicional.

El programa incluyó acciones complementarias orientadas al fortalecimiento de competencias:

Gira empresarial a Bogotá (8 y 9 de septiembre de 2025).

Los estudiantes visitaron el Centro de Experiencia de Panduit, donde conocieron el funcionamiento de un centro de datos, soluciones de conectividad para redes alámbricas e inalámbricas y tecnologías aplicadas en infraestructura crítica. Esta experiencia significó una inmersión en escenarios reales del sector tecnológico.

Demostración de Realidad Virtual (RV): Un instructor del SENA Bogotá realizó una sesión práctica sobre aplicaciones de la RV en entornos productivos e industriales.

El programa complementó la formación técnica con dos (2) capacitaciones adicionales que beneficiaron a setenta y tres (73) jóvenes: una dirigida a estudiantes del Colegio La Inmaculada, enfocada en el funcionamiento de la Cámara de Comercio y el ecosistema empresarial, y otra orientada a estudiantes de Derecho, en la cual se abordaron las tendencias actuales en la solución de controversias jurídicas.

El programa contó con el apoyo de instituciones como: SENA, Universidad de Antioquia, Pascual Bravo, Alcaldía de Puerto Berrío, Bancolombia, BLUTELCO, DSM, Netmask, Red Civil, entre otros.

Adicionalmente, en la ilustración 26, se puede apreciar las evidencias del programa Entorno Joven para el año 2025.

Ilustración 26. Evidencias de las sesiones programa Entorno Joven en el año 2025.



	
Formación	Gira Empresarial Panduit
	
Clase Realidad Virtual	Entrega de Uniformes

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En cuanto al avance del programa Entorno Joven, la tabla 43 muestra que su ejecución durante el año 2025 se realizó de manera adecuada y conforme a lo previsto.

Tabla 43. Resumen del cumplimiento de metas del programa Entorno Joven.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento De Meta
Entorno Joven	1	1	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

6.8. Promoción comercial.

El programa de Promoción Comercial 2025 estuvo enfocado en fortalecer la gestión institucional para promover la competitividad de las empresas, emprendedores y el comercio en general, mediante la prestación de servicios de acompañamiento productivo y

empresarial y la articulación público–privada, contribuyendo a la reactivación económica y al desarrollo de las MiPymes en las subregiones del Magdalena Medio, Nordeste y Bajo Cauca Antioqueño.

6.8.1. Resultados.

Eventos ejecutados: Se realizaron cinco (5) eventos de promoción comercial, cumpliendo el 100 % de la meta del plan anual.

Participación total: Se impactaron treientos setenta y dos (372) empresarios, emprendedores y comerciantes (meta empresarial 124 % frente a un objetivo de treientos (300)).

Cobertura territorial: Se intervino en los municipios de Cisneros, El Bagre, Puerto Berrío, San Roque y Segovia, impactando las tres (3) subregiones zona de influencia, Nordeste, Magdalena Medio y Bajo Cauca Antioqueño.

En la tabla 44 se muestran las actividades desarrolladas en el marco del programa de promoción comercial para el año 2025.

Tabla 44. Actividades, municipios, fechas y número de público impactado.

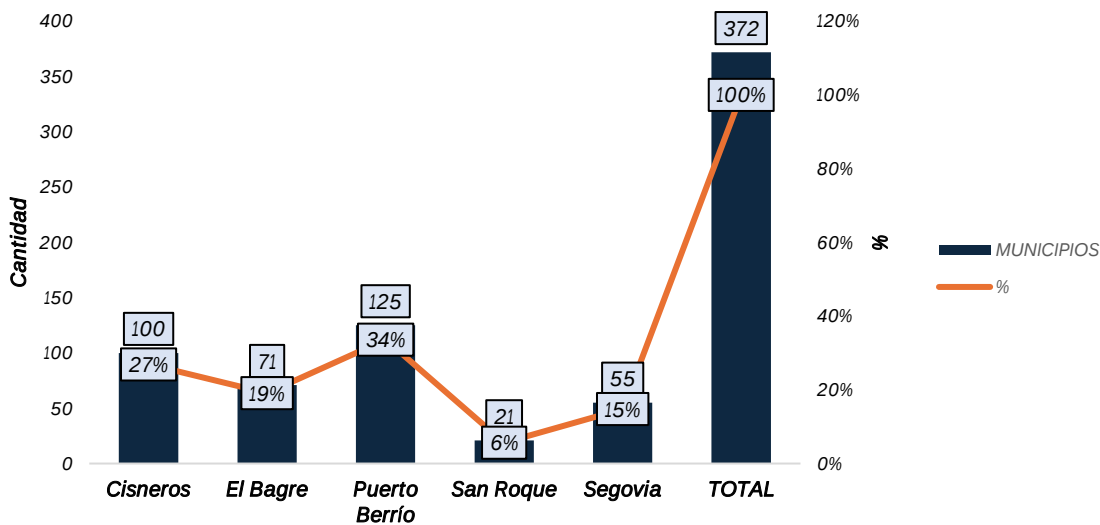
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	MUNICIPIOS	FECHA DE REALIZACIÓN	PARTICIPANTES IMPACTADOS
Feria de Promoción de Empresas del Nordeste Antioqueño	Cisneros	14/06/2025 15/06/2025	100
Feria de Mujeres Empresarias y Emprendedoras	El Bagre	05/07/2025	71
Feria de Promoción de Empresas del Magdalena Medio	Puerto Berrío	2/08/2025	125
Il Mano a Mano Barberos	San Roque	01/10/2025	21

Feria de Promoción de Empresas del Nordeste Antioqueño	Segovia	18/10/2025	55
TOTAL			372

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

De manera complementaria, en la gráfica 45 se muestra la distribución de empresarios, emprendedores y comerciantes impactados por municipio en los eventos desarrollados.

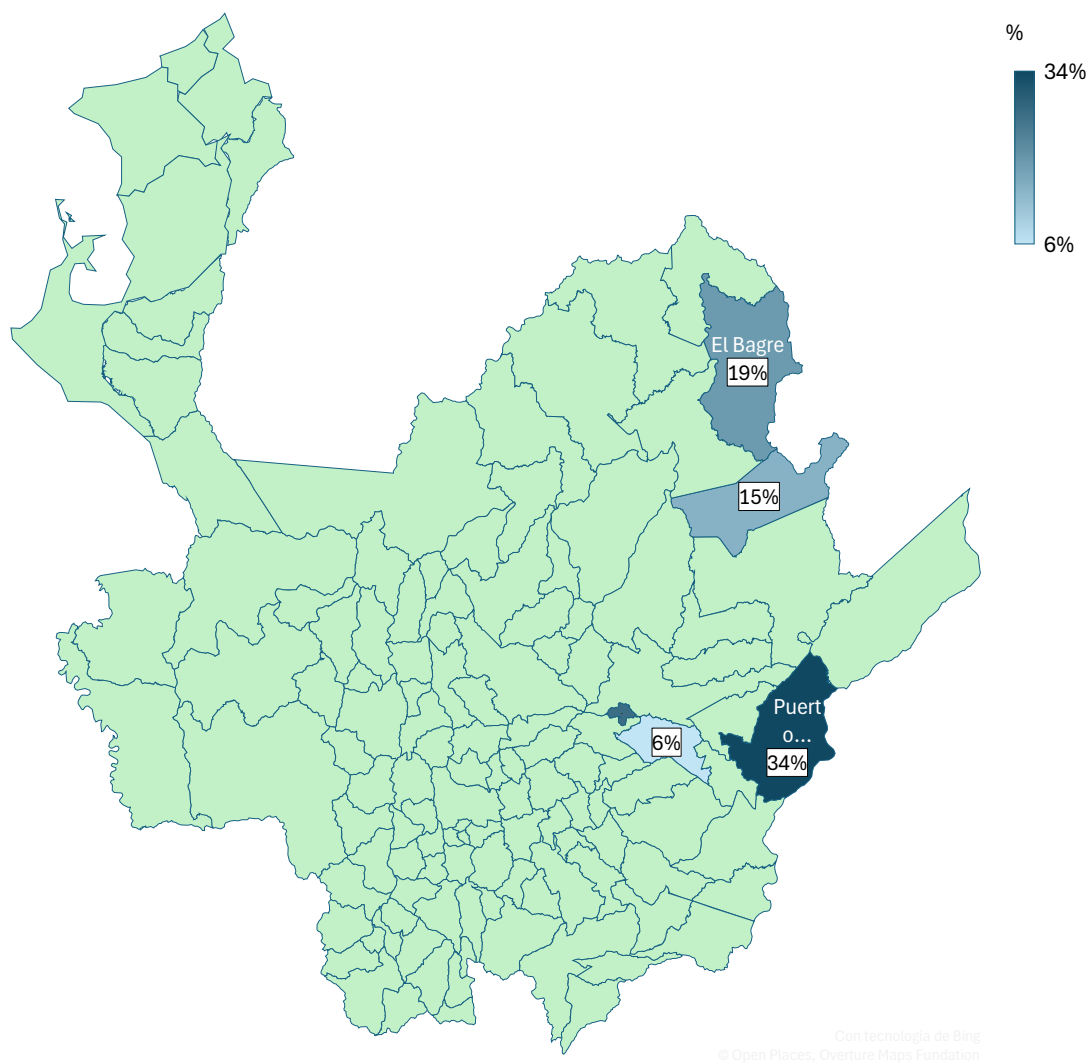
Gráfica 45. Distribución por municipio.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

La mayor concentración de participantes se presentó en Puerto Berrío con ciento veinticinco (125) muestras comerciales (34 %), seguido por Cisneros, que registró cien (100) participantes (27 %) y así consecutivamente los otros municipios, teniendo un impacto proporcional y un alcance significativo dentro de la estrategia territorial. Así mismo, se presenta la distribución de la participación desde una perspectiva geográfica a continuación en la gráfica 46 a continuación.

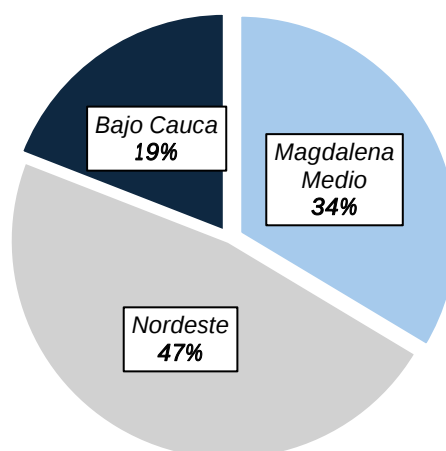
Gráfica 46. Distribución geográfica de participación.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

A continuación, en la gráfica 47, se presenta la distribución porcentual de impacto por subregiones.

Gráfica 47. Distribución por subregión.

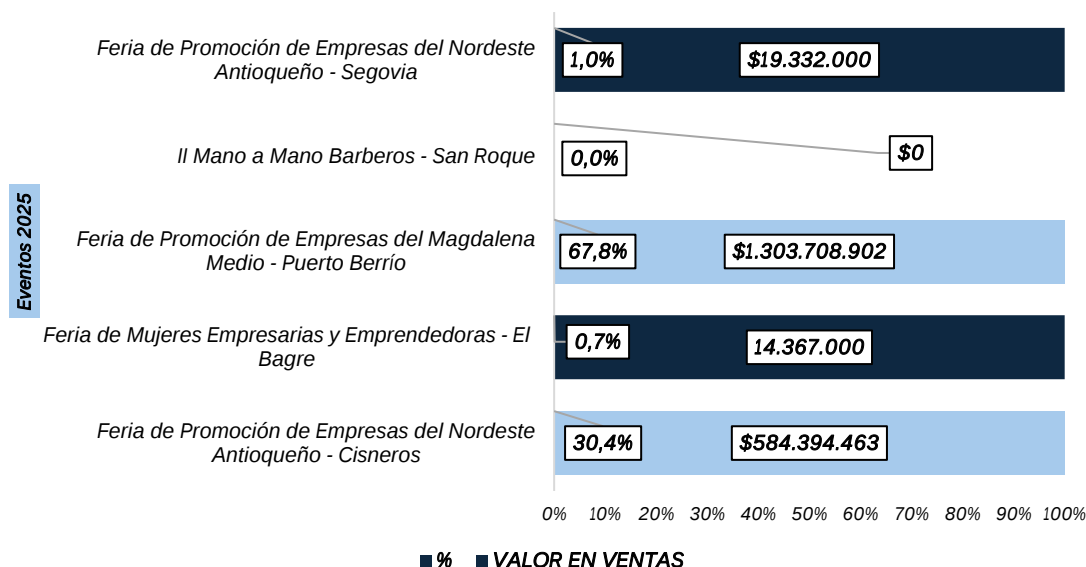


Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

La gráfica muestra que la mayor participación se concentró en la subregión del Nordeste, con el 47% del total, lo cual se explica porque en esta subregión se desarrolló un mayor número de eventos en comparación con las demás. Le siguió el Magdalena Medio, con una participación del 34%, mientras que el Bajo Cauca representó el 19%.

A continuación, en la gráfica 48 se presenta la distribución porcentual de las ventas generadas en cada Feria y Evento de Promoción Comercial, lo cual permite evidenciar los ingresos obtenidos y su impacto en los distintos sectores beneficiados en el proceso de reactivación económica.

Gráfica 48. Distribución de ventas por evento.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Por otra parte, el evento Mano a Mano Barberos no generó ingresos directos, dado que su enfoque estuvo orientado principalmente a la promoción, el fortalecimiento de capacidades y el reconocimiento del sector, incentivando la mejora de procesos y acompañando las iniciativas propias de los jóvenes barberos de la región del Nus, como una apuesta por su desarrollo empresarial y social.

La gráfica evidencia que la mayor proporción de ventas generadas en 2025 se concentró en el evento Feria de Promoción de Empresas en Puerto Berrío, que aportó el 67,8% del total, equivalente a \$1.303.708.902, consolidándose como el principal motor de ingresos del programa de Promoción Comercial. En segundo lugar, el evento Feria de Promoción de Empresas en Cisneros, representó el 30,4%, con ventas por \$584.394.463, reflejando también un impacto económico significativo.

Por otra parte, en la ilustración 27 se muestran algunas evidencias de los eventos realizados en el marco del programa de Promoción Comercial durante el año 2025.

Ilustración 27. Evidencias de los eventos realizados en el marco del programa de Promoción Comercial durante el año 2025.

	
Feria de Promoción de Empresas del Nordeste Antioqueño - Cisneros	Feria de Promoción de Empresas del Nordeste Antioqueño - Cisneros
	
Feria de Mujeres Empresarias y Emprendedoras – El Bagre	Feria de Promoción de Empresas del Magdalena Medio – Puerto Berrío
	
II Mano a Mano Barberos – San Roque	Feria de Promoción de Empresas del Nordeste Antioqueño – Segovia

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

A través de este tipo de programas se consolidaron alianzas con alcaldías municipales, Gobernación de Antioquia, Superintendencia de Sociedades, cajas de compensación (Comfama/Comfenalco), instituciones de educación (Politécnico Gran colombiano), sistema financiero y empresas ancla del territorio, fortaleciendo la logística, la convocatoria y el alcance.

En referencia al logro de la meta propuesta para el Programa Promoción Comercial, se evidencia en la tabla 45 que se desarrolló satisfactoriamente durante el año 2025.

Tabla 45. Resumen del cumplimiento de metas del programa Promoción Comercial.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento De Meta
Promoción Comercial	5	5	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

6.9. Cultura Cámara

El programa Cultura Cámara 2025 se concibió con el propósito de fortalecer el ecosistema empresarial, social y cultural del Magdalena Medio, Nordeste y Bajo Cauca Antioqueño, mediante el acompañamiento y apoyo institucional a actividades estratégicas lideradas por actores del territorio.

Su finalidad fue impulsar el crecimiento, la sostenibilidad y la competitividad de las MiPymes, dinamizar la economía local y consolidar la articulación interinstitucional para promover espacios de promoción comercial, fortalecimiento empresarial, inclusión social y desarrollo cultural.

6.9.1. Resultados.

El programa se ejecutó a través de siete (7) actividades, desarrolladas en seis (6) municipios de las tres (3) subregiones jurisdicción de la CCMMNA, impactando de manera directa a trescientos cuarenta y seis (346)

empresarios y emprendedores. Las actividades generaron resultados significativos en términos de participación, ventas, empleo, inclusión social y dinamización del tejido empresarial. A continuación, se presentan los resultados de cada evento en los cuales la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño participó, brindó acompañamiento y se articuló con sus aliados territoriales.

Merca Emprende del Magdalena Medio – Maceo: El evento fortaleció la dinámica comercial del municipio al vincular a treinta y siete (37) empresarios y emprendedores y así mismo capacitar a sesenta y ocho (68) emprendedores, generando ventas por \$7.188.500 y creando ciento setenta y tres (173) empleos entre directos e indirectos. Su ejecución permitió dinamizar la economía local y ampliar la visibilidad de productores y comerciantes del territorio.

II Foro de Ganadería 360° – Caucasia: El foro reunió a ciento veinte seis (126) participantes entre productores, asociaciones, empresas y técnicos, quienes recibieron formación especializada a través de cinco (5) conferencias y una (1) experiencia cárnica sensorial. La jornada fortaleció capacidades técnicas en sostenibilidad, bienestar animal y productividad, consolidándose como un espacio de actualización sectorial.

Zaragoza Fest 2025 – Zaragoza: El festival impactó a cuarenta y siete (47) personas, principalmente jóvenes, mediante talleres, proyecciones y actividades culturales que promovieron la identidad étnica y la producción audiovisual local. El evento fortaleció la expresión artística y la apropiación cultural en el municipio.

Encuentro de Egresados empresarios UDEA 2025 – Puerto Berrío: La actividad congregó a cuarenta y siete (47) egresados empresarios, fomentando el diálogo intergeneracional y fortaleciendo el vínculo institucional con la comunidad académica y empresarial. El encuentro impulsó

redes profesionales y promovió la articulación de iniciativas académicas y productivas en la región.

Día Internacional de la Eliminación de la No Violencia contra la Mujer – Cisneros: La conmemoración logró la participación de ciento treinta y seis (136) personas, convirtiéndose en el evento con mayor alcance del programa. Mediante actividades lúdicas, pedagógicas y simbólicas, fortaleció la sensibilización comunitaria frente a la prevención de violencias de género y promovió espacios seguros para las mujeres.

Mercaemprende del Nordeste Antioqueño – Vegachí: Con la participación de cuarenta y seis (46) empresarios y emprendedores, el evento generó ventas por \$13.674.000 y creó doscientos veinticinco (225) empleos, además de impactar a nueve (9) municipios de la subregión. Se destacó la presencia de emprendimientos campesinos, que representaron el 39% del total, consolidando un espacio de comercialización inclusivo y competitivo.

Cisneros Burger Fest: La actividad impulsó la economía gastronómica local a través de la participación de siete (7) establecimientos, logrando vender mil ciento ochenta y cinco (1.185) hamburguesas y generar ingresos por \$36.350.000. El evento produjo doscientos sesenta (260) empleos y fortaleció la innovación culinaria, la promoción turística y la competitividad empresarial del municipio.

Tabla 46. Actividades, municipios, y número de participantes impactados.

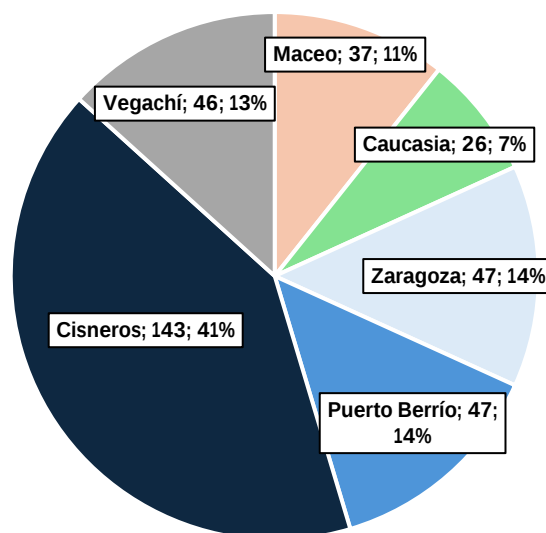
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES				
Nombre Actividad	Municipio	Fecha de realización	Lugar	Participantes
Merca Emprende del Magdalena Medio	Maceo	17/05/2025	Parque Principal	37
II Foro de Ganadería 360°	Caucasia	17/09/2025	Camara de Comercio de	26

			Medellín para Antioquia, sede Caucaasia	
Zaragoza Fest	Zaragoza	Del 12/10/2025 al 15/10/2025	Casa de la Cultura Rafael López Mejía	47
Encuentro de Egresados/as UDEA 2025	Puerto Berrío	25/10/2025	UDEA Campus Puerto Berrío	47
Día Internacional de la Eliminación de la No Violencia contra La Mujer	Cisneros	25/11/2025	Estación del Ferrocarril	136
Mercaemprende del Nordeste Antioqueño	Vegachí	30/11/2025	Parque Principal	46
Cisneros Burguer Fest	Cisneros	Del 29/11/2025 al 07/12/2025	Establecimientos de Comercio	7
TOTAL				346

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Adicionalmente, en la gráfica 49 se presenta la distribución por municipio del público que participó en los eventos realizados en el marco del programa Cultura Cámara 2025.

Gráfica 49. Distribución de beneficiarios por municipio.



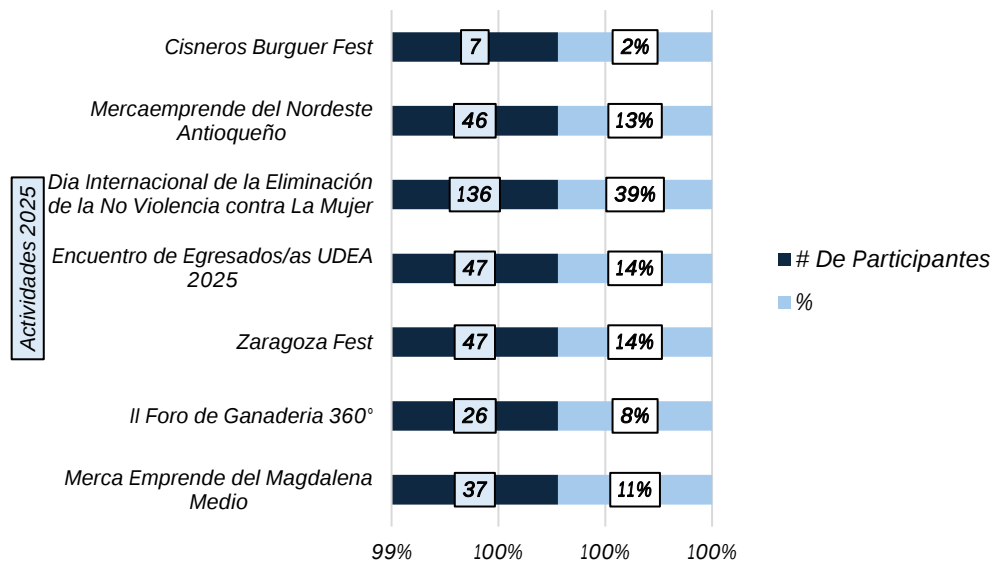
Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

La gráfica evidencia una alta concentración del impacto en Cisneros (41%), que por sí solo reúne dos quintas (2/5) partes del total. En un segundo nivel se ubican Puerto Berrío (14%) y Zaragoza (14%), que en conjunto aportan 28%. El bloque con menor participación lo conforman Vegachí (13%), Maceo (11%) y Caucasia (7%), sumando 31%.

La siguiente gráfica explica los resultados obtenidos, mostrando la distribución porcentual según el tipo de evento desarrollado en el marco del programa Cultura Cámara 2025. Este análisis permitió identificar cuáles actividades concentraron los mayores niveles de participación e impacto, evidenciando así la diversidad de estrategias implementadas para fortalecer el tejido empresarial, social y cultural del territorio.

En la gráfica 50 a continuación encontramos la distribución de los beneficiarios por evento para el año 2025.

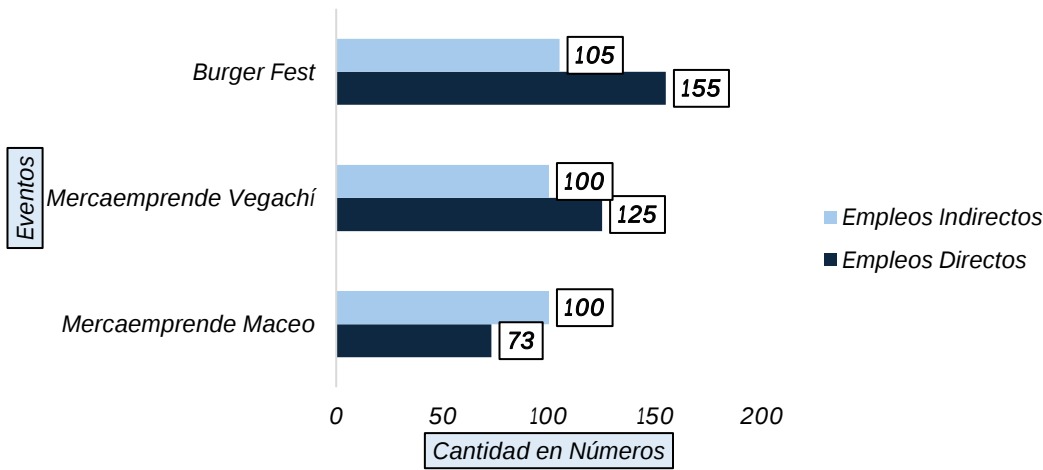
Gráfica 50. Distribución de beneficiarios por evento.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Finalmente, en la gráfica 51 se presenta el número de empleos generados en tres de los siete (7) eventos ejecutados en el marco del programa Cultura Cámara 2025, diferenciando entre empleos directos e indirectos con el fin de evidenciar de manera precisa el impacto alcanzado en la creación de oportunidades laborales en el territorio.

Gráfica 51. Empleos Generados.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

La gráfica muestra que el Burger Fest lideró la generación de empleo con doscientos sesenta (260) puestos (ciento cincuenta y cinco (155) directos y ciento cinco (105) indirectos). En segundo lugar se ubica el Mercaemprende Vegachí con doscientos veinticinco (225) empleos (ciento veinticinco (125) directos y cien (100) indirectos), mientras que el Mercaemprende Maceo registró ciento setenta y tres (173) empleos (setenta y tres (73) directos y cien (100) indirectos). Esto demuestra que los eventos gastronómicos y comerciales tuvieron el mayor impacto en la creación de oportunidades laborales.

Ahora, en la ilustración 28 se muestra el desarrollo de las actividades desarrolladas en el marco del programa de cultura cámara para el año 2025.

Ilustración 28. Desarrollo de las actividades realizadas en el programa Cultura Cámara 2025.



	
Encuentro de Egresados UDEA 2025	Día Internacional de la Eliminación de la No Violencia contra La Mujer
	
Mercaemprende del Nordeste Antioqueño	Cisneros Burguer Fest

Fuente: Aliados - Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En relación con el cumplimiento de la meta establecida para el programa Cultura Cámara, la tabla 47 evidencia que su ejecución durante el año 2025 se desarrolló de manera satisfactoria.

Tabla 47. Resumen del cumplimiento de metas propuestas para el programa Cultura Cámara.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento De Meta
Cultura Cámara	4	7	175%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

6.10. Octavo Concurso Emprende tu Futuro Más ideas Más Empresas.

El programa Emprende Tu Futuro: Más Ideas, Más Empresas se desarrolló con el propósito de impulsar el fortalecimiento empresarial en los municipios de influencia de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño. Su objetivo central consistió en reconocer y premiar los mejores planes de negocio presentados por emprendedores y empresarios del territorio, promoviendo la sostenibilidad, competitividad y rentabilidad de sus unidades productivas.

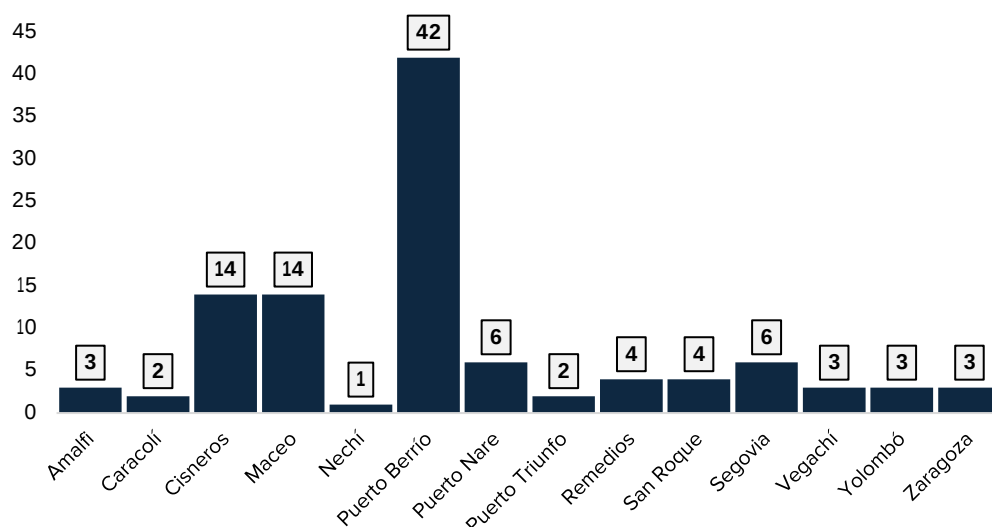
De esta manera, el programa contribuyó al cierre de brechas empresariales, a la generación de ingresos y al fortalecimiento del tejido productivo regional.

6.10.1. Resultados.

Durante la vigencia 2025, el programa alcanzó resultados significativos en materia de participación, cobertura territorial, evaluación de iniciativas y asignación de capital semilla.

El programa registró una inscripción de ciento siete (107) empresarios y emprendedores inscritos, de los cuales cuarenta y seis (46) presentaron planes de negocio completos. Tras el proceso de evaluación, solo veinticinco (25) iniciativas fueron seleccionadas para la jornada de presentación de pitch, celebrada el 29 de septiembre de 2025. Como resultado final, seis (6) emprendedores fueron premiados con capital semilla por parte de la Cámara de Comercio y la Concesionaria Autopista Río Magdalena, evidenciando el alcance, la competitividad y la efectividad del proceso de convocatoria. El concurso logró una amplia inscripción y cobertura territorial, involucrando emprendedores y empresarios de catorce (14) municipios del Magdalena Medio, Nordeste y Bajo Cauca Antioqueño.

En la gráfica 52 se muestra el resultado de la inscripción por municipio al programa.

Gráfica 52. Resultado de la inscripción separado por municipio.

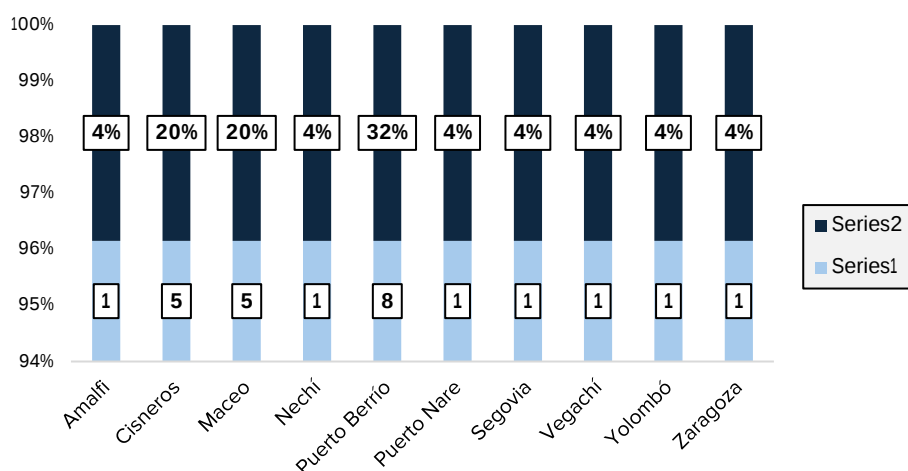
Fuente: Autopista Rio Magdalena y Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

La mayor participación se concentró en Puerto Berrío, con cuarenta y dos (42) inscritos, seguido por Cisneros y Maceo, cada uno con catorce (14) participantes. En un nivel intermedio se ubicaron Puerto Nare y Segovia, con seis (6) inscritos cada uno. El proceso de evaluación comprendió la revisión de cuarenta y seis (46) planes de negocio, de los cuales el jurado seleccionó veinticinco (25) propuestas que cumplieran los criterios establecidos.

Estas iniciativas fueron evaluadas mediante un modelo técnico que consideró viabilidad financiera y comercial, innovación, proyección, impacto social y ambiental, además del uso propuesto del capital semilla. Posteriormente, los seleccionados presentaron un pitch de cinco (5) minutos ante el comité evaluador, lo que permitió determinar los emprendimientos con mayor potencial para ser premiados.

En la gráfica 53 se muestran los participantes seleccionados para pitch por municipio.

Gráfica 53. Participantes seleccionados para Pitch y su municipio de origen.

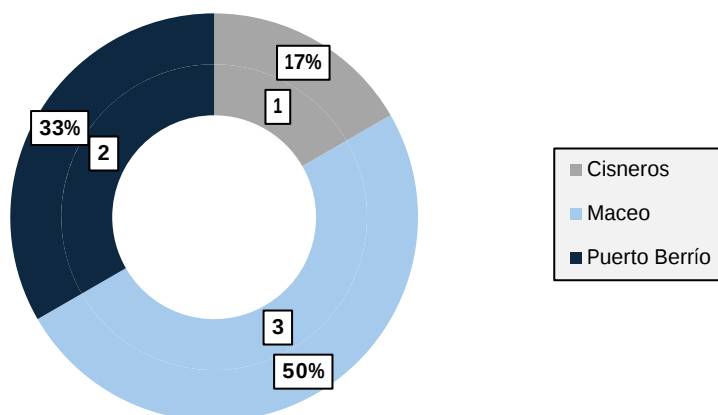


Fuente: Autopista Rio Magdalena y Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Por otra parte, la gráfica correspondiente presenta la distribución de los empresarios ganadores del programa *Emprende Tu Futuro: Más Ideas, Más Empresas*, donde el municipio de Puerto Berrío con ocho (8) es el que más aporta, seguido por los municipios de Cisneros y Maceo con cinco (5) y los municipios de Amalfi, Nechí, Puerto Nare, Segovia, Vegachí, Yolombó y Zaragoza con solamente uno (1).

A continuación en la gráfica 54 se muestra la distribución por municipio de los empresarios ganadores del concurso.

Gráfica 54. Distribución de empresarios ganadores por municipio.



Fuente: Autopista Rio Magdalena y Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

A continuación, en la ilustración 29 se presentan las evidencias correspondientes al desarrollo del concurso **Emprende Tu Futuro: Más Ideas, Más Empresas**, en su octava versión realizada durante el año 2025.

Ilustración 29. Evidencias del concurso Emprende Tu Futuro.





Fuente: Autopista Rio Magdalena y Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En relación con el cumplimiento del Concurso, se evidencia en la tabla 48 que la estrategia fue ejecutada de forma satisfactoria durante el año 2025.

Tabla 48. Resumen del cumplimiento de metas del Concurso Emprende Tu Futuro.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento De Meta
Octavo Concurso Emprende tu Futuro + Ideas + Empresas	1	1	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

6.11. Formulación de proyectos.

Durante la vigencia 2025, se desarrollaron acciones que acompañaron seis (6) proyectos para la potencialización del territorio, sus empresarios y sus comunidades. Estos proyectos se describen a continuación.

6.11.1. Emprende Antioquia.

El objetivo principal del proyecto es acompañar y potenciar el crecimiento de cinco (5) MiPymes a través de estrategias orientadas a la innovación, competitividad y sostenibilidad, enmarcadas en el Convenio de Colaboración CDC 001-2023 entre la

Fundación Promigas, Transmetano y la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño (CCMMNA).

A continuación en la tabla 49 se muestran los inscritos al programa Emprende Antioquia.

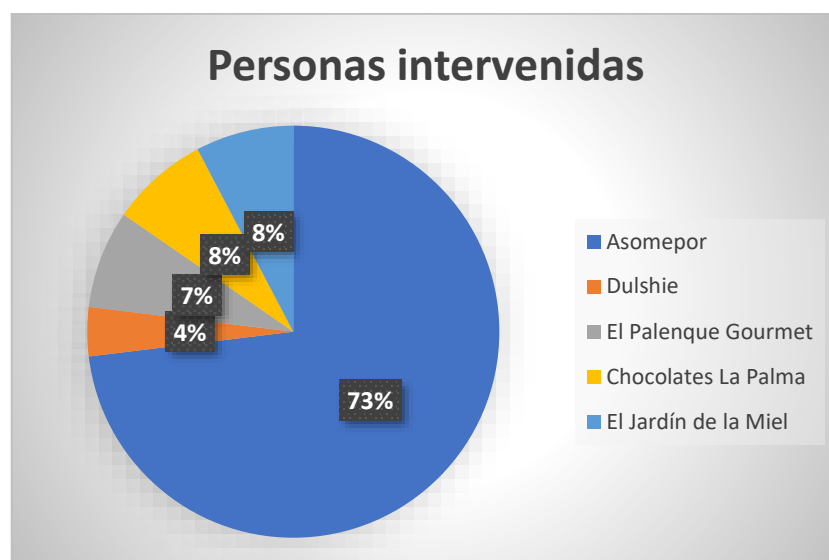
Tabla 49. Inscritos Emprende Antioquia.

Empresa	Actividad económica	Municipio	Personas intervenidas
Asomepor	Línea de pijamas Jagalena.	Puerto Berrío	19
Dulshie	Elaboración y venta de productos de repostería art	Puerto Berrío	1
El Palenque Gourmet	Gastronomía y productos gourmet.	Puerto Berrío	2
Chocolates La Palma	Producción de chocolates y derivados del cacao.	Maceo	2
El Jardín de la Miel	Producción y comercialización de miel y sus derivados	Maceo	2

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

A continuación en la gráfica 55 se muestra la distribución de personas intervenidas a través del programa Emprende Antioquia para el año 2025.

Gráfica 55. Distribución de las personas intervenidas por empresa.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

El impacto alcanzado por el proyecto resultó significativo y medible, ya que los empresarios adquirieron habilidades clave en gestión empresarial, finanzas, producción y estrategias de ventas, con especial énfasis en el lanzamiento y fortalecimiento de la línea de pijamas Jagalena. El proceso permitió optimizar los sistemas productivos, implementar herramientas digitales, consolidar prácticas sostenibles y estructurar planes financieros que fortalecen la competitividad de las cinco MiPymes. Además, se generaron estudios de mercado y estrategias de comunicación que ampliaron sus oportunidades de acceso a nuevos mercados, garantizando un crecimiento más sólido y sostenible.

La articulación de actores fue determinante en este resultado. La Fundación Promigas y Transmetano jugaron un papel clave en la potenciación de la línea Jagalena mediante recursos, asesorías y acompañamiento técnico especializado, mientras que la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño aseguró la articulación empresarial, promoviendo oportunidades de negocio y generando alianzas estratégicas.

Además potencializa a las otras empresas participantes del programa en temas financieros y comerciales que permiten avanzar con los procesos de consolidación.

De esta manera, el proyecto no solo impulsó el desarrollo económico de la región, sino que también fortaleció el tejido empresarial local, dotando a las empresas de herramientas prácticas y conocimientos fundamentales para su autosostenibilidad y crecimiento a largo plazo.

A continuación, en la ilustración 30 se presentan las evidencias correspondientes al desarrollo del proyecto Emprende Antioquia durante el año 2025.

Ilustración 30. Evidencias del proyecto Emprende Antioquia.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

6.1.2 Paisaje Cultural Ganadero.

El proyecto Paisaje Cultural Ganadero (PCG) se posiciona como una oportunidad estratégica para diversificar la economía del Magdalena Medio, conectando la tradición ganadera con el turismo experiencial y sostenible. El territorio cuenta con recursos culturales, naturales y productivos de alto valor, pero aún no están articulados bajo un producto turístico consolidado, lo que hace indispensable intervenir y ordenar el ecosistema, de esta manera se inicia intervención en articulación con Gobernación de Antioquia, Antioquia es Mágica, Comfama, Clúster Cárnico Bovino de Antioquia y Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

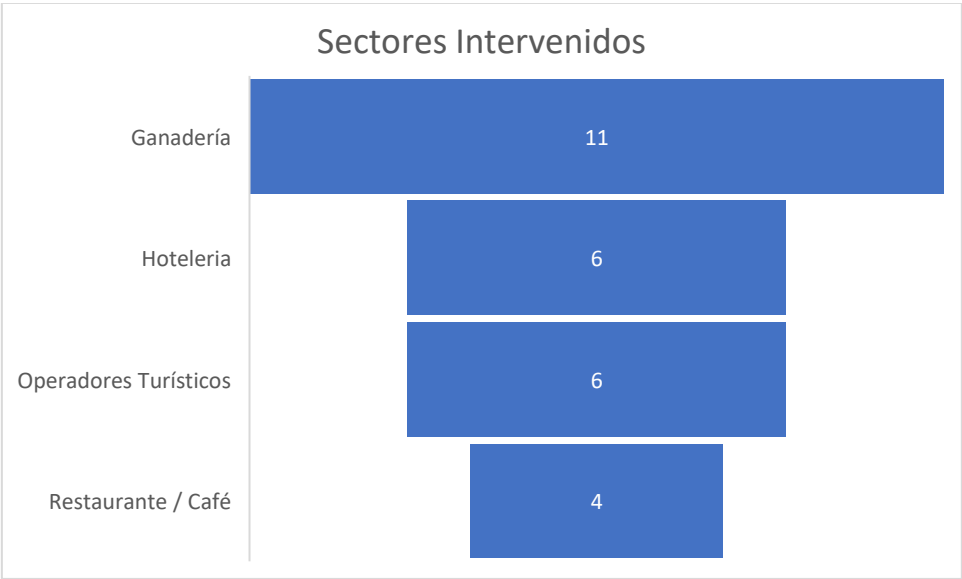
Se identifica una identidad ganadera fuerte pero no visibilizada: la cultura del vaquero, las prácticas rurales y la gastronomía son activos patrimoniales listos para convertirse en producto turístico diferenciado, existen fincas, alojamientos, restaurantes y experiencias aisladas que no operan bajo una narrativa unificada, reduciendo la competitividad del territorio.

Se ejecutaron talleres grupales y mentorías empresariales, donde los participantes recibieron orientación para crear y fortalecer sus productos turísticos, construir storytelling, calcular costos, identificar canales de comercialización y mejorar su presencia en plataformas especializadas como Booking, TripAdvisor y Airbnb. Además, se avanzó en el diseño de experiencias turísticas asociadas al Paisaje Cultural Ganadero y en la creación de paquetes turísticos, acompañados de material audiovisual (fotos y videos) para su futura promoción.

Los sectores participantes del proyecto Paisaje Cultural Ganadero reunieron a ganaderías once (11), hoteles seis (6), operadores turísticos seis (6) y restaurantes/café cuatro (4) en una articulación que integró la tradición productiva del territorio con servicios de alojamiento, gastronomía y operación turística, construyendo juntos una base sólida para transformar la identidad ganadera del Magdalena Medio en experiencias turísticas auténticas, complementarias y de alto valor.

En la gráfica 56 se muestra la distribución por sectores de los empresarios intervenidos en el marco del programa.

Gráfica 56. Distribución de empresarios intervenidos en el marco del proyecto Paisaje Cultural Ganadero.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

A continuación, en la ilustración 31 se presentan las evidencias correspondientes al desarrollo del proyecto paisaje cultural ganadero durante el año 2025.

Ilustración 31. Registro fotográfico Paisaje Cultural Ganadero.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

6.1.3 Ganadería para el futuro.

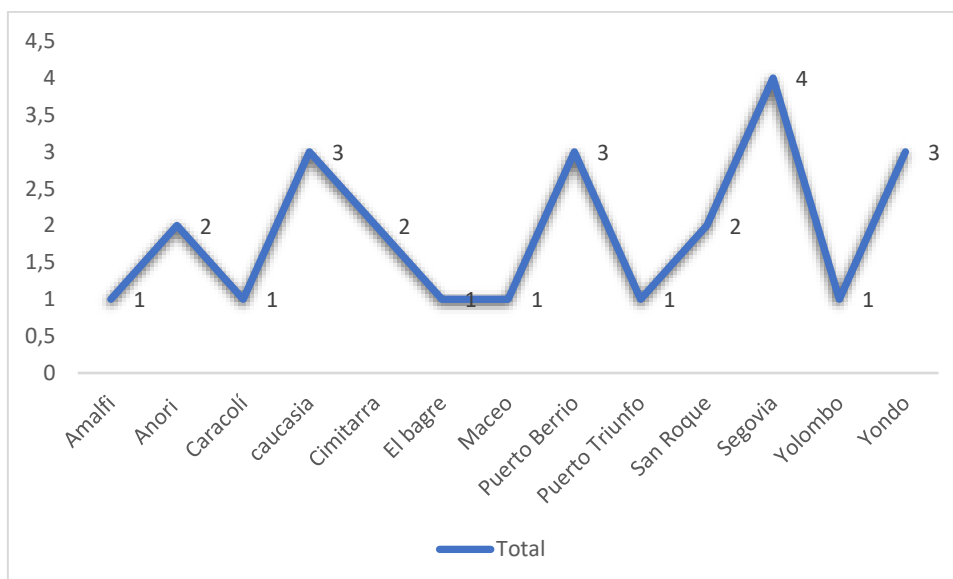
El proyecto Ganadería para el Futuro está enfocado en fortalecer las capacidades de los ganaderos beneficiarios de la caja de compensación Comfenalco Antioquia pertenecientes a las subregiones del Magdalena Medio, Nordeste Antioqueño y Bajo Cauca.

En su conjunto, este proyecto se planea técnicamente sólido, metódico y orientado a resultados, logrado sentar bases para la transformación productiva de las ganaderías beneficiarias mediante asistencia técnica, formación y herramientas prácticas que fortalecen la transición hacia sistemas más eficientes, sostenibles y preparados para los retos del futuro.

Durante la convocatoria se vinculan veinticinco (25) ganaderías en trece (13) municipios de las tres subregiones, permitiendo así llevar la estrategia a diferentes espacios del sector, este proyecto da continuidad para el año 2026.

En la ilustración 57 se muestra la distribución por municipio del proyecto Ganadería para el Futuro.

Gráfica 57. Distribución por Municipio Ganadería para el Futuro



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

En la gráfica se evidencia que el mayor aporte lo realiza el municipio de Segovia con cuatro (4) empresarios, seguido de los municipios de Caucaasia, Puerto Berrío y Segovia con tres (3) empresarios, siendo los más significativos.

6.1.4 Proyecto Conecta Turismo.

Enfoque de este proyecto es impulsar la profesionalización y competitividad del sector turístico mediante capacidades estratégicas, fortalecimiento comercial y desarrollo operativo de empresarios vinculados al turismo de naturaleza.

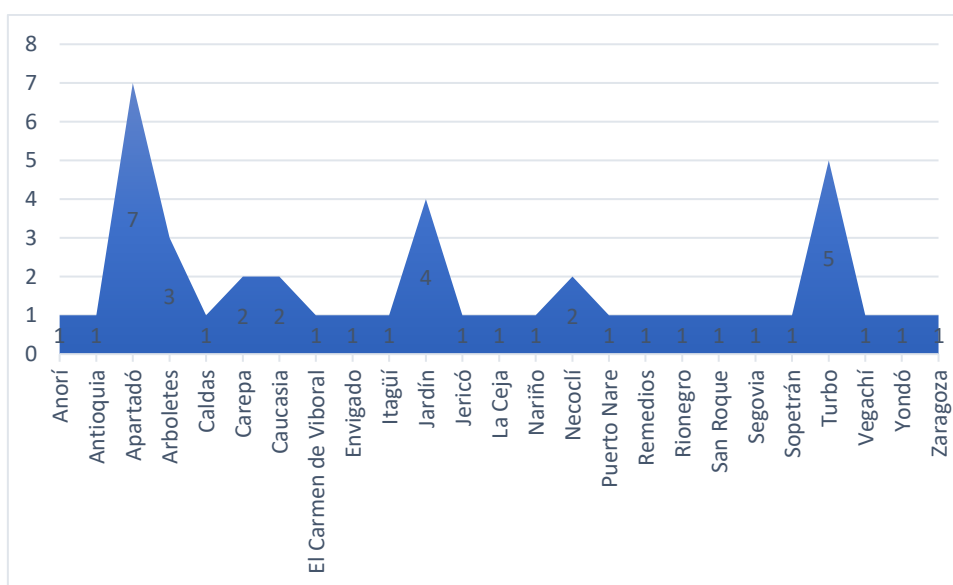
Con una meta de cuarenta (40) MiPymes beneficiadas, el proyecto promete impactar áreas estratégicas como la comercialización, la creación de redes empresariales, el posicionamiento de

productos turísticos y la participación en pasantías nacionales, que facilitarán aprendizajes prácticos y transferencia de conocimientos.

Para el proyecto Conecta Turismo se han inscrito y validado cuarenta y tres (43) empresas, con una dispersión de veinticinco (25) municipios en Antioquia, el proyecto continua intervención para el año 2026.

En la gráfica 58 se muestra la dispersión de empresarios por municipio del proyecto Conecta Turismo.

Gráfica 58. Dispersión por municipio proyecto Conecta Turismo.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

6.1.5 Proyecto MiPyme 4.0.

Este proyecto busca acelerar la madurez digital de las empresas para mejorar su productividad, presencia digital y capacidad tecnológica mediante procesos de diagnóstico, asesoría especializada y adopción de herramientas digitales.

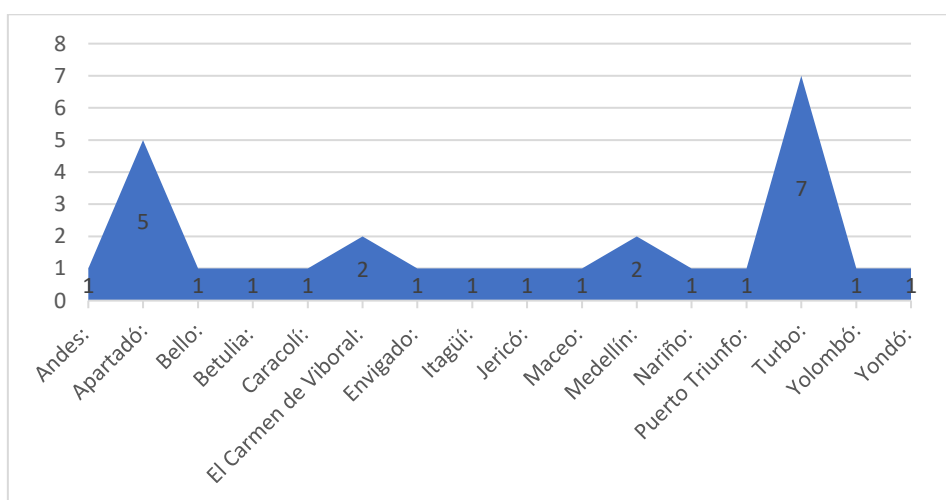
Con una meta ambiciosa de sesenta (60) MiPymes asesoradas, el proyecto cubre una amplia gama de herramientas esenciales para la competitividad actual: marketing digital, comercio electrónico, fotografía comercial, ciberseguridad, automatización, análisis de datos y desarrollo de aplicaciones móviles.

Su estructura de fases incluye conferencias grupales, asesorías especializadas y una etapa clave de implementación tecnológica, donde cada empresa recibirá un producto digital hecho a la medida (catálogo interactivo, sitio web, portafolio o herramienta digital), así como su ecosistema digital para entender mejor su interacción con el entorno.

Para el proyecto MiPyme 4.0 se han inscrito y validado veintiocho (28) empresas, con una dispersión de diecisiete (17) municipios en Antioquia, el proyecto continua intervención para el año 2026.

Esta dispersión la podemos encontrar en la gráfica 59 a continuación.

Gráfica 59. Dispersión por municipio proyecto MiPyme 4.0



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2026.

6.1.6 Proyecto Innovar para Crecer.

Para el proyecto Innovar para Crecer, el objetivo es transformar empresas hacia modelos más innovadores, sostenibles y eficientes, incorporando prácticas de economía circular, diagnóstico organizacional y aceleración de la capacidad de respuesta empresarial.

Su meta de cincuenta y siete (57) empresas beneficiadas lo convierte en un programa de alto impacto regional, orientado a la transformación productiva.

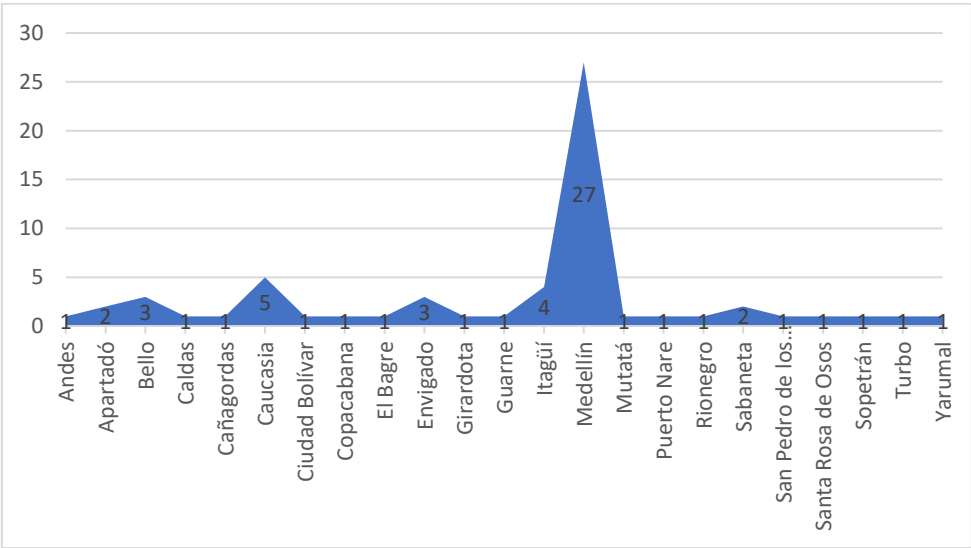
El proyecto aborda temas como la eficiencia organizacional, el rediseño de procesos, la economía circular, y el mapeo de actores del ecosistema, permitiendo a las empresas detectar nuevas oportunidades de valor, alianzas y optimizaciones.

Adicionalmente, contempla visitas especializadas y pasantías regionales para afianzar competencias y acelerar la adopción de modelos sostenibles.

Para el proyecto Innovar para Crecer se han inscrito y validado sesenta y dos (62) empresas, con una dispersión de veintitrés (23) municipios en Antioquia, el proyecto continua intervención para el año 2026.

A continuación en la gráfica 60 encontramos la dispersión por municipio del proyecto Innovar para Crecer.

Gráfica 60. Dispersión por municipio proyecto Innovar para crecer.



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

En relación con el cumplimiento del programa de proyectos, se evidencia en la tabla 50 que la estrategia fue ejecutada de forma satisfactoria durante el año 2025.

Tabla 50. Resumen del cumplimiento de metas del Programa de Proyectos.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento De Meta
Formulación de proyectos	3	6	200%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

6.12. Dialogo Publico – Privado.

Los Diálogos Público-Privados son espacios estratégicos que permiten la articulación entre el sector empresarial, las autoridades locales y regionales, y otros actores clave del desarrollo económico. En territorios como el Bajo Cauca, Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, donde convergen retos de infraestructura, seguridad, competitividad y sostenibilidad, estos diálogos son esenciales para:

- Construir confianza y cooperación entre el sector público y privado.

- Definir agendas comunes que impulsen la inversión, la generación de empleo y la internacionalización.
- Resolver barreras estructurales que limitan el crecimiento empresarial y la atracción de capital.
- Formular proyectos y estrategias que permitan la atracción de inversiones que fortalezcan la estructura del territorio.
- Fortalecer la gobernanza territorial a través de los Comités Interinstitucionales que reúnen las Comisiones Subregionales de Competitividad e Innovación (CSCI) y los Comité Universidad, Empresa, Estado, Sociedad (CUEES).

En este programa, se ejecutaron varios espacios como:

- Reuniones estratégicas cada dos (2) meses.
- Eventos como foros, cátedras o ferias que permitan fortalecer la gestión institucional.

Para el año 2025 se desarrollaron las siguientes actividades:

- Comités Interinstitucionales tanto en el Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.
- Panel de Obras por Impuestos.
- Formulación de proyectos.
- Mesa Empresarial del Nus.

En la tabla 51 encontramos las fechas de los espacios desarrollados en el marco de los Diálogos Público- Privados para el año 2025.

Tabla 51. Fechas de los espacios desarrollados en el marco de los Diálogos Público- Privados para el año 2025.

Meses	CINA	CIMM	MEN
Febrero	20/02/2025		
Marzo		14/03/2025	

Abril			
Mayo			
Junio	05/06/2025		
Julio		17/07/2025	
Agosto	14/08/2025		06/08/2025
Octubre		17/10/2025	12/10/2025
Noviembre	27/11/2025		14/11/2025
Diciembre			19/12/2025

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Los temas desarrollados durante el año 2025 en todos los comités fueron los siguientes:

- Gestión de proyectos estratégicos.
- Coyuntura Económica del Nordeste Antioqueño.
- Educación para el trabajo.
- El empleo en el territorio.
- Estrategias alrededor del Turismo en la región.
- Estrategias de economía circular.
- Resultados de proyectos doctorado.
- Planes de desarrollo.
- Experiencia Vial.
- Obras por impuestos.

En síntesis, estas instancias no solo son un mecanismo de encuentro, sino un motor de desarrollo, capaz de dinamizar sectores estratégicos, potenciar el talento local y generar condiciones para la prosperidad del Nordeste y el Magdalena Medio Antioqueño.

A continuación, en la tabla 52 encontramos la cantidad de reuniones por cada instancia para el año 2025.

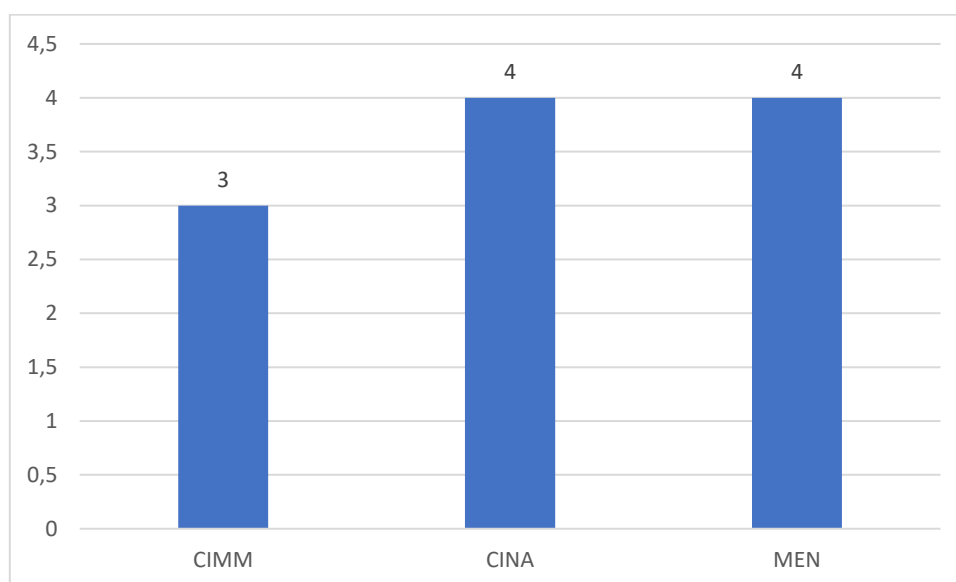
Tabla 52. Cantidad de reuniones por cada instancia para el año 2025.

Diálogos Interinstitucionales	Cantidad
Comité Interinstitucional del Magdalena Medio Antioqueño	3
Comité Interinstitucional del Nordeste Antioqueño	4
Mesa Empresarial del Nus	4

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

Por otra parte, en la gráfica 61 encontramos la cantidad de reuniones por cada instancia para el año 2025.

Gráfica 61. Cantidad de reuniones por cada instancia para el año 2025.



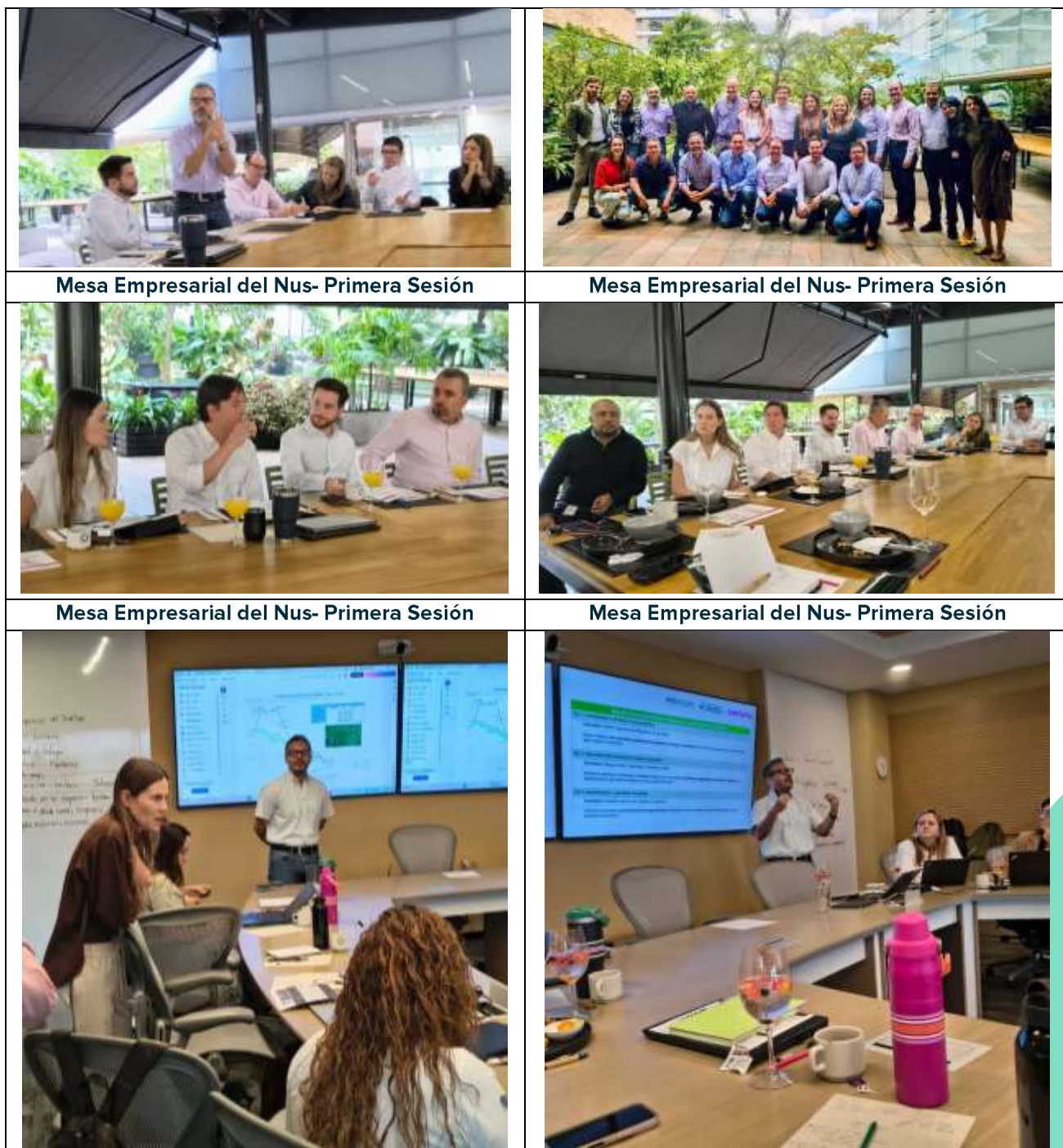
Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.

En la gráfica encontramos que para el Comité Interinstitucional del Nordeste Antioqueño y para la Mesa Empresarial del Nus se generaron un total de cuatro (4) reuniones y para el Magdalena Medio tres (3). Estas instancias permiten avanzar sistemáticamente en la priorización de la región y de sus rutas estratégicas para volverlas más competitivas.

La cantidad de empresarios beneficiados para este año 2025 fue de setenta y dos (72) personas para los CIMM, CINA y la Mesa Empresarial del Nus.

A continuación, en la ilustración 32 se presentan las evidencias correspondientes al desarrollo del programa Dialogo Publico Privado realizado durante el año 2025.

Ilustración 32. Evidencias del programa Diálogos Público Privados.



Mesa Empresarial del Nus- Segunda Sesión 	Mesa Empresarial del Nus- Segunda Sesión 
Mesa Empresarial del Nus- Segunda Sesión 	Mesa Empresarial del Nus- Segunda Sesión 
Mesa Empresarial del Nus- Tercera Sesión 	Mesa Empresarial del Nus- Tercera Sesión 
Mesa Empresarial del Nus- Tercera Sesión	Mesa Empresarial del Nus- Tercera Sesión

	
CINA Yolombó	CINA Yolombó
	
CINA Yolombó	CINA Yolombó
	
CINA Amalfi	CINA Amalfi
	
CINA Amalfi	CINA Amalfi



CINA Segovia



CINA Segovia



CINA Vegachí



CINA Vegachí



CINA Vegachí



CINA Vegachí

	
CIMM Puerto Berrío	CIMM Puerto Berrío
	
CIMM Puerto Berrío	CIMM Puerto Berrío
	
CIMM Puerto Berrío 2	CIMM Puerto Berrío 2
	
CIMM Puerto Berrío 2	CIMM Puerto Berrío 2



Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño y Aliados 2025.

En relación con el cumplimiento del programa Dialogo Público Privados, se evidencia en la tabla 53 que la estrategia fue ejecutada de forma satisfactoria durante el año 2025.

Tabla 53. Resumen del cumplimiento de metas del Programa Dialogo Público Privado.

Indicador	Meta	Obtenidos	Porcentaje Cumplimiento De Meta
Dialogo Publico Privado	8	8	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño 2025.