

PLAN DE COMERCIALIZACION				Sigmo Distintivo #1 (DOCeramina Negra de la Chamba y Chiqueo)	Sigmo Distintivo #2 (DO de Mangostino)	Creación de Sigmo Distintivo y/o Marca Colectiva #3 (DO Sombro artesanal de la Palma real y Marca Colectiva de la Lechona)	Sigmo Distintivo del café y el arroz de la meseta de Itagüe)	FONDERACIÓN VIGENCIA 2026	FONDERACIÓN VIGENCIA 2027
No	Estrategia	Actividades	Objetivo	2026	2027	2026	2027	2026	2027
1	Gestión para el logro de la meta	Desarrollar acciones de gestión y articulación, tales como convocatorias, comunicaciones, comités técnicos y reuniones de seguimiento, orientadas a la implementación, apoyo en la verificación del estado, creando alertas de actualización y fortalecimiento del plan de comercialización.	Fortalecer los procesos de apoyo a la comercialización mediante la ejecución de actividades de gestión y articulación que contribuyan a la implementación del plan de comercialización.	10%	10%	10%	10%	10%	10%
2	Plan de comercialización	El plan de comercialización desarrollado se orienta exclusivamente a la implementación de actividades de fortalecimiento y apoyo a las Denominaciones de Origen y/o Marcas Colectivas, con el propósito de regular su crecimiento y expansión comercial. En este sentido, las acciones contempladas están dirigidas a consolidar su posicionamiento en el mercado, mejorar sus capacidades competitivas y promover su reconocimiento, contribuyendo así a la sostenibilidad y proyección de estos signos distintivos en escenarios comerciales más amplios.	Fortalecer y apoyar las Denominaciones de Origen y/o Marcas Colectivas mediante la implementación de estrategias de comercialización orientadas a su crecimiento y expansión en el mercado, contribuyendo al mejoramiento de su posicionamiento, competitividad y sostenibilidad.	45%	45%	45%	45%	45%	45%
3	Fortalecimiento de las denominaciones de origen y/o marcas colectivas a través de capacitaciones en marketing digital y promoción en medios de comunicación.	Desarrollar acciones de fortalecimiento en apoyo a la comercialización mediante la articulación con aliados estratégicos para la capacitación en marketing digital, la generación de espacios de comercialización y el acompañamiento en la elaboración de piezas comunicativas orientadas a la promoción de productos e historias asociadas a la denominación de origen.	Visibilizar las denominaciones de origen y/o marcas colectivas del Tolima.	15%	15%	15%	15%	15%	15%
4	Minimizar la intermediación entre la oferta y la demanda de los productos que cuentan con Denominación de Origen y/o Marca Colectiva.	Gestionar la participación de empresarios en ferias y eventos comerciales de carácter local, nacional e internacional, mediante la identificación y socialización de conveniencias de interés, así como la articulación institucional que facilite la vinculación de aquellos que cuentan con Denominación de Origen y/o Marca Colectiva, con el propósito de ampliar sus oportunidades de posicionamiento y acceso a nuevos mercados.	Generar espacios en que las denominaciones de origen puedan lograr una participación comercial.	15%	15%	15%	15%	15%	15%
5	Apoyar la competitividad, calidad, innovación y posicionamiento de productos Toluenses a través de creación de Denominaciones de Origen y/o Marca Colectiva.	Apojar en el proceso integral de fortalecimiento empresarial y sectorial mediante la identificación de diagnósticos y priorización de sectores, la sensibilización sobre Denominación de Origen y/o Marca Colectiva, la ejecución de capacitaciones en gestión administrativa, planificación, organización, finanzas y contabilidad, así como la asistencia técnica para su creación y el acompañamiento en el trámite de solicitud ante la Superintendencia de Industria y Comercio.	Exponer y apoyar la competitividad, cultura e innovación de los productos tradicionales del Tolima, donde se resalte la identidad territorial y su valor agregado.			45%	45%		
6	Integrar las Denominaciones de Origen y Marcas Colectivas al programa de Ruta de Exportación de la Gobernación del Tolima.	Brindar acompañamiento y fortalecimiento a empresarios mediante su vinculación a procesos formativos de la Ruta de Exportación, así como la ejecución de capacitaciones en empaques, etiquetado y presentación comercial, orientadas a mejorar sus capacidades para la comercialización en mercados nacionales e internacionales.	Fortalecer las capacidades técnicas y comerciales de las empresas con Denominación de Origen y/o Marca Colectiva del Tolima para facilitar su proceso de internacionalización.	15%	15%	15%	15%	15%	15%
		%		100%	100%	100%	100%	100%	100%
		Meta		1	1	1	1	1	1
		Gestión para el logro de la Meta		90%					
		Asistencia Técnica		40%					
		Implementación de Plan de Comercialización		50%					
			Luis Eduardo Paredes						
			Director de Asesoría Internacional a Industria y Comercio						
			Proyectado por Andres Del Pilar Gomez Garcia - Oscar Eduardo Sanchez Duran - Contratistas						