

INFORME DE ACTIVIDADES No. 02 (FINAL)

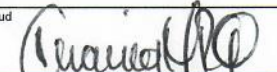
Fecha:	Diciembre		de	Año: 2025
A) INFORMACIÓN GENERAL DEL CONTRATO				
Número de Contrato:	CPS-218-2025		de:	2025
Objeto:	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTIÓN DE LA UNIDAD DE TURISMO EN LA EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES EN CUMPLIMIENTO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO Y EL COMPONENTE TURÍSTICO DEL PLAN DE DESARROLLO DEL MUNICIPIO DE MARQUETALIA CALDAS			
Nombre del supervisor:	Jeison Arias Ríos		Identificación:	75.004.614
Nombre del Contratista	Diana Marcela Restrepo Quiceno		Identificación:	24.873.716
Cargo	Secretario de Agricultura, Turismo, Medio Ambiente y Desarrollo Económico		Teléfonos	3103191138
Correo Electrónico:	eco.bambusa2022@gmail.com			
Duración inicial del contrato:	Desde la Suscripción del acta de inicio hasta el 31 de diciembre de 2025			
Valor Inicial:	\$	4.900.000,00	Adiciones:	\$ -
Fecha de Iniciación:	8 de noviembre de 2025		Prórrogas:	0,00 meses
Fecha de Terminación:	31 de diciembre de 2025		Suspensiones:	
Fecha de Actividades:	Desde:	01-dic-2025	Hasta:	31-dic-2025

De acuerdo con las Clausulas del Contrato, se relacionan a continuación las actividades desarrolladas:

B) OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA		
ITEM	OBLIGACIÓN REGISTRADAS EN EL CONTRATO	ACTIVIDAD REALIZADA En cumplimiento de las obligaciones
1.	Obligación 1 : Elaborar el plan de acción y/o plan operativo semestral y presentar los informes de avance respectivos, relacionando y adjuntando las evidencias en medio físico y digital	Presenté ante el Supervisor el informe de actividades correspondiente al mes de Diciembre de 2025.
2.	Obligación 2: Apoyar la formulación y presentación de proyectos a diferentes entidades, en especial los relacionados con el fortalecimiento del turismo.	Como contratista participé en la ejecución de las actividades correspondientes al Convenio Interadministrativo entre la Secretaría de desarrollo empleo e innovación y el Gobierno de Marquetalia, el cual tuvo como objeto: <i>"Posicionar al municipio de Marquetalia como destino turístico, destacando la rica tradición cafetera de la región, mediante actividades culturales, gastronómicas, resaltando la belleza paisajística, y tradiciones del municipio"</i> .
3.	Obligación 3: Apoyar la actualización y ejecución del plan estratégico y plan de acción turístico y socializarlo al Consejo municipal de turismo y demás organizaciones competentes	Apoyé el desarrollo de la Feria Herencia la cual se articula específicamente con el Plan estratégico de turismo correspondiente al componente estratégico de reconocimiento y apropiación del territorio, el cual tiene como propósito resaltar las manifestaciones culturales del municipio a través de festividades y eventos locales, permitiendo que tanto visitantes como población local conozcan, valoren y se apropien de las raíces, tradiciones y saberes del territorio. Asimismo, la Feria generó espacios para la exposición, promoción y comercialización de productos con identidad local, priorizando aquellos que cuentan con denominación de origen y sello territorial "marquetón", garantizando que la oferta presentada esté directamente arraigada a la cultura, la tradición y la producción local. A través de esta estrategia, se logró que los asistentes pudieran identificar una oferta turística diferenciada en bebidas a base de café principalmente, bocados y dulces típicos, fortaleciendo la identidad gastronómica del municipio. De igual manera, estas acciones contribuyen al mejoramiento de las condiciones de las comunidades rurales, al fortalecimiento de los emprendimientos locales y a la diversificación de la oferta turística del municipio, consolidando al turismo como una alternativa de desarrollo económico y social.
4.	Obligación 4: Realizar el inventario de sitios turísticos del municipio involucrando cadenas productivas para la demanda de turismo, así mismo articularse con otros actores claves en procesos de promoción y difusión	En cumplimiento de la Obligación N.º 4, Durante la realización de la feria, se dispuso un pendón interactivo con información de la cuenta oficial de Instagram de Turismo de Marquetalia, lo cual permitió fortalecer los canales digitales de promoción del destino, facilitar la interacción directa de los asistentes y visibilizar la oferta turística del municipio, incluyendo experiencias, emprendimientos y sitios de interés. Adicionalmente, participé en el canal regional "Más Televisión" del municipio de La Dorada, con el propósito de ampliar el alcance de la Feria Herencia más allá del contexto local, logrando un cubrimiento a nivel regional. Esta estrategia contribuyó a la difusión del municipio como destino turístico, al reconocimiento de sus atractivos y al posicionamiento de su oferta turística dentro de un público más amplio. Estas acciones permitieron avanzar en la consolidación del inventario turístico del municipio, así como en la promoción articulada de los diferentes actores y cadenas productivas vinculadas al turismo, fortaleciendo la visibilidad y proyección regional de Marquetalia como destino turístico emergente. Adjunto el enlace https://www.youtube.com/watch?v=DkYGJ0nwSLI
5.	Obligación 5: Adelantar los acercamientos y gestiones respectivas con las entidades competentes para la consolidación de un plan de promoción turístico para el Municipio de Marquetalia, enfocándose en la tipología de turismo de naturaleza y sus actividades culturales	Actualmente se está realizando la planeación del video de promoción de la Ruta Especial del Café, identificando el público objetivo, estableciendo la ruta y elaborando la estructura narrativa y programación de fechas y horarios. El enfoque de este producto estará orientado a la promoción de un turismo regenerativo, que propicie la apropiación responsable de los recursos naturales y culturales, promoviendo la conservación del ecosistema y el bienestar de las comunidades que habitan el territorio, fortaleciendo así una visión integral del turismo sostenible. Estas acciones permitirán fortalecer la estrategia de promoción y posicionamiento turístico del municipio, asegurando una participación organizada y con insumos comunicativos de calidad para la feria turística Nacional (ANATO 2026).

B) OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA		
ITEM	OBLIGACIÓN REGISTRADAS EN EL CONTRATO	ACTIVIDAD REALIZADA En cumplimiento de las obligaciones
6.	Obligación 6: Consolidar una base de datos con la información de los emprendimientos del municipio que aporten a la cadena de valor turístico y articularlos con los temas turísticos	Los días 6 y 7 de diciembre se realizó la segunda versión de la Feria Herencia, como una actividad orientada al fortalecimiento del turismo, la cultura y el emprendimiento local. El evento contó con la participación aproximada de 40 emprendimientos, entre los cuales se destacaron, prestadores de servicios turísticos, experiencias agroturísticas y productos locales. Dentro de las actividades desarrolladas, se resaltó la participación de Azahares del Café, quienes realizaron la promoción de la Ruta del Café, y de la Finca Agroturística Ojo de Poeta, que dio a conocer su ruta agroturística al interior de la finca, permitiendo visibilizar procesos productivos y prácticas tradicionales del entorno rural. Asimismo, se contó con la presencia de emprendimientos de bocados y dulces típicos de la región, resultado de los procesos de fortalecimiento que se han venido adelantando a través de ferias realizadas tanto en la zona urbana como en la zona rural. Estas acciones han permitido la identificación, valoración y apropiación de los sabores tradicionales del territorio. De igual manera, participaron productores de café especial, quienes exhibieron y promocionaron la calidad del café local. Como parte de la planeación previa al evento, se llevaron a cabo dos reuniones preparatorias: una con los participantes del componente de bebidas a base de café, y otra enfocada en la organización y ajuste de la logística general, con el fin de garantizar el adecuado desarrollo de la feria.
7.	Obligación 7: Liderar diferentes actividades que promuevan la participación de grupos como catalizadores – catedra Marquetalia, grupos ambientales, grupos de avistamiento, vigías del patrimonio, entre otras y articularlos con los temas turísticos; así mismo, consolidar una base de datos con la información de estos grupos organizados	Con base en el ejercicio que se desarrolló con el primer video de la Ruta del agua y la panela, se consideró vincular a los integrantes del Consejo Municipal de Juventud en la elaboración del material audiovisual para la segunda creación de la Ruta especial del café, que representa una oportunidad estratégica para fortalecer la participación ciudadana y visibilizar el papel de los jóvenes en la construcción del desarrollo local. Su presencia en este proceso no solo garantiza que las voces juveniles sean protagonistas, sino que también aporta frescura, creatividad y legitimidad al mensaje que se quiere transmitir. Se considera que al integrarlos en la producción, se abre un espacio para que los jóvenes lideren actividades que promuevan la articulación con grupos organizados del municipio —como la Catedral Marquetalia, colectivos ambientales, grupos de avistamiento de aves y vigías del patrimonio—, generando un tejido social que conecta la participación comunitaria con el turismo y la identidad cultural.
8.	Obligación 8. Apoyar la ejecución de diferentes procesos de formación académica competentes con producto turístico, lideradas con diferentes entidades de educación superior	En el mes de diciembre se cerró el ciclo de formación en turismo liderado por la Corporación Juntos Construyendo, un proceso que se consolidó como una valiosa oportunidad para fortalecer las competencias de los prestadores de servicios turísticos del municipio. Esta iniciativa permitió generar nociones fundamentales que serán de gran utilidad en la creación de experiencias innovadoras y en la construcción de un producto turístico sólido y competitivo. El módulo final abordó temas clave como el costo de experiencias y el marketing turístico, brindando herramientas prácticas para que los actores locales puedan diseñar propuestas sostenibles, atractivas y ajustadas a las dinámicas del mercado. Con ello, se busca que el sector turístico se convierta en un motor de desarrollo comunitario, articulando la riqueza cultural, ambiental y patrimonial del territorio con las expectativas de los visitantes.
9.	Obligación 9. Diseñar y liderar una estrategia para incentivar el tránsito a la legalización de los emprendimientos y operadores turísticos (Cámara de comercio, RUT, RNT, entre otros.).	En cumplimiento de esta obligación, en las diversas reuniones para tal fin, se definió que las personas inscritas para participar en la feria debían contar, como requisito mínimo, con el Registro Único Tributario (RUT) actualizado, acorde con las actividades económicas desarrolladas, y/o con registro vigente en la Cámara de Comercio. Esta medida permitió sensibilizar a los emprendedores sobre la importancia de la legalización como un paso fundamental para el fortalecimiento de sus iniciativas productivas. A través de esta estrategia, se contribuyó de manera directa al proceso de formalización de los emprendimientos turísticos y productivos, facilitando que los participantes avancen en el cumplimiento de los requisitos necesarios para acceder a futuras convocatorias, programas de fortalecimiento, apoyos institucionales y oportunidades de financiación, tanto a nivel local como regional y nacional. Esta acción fortalece el tejido empresarial del municipio y sienta bases sólidas para la consolidación de una oferta turística organizada, competitiva y alineada con los lineamientos del desarrollo turístico sostenible.
10.	Obligación 10. Presentar los informes a las diferentes instancias y entidades relacionados con el tema de turismo.	Durante este mes envié información relacionada con la gestión del turismo para la construcción del informe de gestión.
11.	Obligación 11. Realizar cronograma mensual de actividades como mínimo 1 capacitación sobre temas turísticos.	En cumplimiento del cronograma mensual de actividades, se precisa que durante el mes en curso se desarrolló el cierre de los procesos programados, razón por la cual no se llevaron a cabo capacitaciones adicionales en temas turísticos. No obstante, se brindaron lineamientos y orientaciones específicas a los participantes de la Feria Herencia, relacionados con los criterios de participación, aspectos logísticos, formalización y presentación de los productos, los cuales hicieron parte del proceso de preparación y fortalecimiento de los emprendimientos vinculados al evento.
12.	Obligación 12. Apoyar las actividades de procesos y procedimientos	Como Contratista, garantizo que el desarrollo de las actividades se llevara a cabo en plena coherencia con los procesos y procedimientos establecidos por la Secretaría y en alineación con las directrices del Gobierno de Marquetalia. Cada acción ejecutada respondió a los lineamientos institucionales, asegurando transparencia, eficacia y cumplimiento normativo, lo que permitió fortalecer la gestión pública y consolidar la confianza ciudadana en las actuaciones realizadas.
13.	Obligación 13. Realizar el diligenciamiento de satisfacción y control de los servicios prestados a la ciudadanía.	Realicé las encuestas de satisfacción y control de los servicios prestados a la ciudadanía.
14.	Obligación 14. Asegurar que los conceptos utilizados en el desarrollo de sus actividades, las recomendaciones emitidas y en general la prestación de su servicio, estén de acuerdo con las directrices y orientaciones de la Administración municipal de Marquetalia - Caldas.	Como contratista confirmo que los conceptos aplicados en las actividades, las recomendaciones emitidas y la prestación del servicio se realizaron de acuerdo con las directrices y orientaciones de la Administración Municipal de Marquetalia – Caldas. De esta manera, se asegura que todo el trabajo desarrollado estuvo alineado con los procesos institucionales y en cumplimiento de lo establecido.
15.	Obligación 15. Colaborar en los procesos cuando sea necesario y mediante programación con el Supervisor del contrato, labores inherentes al desarrollo de las actividades de la Secretaría de Agricultura, turismo, Medio ambiente y desarrollo económico	Se acompañó el día 12 de diciembre a la jornada de esterilización de caninos y felinos realizada en la Vereda la Quebra del municipio de Marquetalia, por instrucción del Secretario de Agricultura, turismo, medio ambiente y desarrollo económico.

• Anexa copia de la seguridad social en salud
• Se anexa factura


DIANA MARCELA RESTREPO QUICENO
Contratista

INFORME DE ACTIVIDADES REALIZADAS DESDE EL 01 DE DICIEMBRE HASTA EL 31 DE DICIEMBRE DE 2025. CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 218 de 2025.

Resumen. El presente informe recoge las actividades ejecutadas durante el mes de DICIEMBRE en cumplimiento del objeto contractual relacionado con el apoyo técnico y operativo a los procesos de fortalecimiento turístico, cultural y productivo del municipio de Marquetalia – Caldas. Las acciones desarrolladas se orientaron al acompañamiento de los sectores turísticos, la actualización de información estratégica, la articulación con instituciones aliadas y la participación en espacios de Promoción turística.

Producto 1: Elaborar el plan de acción y/o plan operativo semestral y presentar los informes de avance respectivos, relacionando y adjuntando las evidencias en medio físico y digital.

Se realizó el informe detallado de las actividades realizadas correspondientes al mes de diciembre.

Producto 2. Apoyar la formulación y presentación de proyectos a diferentes entidades, en especial los relacionados con el fortalecimiento del turismo.

Se dio cumplimiento al convenio Interadministrativo establecido entre la Secretaria de desarrollo empleo e innovación y el Gobierno de Marquetalia (**Número del proceso CD-SDEI-1602-2025**) con el fin de avanzar en el desarrollo de actividades para el fortalecimiento empresarial y como estrategia de promoción turística, para continuar posicionando al municipio de Marquetalia como destino turístico, destacando la rica tradición cafetera de la región, mediante actividades culturales, gastronómicas, resaltando la belleza paisajística y tradiciones del municipio. (Adjunto Acta de Inicio)

Producto 3. Apoyar la actualización y ejecución del plan estratégico y plan de acción turístico y socializarlo al Consejo municipal de turismo y demás organizaciones competentes.

Apoyé el desarrollo de la Feria Herencia la cual se articula específicamente con el Plan estratégico de turismo dentro del **componente estratégico de reconocimiento y apropiación del territorio**, el cual tiene como propósito resaltar las manifestaciones culturales del municipio a través de festividades y eventos locales, permitiendo que tanto visitantes como población local conozcan, valoren y se apropien de las raíces, tradiciones y saberes del territorio.

Asimismo, la Feria generó espacios para la exposición, promoción y comercialización de productos con identidad local, priorizando aquellos que cuentan con denominación de origen y sello territorial “marquetón”, garantizando que la oferta presentada esté directamente arraigada a la cultura, la tradición y la producción local.

A través de esta estrategia, se logró que los asistentes pudieran identificar una oferta turística diferenciada en bebidas a base de café principalmente, bocados y dulces típicos, fortaleciendo la identidad gastronómica del municipio. De igual manera, estas acciones contribuyen al mejoramiento de las condiciones de las comunidades rurales, al fortalecimiento de los emprendimientos locales y a la diversificación de la oferta turística del municipio, consolidando al turismo como una alternativa de desarrollo económico y social.



Producto 4: Realizar el inventario de sitios turísticos del municipio involucrando cadenas productivas para la demanda de turismo, así mismo articularse con otros actores claves en procesos de promoción y difusión

En cumplimiento de la Obligación N.º 4, Durante la realización de la feria, se dispuso un pendón interactivo con información de la cuenta oficial de Instagram de Turismo de Marquetalia, lo cual permitió fortalecer los canales digitales de promoción del destino, facilitar la interacción directa de los asistentes y visibilizar la oferta turística del municipio, incluyendo experiencias, emprendimientos y sitios de interés.

Adicionalmente, se adelantó una participación en el canal regional “Más Televisión” del municipio de La Dorada, con el propósito de ampliar el alcance de la Feria Herencia más allá del contexto local, logrando un cubrimiento a nivel regional. Esta estrategia contribuyó a la difusión del municipio como destino turístico, al reconocimiento de sus atractivos y al posicionamiento de su oferta turística dentro de un público más amplio.

Estas acciones permitieron avanzar en la consolidación del inventario turístico del municipio, así como en la promoción articulada de los diferentes actores y cadenas productivas vinculadas al turismo, fortaleciendo la visibilidad y proyección regional de Marquetalia como destino turístico emergente. A continuación se relaciona el enlace de promoción de la feria Herencia.

<https://www.youtube.com/watch?v=DkYGJ0nwSLI>



Producto 5. Adelantar los acercamientos y gestiones respectivas con las entidades competentes para la consolidación de un plan de promoción turístico para el Municipio de Marquetalia, enfocándose en la tipología de turismo de naturaleza y sus actividades culturales

Actualmente se está realizando la planeación del video de promoción de la Ruta Especial del Café, identificando el público objetivo, estableciendo la ruta y elaborando la estructura narrativa y programación de fechas y horarios.

El enfoque de este producto estará orientado a la promoción de un turismo regenerativo, que propicie la apropiación responsable de los recursos naturales y culturales, promoviendo la conservación del ecosistema y el bienestar de las comunidades que habitan el territorio, fortaleciendo así una visión integral del turismo sostenible.

Estas acciones permitirán fortalecer la estrategia de promoción y posicionamiento turístico del municipio, asegurando una participación organizada y con insumos comunicativos de calidad para la feria turística Nacional (ANATO 2026).

Producto 6: Consolidar una base de datos con la información de los emprendimientos del municipio que aporten a la cadena de valor turístico y articularlos con los temas turísticos

Los días 6 y 7 de diciembre se realizó la segunda versión de la Feria Herencia, como una actividad orientada al fortalecimiento del turismo, la cultura y el emprendimiento local. El evento contó con la participación aproximada de 40 emprendimientos, entre los cuales se destacaron, prestadores de servicios turísticos, experiencias agroturísticas y productores locales. Dentro de las actividades desarrolladas, se resaltó la participación de Azahares del Cafeto, quienes realizaron la promoción de la Ruta del Café, y de la Finca Agroturística Ojo de Poeta, que dio a conocer su ruta agroturística al interior de la finca, permitiendo visibilizar procesos productivos y prácticas tradicionales del entorno rural.

Asimismo, se contó con la presencia de emprendimientos de bocados y dulces típicos de la región, resultado de los procesos de fortalecimiento que se han venido adelantando a través de ferias realizadas tanto en la zona urbana como en la zona rural. Estas acciones han permitido la identificación, valoración y apropiación de los sabores tradicionales del territorio. De igual manera,

participaron productores de café especial, quienes exhibieron y promocionaron la calidad del café local.

Como parte de la planeación previa al evento, se llevaron a cabo dos reuniones preparatorias: una con los participantes del componente de bebidas a base de café, y otra enfocada en la organización y ajuste de la logística general, con el fin de garantizar el adecuado desarrollo de la feria.



Producto 7: Liderar diferentes actividades que promuevan la participación de grupos como catalizadores – catedra Marquetalia, grupos ambientales, grupos de avistamiento, vigías del patrimonio, entre otras y articularlos con los temas turísticos; así mismo, consolidar una base de datos con la información de estos grupos organizados

Con base en el ejercicio que se desarrolló con el primer video de la Ruta del agua y la panela, se consideró vincular a los integrantes del Consejo Municipal de Juventud en la elaboración del material audiovisual para la segunda creación de la Ruta especial del café, que representa una oportunidad estratégica para fortalecer la participación ciudadana y visibilizar el papel de los jóvenes en la construcción del desarrollo local. Su presencia en este proceso no solo garantiza que las voces juveniles sean protagonistas, sino que también aporta frescura, creatividad y legitimidad al mensaje que se quiere transmitir.

Se considera que, al integrarlos en la producción, se abre un espacio para que los jóvenes lideren actividades que promuevan la articulación con grupos organizados del municipio —como la Cátedra Marquetalia, colectivos ambientales, grupos de avistamiento de aves y vigías del patrimonio—, generando un tejido social que conecta la participación comunitaria con el turismo y la identidad cultural.

Producto 8. Apoyar la ejecución de diferentes procesos de formación académica competentes con producto turístico, lideradas con diferentes entidades de educación superior

En el mes de diciembre se cerró el ciclo de formación en turismo liderado por la Corporación Juntos Construyendo, un proceso que se consolidó como una valiosa oportunidad para fortalecer las competencias de los prestadores de servicios turísticos del municipio. Esta iniciativa permitió

generar nociones fundamentales que serán de gran utilidad en la creación de experiencias innovadoras y en la construcción de un producto turístico sólido y competitivo.

El módulo final abordó temas clave como el costeo de experiencias y el marketing turístico, brindando herramientas prácticas para que los actores locales puedan diseñar propuestas sostenibles, atractivas y ajustadas a las dinámicas del mercado. Con ello, se busca que el sector turístico se convierta en un motor de desarrollo comunitario, articulando la riqueza cultural, ambiental y patrimonial del territorio con las expectativas de los visitantes.

Producto 9. Diseñar y liderar una estrategia para incentivar el tránsito a la legalización de los emprendimientos y operadores turísticos (Cámara de comercio, RUT, RNT, entre otros.).

En cumplimiento de esta obligación, en las diversas reuniones para tal fin, se definió que las personas inscritas para participar en la feria debían contar, como requisito mínimo, con el Registro Único Tributario (RUT) actualizado, acorde con las actividades económicas desarrolladas, y/o con registro vigente en la Cámara de Comercio. Esta medida permitió sensibilizar a los emprendedores sobre la importancia de la legalización como un paso fundamental para el fortalecimiento de sus iniciativas productivas.

A través de esta estrategia, se contribuyó de manera directa al proceso de formalización de los emprendimientos turísticos y productivos, facilitando que los participantes avancen en el cumplimiento de los requisitos necesarios para acceder a futuras convocatorias, programas de fortalecimiento, apoyos institucionales y oportunidades de financiación, tanto a nivel local como regional y nacional.

Esta acción fortalece el tejido empresarial del municipio y sienta bases sólidas para la consolidación de una oferta turística organizada, competitiva y alineada con los lineamientos del desarrollo turístico sostenible.

Producto 10. Presentar los informes a las diferentes instancias y entidades relacionados con el tema de turismo.

Durante este mes envié información relacionada con la gestión del turismo para la construcción del informe de gestión.

Producto 11. Realizar cronograma mensual de actividades como mínimo 1 capacitación sobre temas turísticos.

En cumplimiento del cronograma mensual de actividades, se precisa que durante el mes en curso se desarrolló el cierre de los procesos programados, razón por la cual no se llevaron a cabo capacitaciones adicionales en temas turísticos. No obstante, se brindaron lineamientos y orientaciones específicas a los participantes de la Feria Herencia, relacionados con los criterios de participación, aspectos logísticos, formalización y presentación de los productos, los cuales hicieron parte del proceso de preparación y fortalecimiento de los emprendimientos vinculados al evento.

Producto 12. Apoyar las actividades de procesos y procedimientos

Como Contratista, garantizo que el desarrollo de las actividades se llevara a cabo en plena coherencia con los procesos y procedimientos establecidos por la Secretaría y en alineación con las directrices

del Gobierno de Marquetalia. Cada acción ejecutada respondió a los lineamientos institucionales, asegurando transparencia, eficacia y cumplimiento normativo, lo que permitió fortalecer la gestión pública y consolidar la confianza ciudadana en las actuaciones realizadas.

Producto 13. Realizar el diligenciamiento de satisfacción y control de los servicios prestados a la ciudadanía.

Realicé las encuestas de satisfacción y control de los servicios prestados a la ciudadanía.

Producto 14. Asegurar que los conceptos utilizados en el desarrollo de sus actividades, las recomendaciones emitidas y en general la prestación de su servicio, estén de acuerdo con las directrices y orientaciones de la Administración municipal de Marquetalia - Caldas.

Como contratista confirmo que los conceptos aplicados en las actividades, las recomendaciones emitidas y la prestación del servicio se realizaron de acuerdo con las directrices y orientaciones de la Administración Municipal de Marquetalia – Caldas. De esta manera, se asegura que todo el trabajo desarrollado estuvo alineado con los procesos institucionales y en cumplimiento de lo establecido."

Producto 15. Colaborar en los procesos cuando sea necesario y mediante programación con el Supervisor del contrato, labores inherentes al desarrollo de las actividades de la secretaria de Agricultura, turismo, Medio ambiente y desarrollo económico

Se acompañó el día 12 de diciembre a la jornada de esterilización de caninos y felinos realizada en la Vereda la Quiebra del municipio de Marquetalia, por instrucción del Secretario de Agricultura, turismo, medio ambiente y desarrollo económico.



 GOBIERNO DE CALDAS	ACTA DE INICIO CONTRATO 20102025-1638		Código: FO-CA-098
			Versión: 1.0
			Fecha de Modificación: 12/12/2022

FECHA DEL ACTA		27 de octubre de 2025	
NUMERO DE PROCESO		CD-SDEI-1602-2025	
NUMERO DE CONTRATO		20102025-1638	
ID SECOP	CO1.PCCNTR.8457739	EN	SECOP II
SECRETARÍA		DESARROLLO EMPLEO E INNOVACION	
UNIDAD / DEPENDENCIA		TURISMO	
ORDENADOR DEL GASTO	NOMBRE	TANIA ECHEVERRI RIVERA	
	CARGO	Secretaria de Despacho	
NOMBRE DEL CONTRATISTA		MUNICIPIO DE MARQUETALIA	
No. DE IDENTIFICACION	890,801,147	DV	6
REPRESENTANTE LEGAL		EDWIN JESUS SANCHEZ ARISTIZABAL	
OBJETO DEL CONTRATO		Aunar esfuerzos tecnicos, administrativos y financieros para posicionar al municipio de Marquetalia como destino turístico, destacando la rica tradicion cafetera de la region, mediante actividades culturales, gastronomicas, resaltando la belleza paisajistica, y tradiciones del municipio	
VALOR		\$75000000 DE LOS CUALES LA GOBERNACION DE CALDAS APORTA \$65.000.000 Y EL MUNICIPIO DE MARQUETALIA APORTA \$10.000.000	
PLAZO (Indicar el plazo tal y como se pactó en el contrato)		El tiempo definido para la ejecución es desde la firma del acta de inicio del contrato hasta el 20 de Diciembre de 2025.	
FECHA DE INICIO		27 de octubre de 2025	
FECHA DE TERMINACION PACTADA		20 de diciembre de 2025	

VERIFICACION DE LOS REQUISITOS DE EJECUCION		
REGISTRO PRESUPUESTAL	NUMERO	4500029065
	FECHA DE EXPEDICION	20/10/25
APROBACION DE POLIZAS	ACTA NUMERO	CO1.WRT.18206915- CO1.WRT.18207314
	FECHA	27/10/25
AFILIACION ARL (Aplica para Prestacion de servicios)	RADICADO	N/A
	FECHA	
De conformidad con el artículo 174 del Estatuto de Rentas del Departamento (Ordenanza 816 de 2017), el pago de las estampillas se efectuará mediante retención sobre los pagos parciales o abonos en cuenta del Contratista.		

Link de Publicación	https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/ContractNoticePhases/View?PPI=CO1.PPI.42796473&isFromPublicArea=True&isModal=False		
SUPERVISOR (ES)	JUAN CARLOS MENDEZ	C.C.	79,465,400
		C.C.	
		C.C.	