Armenia, Enero de 2026

ESTUDIOS DEL SECTOR
Convenio de asociación

OBJETO***: "CONVENIO DE ASOCIACIÓN ENTRE EL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO Y UNA ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO DE RECONOCIDA IDONEIDAD, PARA EL POSICIONAMIENTO DEL TERRITORIO, COMO DESTINO GASTRONÓMICO; DE LA MARCA QUINDÍO CORAZÓN DE COLOMBIA, FORTALECIMIENTO DEL ECOSISTEMA DEL EMPRENDIMIENTO Y EL SECTOR TRABAJO EN EL MARCO DE LA REALIZACIÓN DE QUINDÍO, CAFÉ Y SABOR*"*.**

El artículo 2.2.1.1.1.6.1.del Decreto 1082 de 2015 establece el deber de las Entidades Estatales de realizar un análisis para conocer el sector relativo al objeto del proceso de contratación, desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y de análisis de Riesgo; de esta manera, el estudio del sector permite identificar las oportunidades disponibles en el mercado para atender la necesidad de la entidad estatal, en virtud de este mandato a continuación se presenta dicho resultado.

El estudio del sector comprende las siguientes áreas:

1. Aspectos generales del mercado.
2. Comportamiento del gasto histórico
3. Estudio de la oferta
4. Estudio del mercado

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

La Gobernación del Quindío, siguiendo los parámetros establecidos en materia de contratación pública, según el marco normativo dispuesto en el Decreto 1082 de 2015, en especial el artículo 2.2.1.2.5.2, que nos remite a la Guía para la Elaboración de Estudios de Sector dispuesta por la Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente, se permite realizar el análisis del sector.

División Según La Economía Clásica

Los sectores económicos en el país son los siguientes:

SECTOR ECONÓMICO	DEFINICIÓN	ACTIVIDADES DEL SECTOR
SECTOR PRIMARIO O AGROPECUARIO	Es el sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación. Dentro de este sector se encuentran la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza y la pesca. No se incluyen dentro de este sector a la minería y a la extracción de petróleo, las cuales se consideran parte del sector industrial.	Agropecuario, caza y pesca
SECTOR SECUNDARIO O INDUSTRIAL	Comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos. Se divide en dos sub-sectores: industrial extractivo e industrial de transformación. Industrial Extractivo: Extracción minera y de petróleo.	Sector Minería Sector Construcción Sector Industria Manufacturera Sector Eléctrico, Gas y Vapor

SECTOR ECONÓMICO	DEFINICIÓN	ACTIVIDADES DEL SECTOR
	Industrial de Transformación: Envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, aparatos electrodomésticos, etc.	
SECTOR TERCIARIO O DE SERVICIOS	Incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc.	Sector Transportes
		Sector Comunicaciones
		Sector Comercio, Restaurantes y Hoteles
		Sector Financiero

De conformidad con lo anterior, el objeto a contratar se ubica en el sector terciario.

Clasificador De Bienes Y Servicios

Según el clasificador de bienes y servicios los elementos a adquirir y que hacen parte del objeto contractual, se encuentran ubicados de la siguiente manera.

SEGMENTO	FAMILIA	CLASE
80000000 Servicios de gestión, servicios profesionales de empresa y servicios administrativos	80140000 Comercialización y Distribución.	80141600 Actividades de ventas y promoción de negocios.
82000000 Servicios editoriales, de Diseño, de artes graficas y bellas artes	82100000 Publicidad	82101800 Servicios de agencia de publicidad

Clasificación Central De Productos

Los servicios contenidos en el presente proceso de contratación se encuentran codificados en la Clasificación Central de Productos CPC del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), como se muestra a continuación:

CODIGO CPC

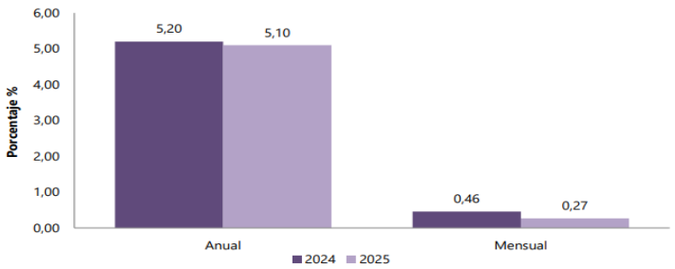
CPC	SERVICIOS
91136	Servicios de la administración pública relacionados con el turismo.

1. ASPECTOS ECONÓMICOS

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Diciembre 2025

Gráfico 1. IPC Variaciones
Total Nacional
Diciembre 2024 - 2025



Fuente: DANE, IPC.

Comportamiento de la variación mensual del IPC según divisiones y subclases
Variación y contribución mensual por divisiones de gasto

En el mes de diciembre de 2025, el IPC registró una variación de 0,27% en comparación con noviembre de 2025, seis divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,27%): Restaurantes y hoteles (1,24%), Recreación y cultura (1,04%), Salud (0,45%), Transporte (0,41%), Bienes y servicios diversos (0,36%) y; por último, Bebidas alcohólicas y tabaco (0,34%). Por debajo se ubicaron: Prendas de vestir y calzado (0,24%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,08%), Información y comunicación (0,03%), Educación (0,00%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (-0,07%) y; por último, Alimentos y bebidas no alcohólicas (-0,11%).

Cuadro 3. IPC Variación y contribución mensual
Según divisiones de gasto
Diciembre 2024 - 2025

		2024		2025	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Restaurantes y hoteles	9,43	0,99	0,11	1,24	0,14
Recreación y cultura	3,79	-0,23	-0,01	1,04	0,03
Salud	1,71	0,14	0,00	0,45	0,01
Transporte	12,93	0,39	0,05	0,41	0,05
Bienes y servicios diversos	5,36	0,18	0,01	0,36	0,02
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	0,44	0,01	0,34	0,01
TOTAL	100,00	0,46	0,46	0,27	0,27
Prendas de vestir y calzado	3,98	0,12	0,00	0,24	0,01
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,58	0,18	0,08	0,02
Información y comunicación	4,33	-0,10	0,00	0,03	0,00
Educación	4,41	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,11	0,00	-0,07	0,00
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	0,53	0,10	-0,11	-0,02

Fuente: DANE, IPC
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,27%), se ubicaron en las divisiones de: Restaurantes y hoteles, Transporte y Recreación y cultura, las cuales aportaron 0,22 puntos porcentuales a la variación total.

Variación y contribución anual por divisiones de gasto

En el mes de diciembre de 2025, el IPC registró una variación de 5,10% en comparación con diciembre de 2024. En el último año, las divisiones Restaurantes y hoteles (7,91%), Educación (7,36%), Salud (7,20%), Bebidas alcohólicas y tabaco (6,37%) y; por último, Transporte (5,35%) se ubicaron por encima del promedio nacional (5,10%). Entre tanto, las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas (5,07%), Bienes y servicios diversos (4,97%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (4,76%), Muebles, artículos para

el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (3,31%), Prendas de vestir y calzado (2,12%), Recreación y cultura (1,85%) y; por último, Información y comunicación (1,22%) se ubicaron por debajo del promedio nacional.

Cuadro 1. IPC Variación y contribución anual
Según divisiones de gasto
Diciembre 2024 - 2025

		2024		2025	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Restaurantes y hoteles	9,43	7,87	0,85	7,91	0,87
Educación	4,41	10,62	0,41	7,36	0,30
Salud	1,71	5,54	0,09	7,20	0,12
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	5,57	0,09	6,37	0,11
Transporte	12,93	5,19	0,70	5,35	0,72
TOTAL	100,00	5,20	5,20	5,10	5,10
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	3,31	0,63	5,07	0,95
Bienes y servicios diversos	5,36	3,33	0,18	4,97	0,26
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	6,96	2,13	4,76	1,48
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	2,18	0,09	3,31	0,13
Prendas de vestir y calzado	3,98	2,06	0,07	2,12	0,07
Recreación y cultura	3,79	-0,21	-0,01	1,85	0,06
Información y comunicación	4,33	-0,93	-0,03	1,22	0,03

Fuente: DANE, IPC.
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

Variaciones y contribuciones de las subclases en el año

En diciembre de 2025 en comparación con diciembre de 2024, la variación anual de las subclases que más aportaron al índice total fueron: arriendo imputado (5,06%), comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (7,99%), arriendo efectivo (5,31%), transporte urbano (9,16%), carne de res y derivados (9,55%), comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato (7,88%), café y productos a base de café (52,07%), suministro de agua (6,95%), educación preescolar y básica primaria (8,69%) y servicios relacionados con la copropiedad (8,55%). Las mayores contribuciones negativas se presentan en: papas (-24,61%), electricidad (-2,53%), arroz (-6,68%), equipos de telefonía móvil, similares y reparación (-23,65%) y huevos (-2,51%)

Cuadro 2. IPC Variación y contribución anual
Por principales subclases
Diciembre 2025

Subclase	Variación (%)	Contribución Puntos porcentuales
Arriendo imputado	5,06	0,65
Comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio	7,99	0,60
Arriendo efectivo	5,31	0,49
Transporte urbano (incluye tren y metro)	9,16	0,42
Carne de res y derivados	9,55	0,23
Comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato	7,88	0,18
Café y productos a base de café	52,07	0,15
Suministro de agua	6,95	0,14
Educación preescolar y básica primaria	8,69	0,13
Servicios relacionados con la copropiedad	8,55	0,10

Fuente: DANE, IPC.
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

Fuente: https://www.dane.gov.co/files/operaciones/IPC/dic2025/bol-IPC-dic2025.pdf

Boletín Económico Regional: Central Cafetera, II trimestre de 2025

La economía de la región Central Cafetera continuó creciendo durante el tercer trimestre de 2025. Desde el lado de la demanda, el impulso provino principalmente del consumo, sustentado en el incremento de las tasas de ocupación laboral, los ingresos cafeteros y las remesas recibidas. Las importaciones y las exportaciones alcanzaron valores récord: las primeras reflejaron la fortaleza de la demanda interna, y las segundas estimularon la producción local. Por el lado de la oferta, se destacaron los aumentos en sectores como la industria, la construcción, el comercio

y la producción pecuaria. Por su parte, la inflación pausó su ritmo de descenso y en varias ciudades de la región superó el registro nacional.
Fuente: Boletín Económico Regional: Central Cafetera, III trimestre de 2025 | Banco de la República

Quindío Café y Sabor 2025-2026", regresa para celebrar las tradiciones que unen al Corazón de Colombia

El Gobierno del Quindío, en articulación con Acodrés Capítulo Quindío, presentó ante medios de comunicación y representantes del sector turístico la nueva edición de *"Quindío, Café y Sabor – Sabores que nos conectan 2025-2026"*, un evento que exalta la identidad culinaria del departamento, la riqueza del saber cafetero y las oportunidades de crecimiento para la gastronomía local.

Durante la rueda de prensa, Camilo Carmona, Director Ejecutivo de Acodrés, explicó que esta versión se desarrollará en dos fases complementarias. La primera, prevista para el año 2025, incluirá una ruta de encuentros gastronómicos y masterclass abiertas al público en distintos municipios, con temáticas que van desde repostería, cafés especiales y técnicas de fritos y apanados, hasta propuestas de cocina saludable. La segunda fase se llevará a cabo en los primeros meses de 2026 con la realización de la feria *"Quindío, Café y Sabor"*, una celebración que rendirá homenaje al patrimonio culinario y cafetero del departamento.

Por su parte, la secretaria de Turismo, Industria y Comercio, Juana Camila Gómez Zamorano, destacó que este evento forma parte del compromiso del Gobierno del Quindío por visibilizar el talento gastronómico del territorio y fortalecer su posicionamiento como destino turístico gastronómico a nivel nacional. La funcionaria señaló que la participación será gratuita, con el fin de garantizar la presencia de empresarios de los 12 municipios, y anunció que la meta es superar los más de 100 millones de pesos en derrama económica obtenidos en la versión anterior.

Con esta apuesta, la administración que lidera Juan Miguel Galvis Bedoya, reafirma su compromiso con el desarrollo turístico sostenible, la dinamización económica y la promoción de los sabores que hacen del departamento un territorio único y memorable para propios y visitantes.
Fuente: https://quindio.gov.co/quindio-cafe-y-sabor-2025-2026-regresa-para-celebrar-las-tradiciones-que-unen-al-corazon-de-colombia

La gastronomía, una oportunidad para el turismo en Colombia

Colombia tiene el potencial para ser uno de los grandes destinos del turismo gastronómico en el mundo.

La gastronomía colombiana es tan diversa como su clima, sus paisajes y sus manifestaciones culturales. Gracias a una tierra fértil donde crecen productos exóticos como el chontaduro, la gulupa, más de 30 tipos de papa y la creatividad de expertos cocineros como Harry Sasson, Leonor Espinosa y Juan Manuel Barrientos, la gastronomía colombiana cautiva con su calidez a los casi 4 millones de turistas extranjeros que visitan Colombia cada año.

Déjate enamorar por los sabores de nuestro país y descubre por qué Colombia puede convertirse en uno de los grandes destinos del turismo gastronómico a nivel mundial:

- Somos la despensa del mundo
- Tenemos una rica tradición gastronómica

- La amplia oferta gastronómica de nuestras regiones
- Conocimiento ancestral
- El valor humano
- Sabores de exportación

Sin ninguna duda, el país más acogedor del mundo también es referente en materia gastronómica por las historias que se cuentan a través de cada plato y preparación, fieles a la esencia y costumbres que vienen heredadas de generación en generación, además de ese toque secreto que encierra la calidez con la que se prepara cada delicia que se convierte en manjar para el paladar del quien lo degusta. Visitar Colombia significa disfrutar, en un mismo viaje, de actividades de ecoturismo, aventura y experiencias culinarias únicas en paraísos gastronómicos como el Eje Cafetero y Boyacá.

Colombia está despegando como destino culinario porque nuestros sabores enamoran y siempre dejan buenos recuerdos.
Fuente: https://colombia.co/cultura-colombiana/gastronomia/la-gastronomia-una-oportunidad-para-el-turismo-en-colombia

El auge del turismo gastronómico como eje estratégico

La tendencia es global y se conecta con la necesidad de los viajeros de disfrutar experiencias genuinas en conexión con las comunidades y la tierra.

El turismo gastronómico se afianza como uno de los grandes motores de la industria. De acuerdo con el más reciente informe de Research & Markets, el mercado global del turismo culinario crecerá a una tasa anual del 22,8 % entre 2024 y 2029, impulsado por la preferencia por experiencias sostenibles, personalizadas y auténticas. La tendencia emerge con fuerza en América Latina, Europa y Asia.

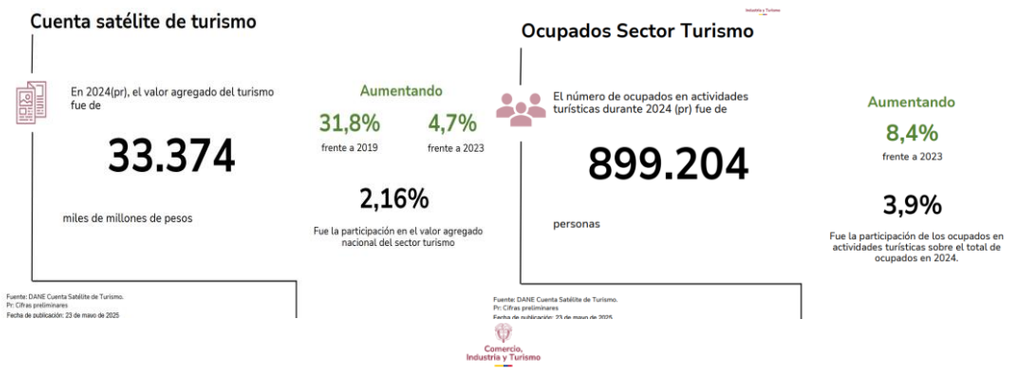
1. **Prioridad gastronómica en el presupuesto:** Un reporte de Hilton establece que, tras el alojamiento, las experiencias culinarias lideran las prioridades de gasto en viajes en 2025. Casi un 20 % de los turistas viajan exclusivamente para descubrir nuevos restaurantes, mientras que el 60 % de los viajeros de lujo elige alojamientos con propuestas gastronómicas de alto nivel.
2. **Experiencias sostenibles y auténticas:** Cómo se consume es tan importante como qué se consume. El turismo gastronómico sostenible -centrado en alimentos de origen local, productos con denominaciones de origen y prácticas ecológicas-, se posiciona como una exigencia creciente del viajero informado.
3. **Tecnologías al servicio del viajero foodie**: El uso de datos y la inteligencia artificial permiten diseñar experiencias gastronómicas a medida. Desde apps que mezclan curiosidad y familiaridad en sugerencias culinarias, hasta recomendaciones personalizadas según preferencias del viajero, la tecnología se convierte en aliada del viaje. Sea para el diseño de itinerarios centrados en los sabores de un destino, sea para sugerencias innovadoras o el descubrimiento de nuevos sabores, siempre hay una aplicación o una plataforma que harán más fluido el camino hacia la experiencia.
4. **Street food reinventado y fusión global:** El informe “Menús del Futuro” del grupo Unilever destaca cuatro grandes tendencias, donde la comida callejera elevada está en auge: recetas tradicionales reinterpretadas con técnica profesional y productos premium.
5. **Turismo gastronómico como motor económico:** El mercado global podría alcanzar más de 83.000 millones USD para 2028, impulsado por comida local y genuina en festivales, clases, tours o mercados, según DataBridge Market. A fin de cuentas, el turismo culinario no solo ofrece experiencias memorables,

sino que también dinamiza economías regionales.

El turismo gastronómico está muy lejos de ser una moda pasajera: con el primer cuarto del siglo XXI ya transcurrido, es una pieza central en la estrategia turística global. Combina experiencia, sostenibilidad, tecnología y cultura local, y se convirtió en un imán para viajeros exigentes.
Fuente: https://colombia.reportnews.la/blog/2025/07/10/wttc-medidas-para-gestionar-el-sobreturismo/

Cifras macroeconómicas del sector turismo

Cifras macroeconómicas del sector turismo



Tráfico aéreo vuelos regulares octubre 2023 - 2025

El tráfico aéreo durante octubre de 2025 **aumentó 2,1%** respecto al mismo mes de 2024.

	2023	2024	2025	% Var 23-25	% Var 24-25
Tráfico nacional	2.335.028	2.856.989	2.834.019	21,4%	-0,8%
Tráfico internacional (llegadas y salidas)	1.730.875	1.931.227	2.053.777	18,7%	6,3%
Totales	**4.065.903**	**4.788.216**	**4.887.796**	**20,2%**	**2,1%**

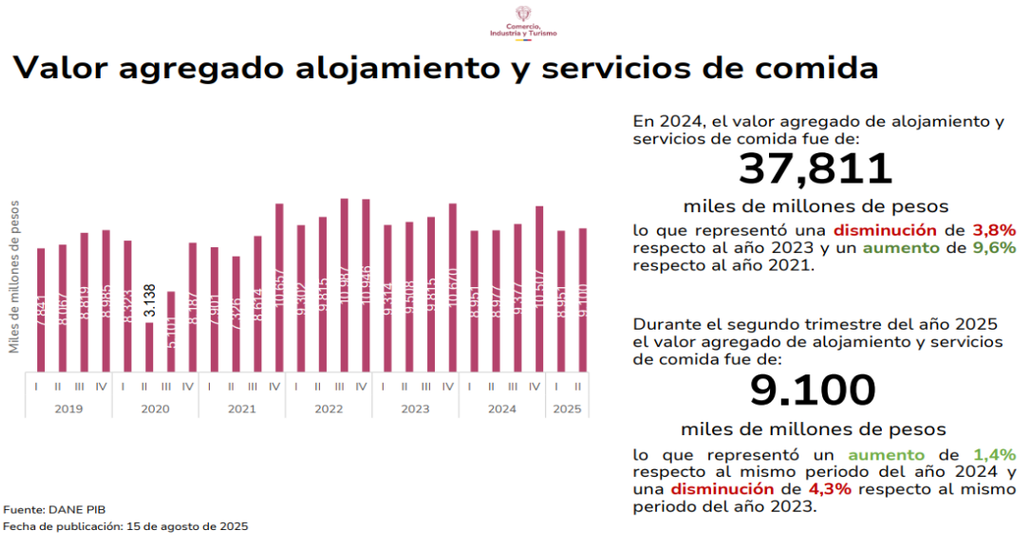
Comercio, Industria y Turismo

Principales actividades económicas que contribuyen al valor agregado nacional
2025-III



El valor agregado de alojamiento y servicios de comida es la doceava actividad que más contribuye al valor agregado nacional, en el tercer trimestre de 2025.

Fuente: DANE PIB
Fecha de publicación: 18 de noviembre de 2025



Fuente: https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo/2025/octubre/oee-nl-turismo-octubre.pdf.aspx

ASPECTOS TÉCNICOS

Para la presentación de la oferta y la ejecución del futuro convenio, el oferente deberá tener en cuenta las especificaciones técnicas que se describen a continuación, las cuales serán de obligatorio cumplimiento en caso de resultar favorecido dentro del presente proceso de selección:

1. **Etapas del Proyecto**

Etapa 1: Planeación y Organización (2 meses)

- Formación del Comité Organizador: Creación de un equipo que incluirá representantes del gremio gastronómico y gobernación.
- Elaboración de un Plan de Comunicación: Definición de la estrategia de marketing y publicidad para atraer a la población local y regional.
- Selección de los Participantes y Conferencistas: Curaduría de los expertos que se invitarán al concurso.
- Definición y selección de proveedores de logística y actividades complementarias.

Etapa 2: Ejecución del Evento (10 días)

- Día 1: Lanzamiento del evento y rueda de prensa
- Dia 2: Visita a participantes en 3 municipios
- Día 3: Visita a participantes en 3 municipios
- Día 4: Visita a participantes en 3 municipios
- Día 5: Visita a participantes en 2 municipios
- Día 6: Visita a participantes en 1 municipios
- Día 7: Presentación de Finalistas, muestra Gastronómica y espacio académico, clausura y Premiación.

Etapa 3: Evaluación y Seguimiento (1 mes)

- Análisis de Resultados: Revisión del impacto del evento en términos de participación, promoción del turismo y ventas.

2. **Cómo se Realizará el Evento**

Formato del Evento

1. **Concurso**: Competencia entre chefs y baristas del departamento, donde se premiará la creatividad y la calidad en la elaboración de las propuestas gastronómicas y de café, de acuerdo a las siguientes categorías:

    1. Plato Fuerte:
    2. Plato Fuerte Típico
    3. Plato Fuerte innovación

2. **Bebidas:**
    - Bebida tradicional de autor
    - Bebidas a base de café
    - Métodos de filtrado

3. **Postres:**
    - Repostería tradicional
    - Repostería a base de café

4. **Amasijos**

Etapas

1. Lanzamiento y convocatoria que incluye la participación de los 12 municipios.

Dicha actividad se realizará en conjunto con la Gobernación.
1. Selección de tres jurados reconocidos en el gremio (Gastronomía)

1. Selección de tres jurados reconocidos en el gremio (Café)

Dicha actividad se realizará en conjunto con la Gobernación.
1. Promoción y posicionamiento del evento

1. Confirmación de participantes por convocatoria y categoría.

1. Visitas a participantes

1. Clausura del evento

Muestra gastronómica
Espacios dedicados a la degustación de plato tradicionales e innovadores de la región, acompañados de catas de café.
Espacio Académico
Conversatorios a cargo de expertos en café y gastronomía sobre temas relacionados a la industria.

Premiación de categorías
En esta actividad se realiza la selección de los participantes ganadores, de acuerdo a los criterios técnicos establecidos por los organizadores del evento.

5. Impacto Esperado
Turismo: Incremento en el número de visitantes y comunidad local, durante los días del evento.
Promoción del evento en medios de comunicación.
Ventas locales de productos relacionados con el café y la gastronomía.

6. Población Objetivo

Público General: Comunidad local, residentes del Quindío y el Eje Cafetero.

ASPECTOS REGULATORIOS

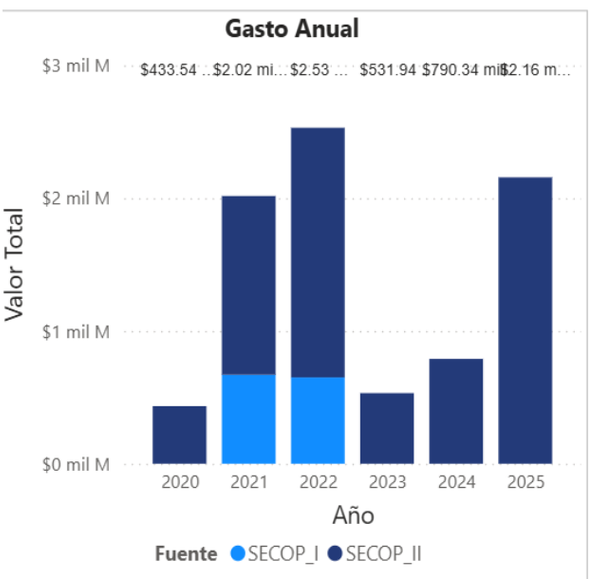
- **Decreto 092 de 2017, articulo 355 de la constitución política**: Permite que entidades estatales contraten ESAL (entidades sin ánimo de lucro) de reconocida idoneidad para actividades de interés público cultural, educativo, turístico, etc. Conviene verificar que el objeto de la colaboración se ajuste a lo previsto legalmente (no para adquisición de bienes/servicios como en contratos comerciales).
- **Ley 2068 de 2020 (modifica ley 300 de 1996) sobre turismo**: Establece incentivos, calidad, sostenibilidad, formalización del sector turístico. Cualquier estrategia debe alinearse con estos principios y con los planes de desarrollo regional/nacional.
- **Decreto 343 de 2021, Del ministerio de comercio, industria y turismo:** Define qué restaurantes, bares y establecimientos gastronómicos pueden ser considerados prestadores de servicios turísticos, lo cual les da acceso a beneficios, programas de apoyo, capacitación, inclusión en rutas y catálogos oficiales del turismo.

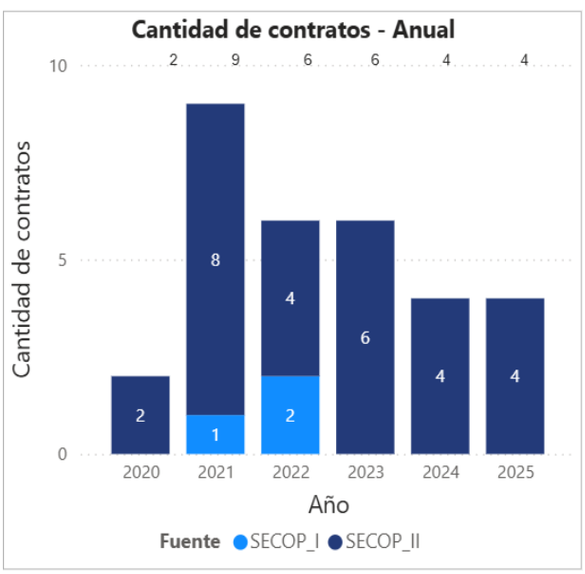
1. COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTÓRICO

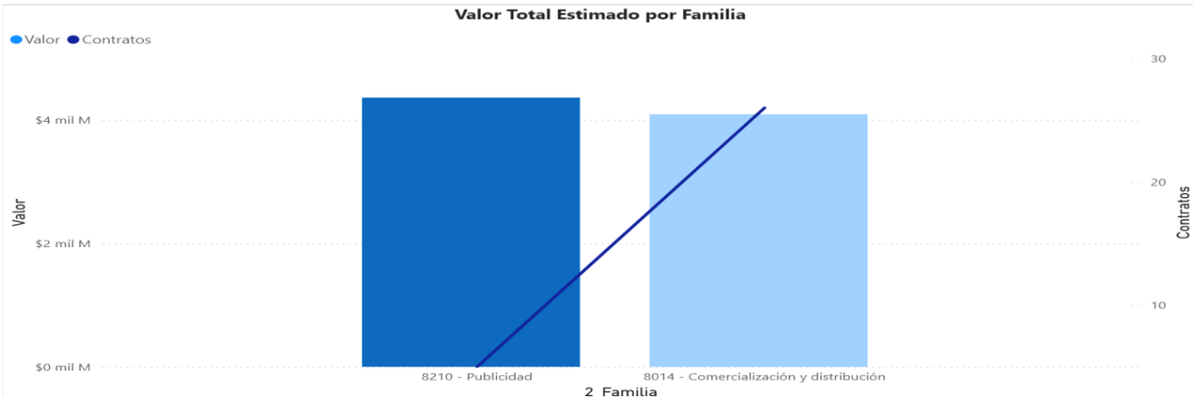
A través de la utilización de la herramienta gasto histórico, la cual hace parte del modelo de abastecimiento estratégico desarrollado por la agencia nacional de contratación pública – Colombia Compra Eficiente se obtuvo la siguiente información en el aplicativo **análisis de demanda** correspondiente **del 01 de enero de 2020 al 30 de diciembre de 2025** aplicando los siguientes filtros:

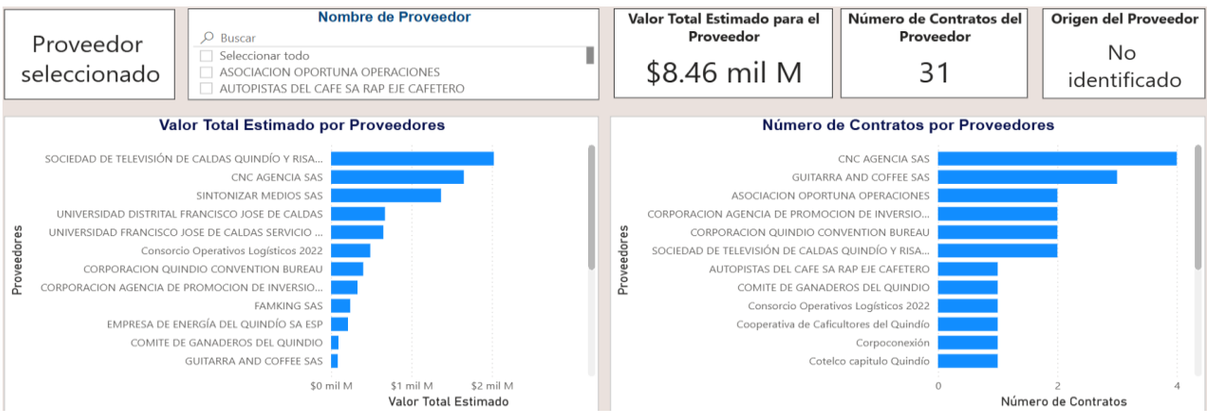
Códigos UNSPSC: **80141600** - Actividades de ventas y promoción de negocios.
82101800 - Servicios de agencia de publicidad

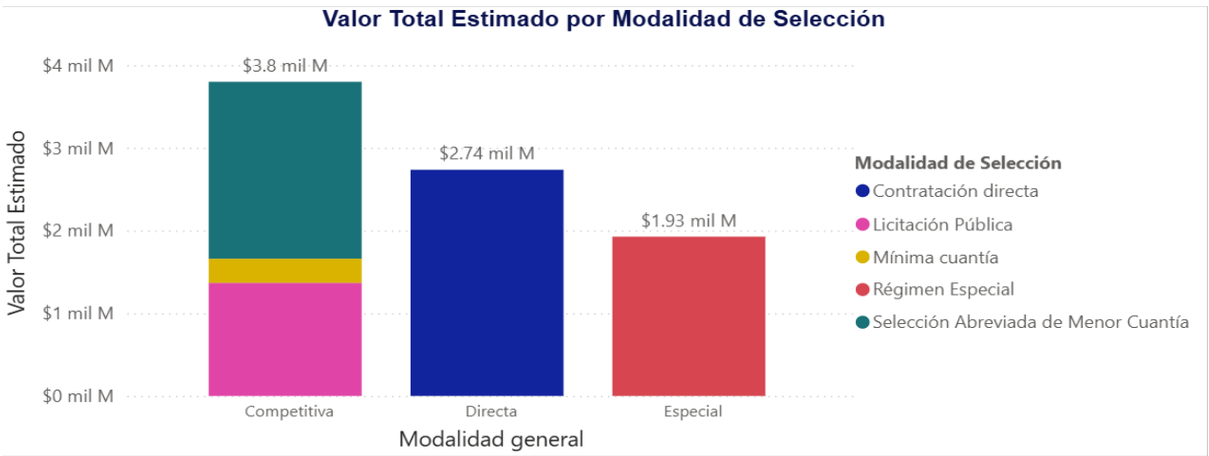
Plataforma: SECOP I – SECOP II
Entidad: **Gobernación del Quindío**











En cuanto a procesos adelantados por la gobernación del Quindío cuyo objeto sea similar al que se requiere contratar en esta ocasión se presenta la siguiente información

NÚMERO DE CONVENIO	OBJETO	VALOR
TUR-CONVASOCI-041-2024	CONVENIO DE ASOCIACION ENTRE EL DEPARTAMENTO DEL QUINDIO Y UNA ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO DE RECONOCIDA IDONEIDAD, PARA DESARROLLAR UN STAND DEL QUINDIO EN LA FERIA COLOMBIA TRAVEL EXPO MEDELLIN 2024	$ 90.600.000
TUR-CONVASOCI-042-2024	CONVENIO DE ASOCIACION PARA AUNAR ESFUERZOS ENTRE EL DEPARTAMENTO DEL QUINDIO Y UNA ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO DE RECONOCIDA IDONEIDAD, PARA LA REALIZACION DEL EVENTO ENLACE QUINDIO, COMO UNA ESTRATEGIA PARA EL FORTALECIMIENTO Y ARTICULACION DEL ECOSISTEMA DEL EMPRENDIMIENTO Y DEL SECTOR TRABAJO EN EL DEPARTAMENTO	$ 50.000.000
TUR045-CONVASO-2024	AUNAR ESFUERZOS ENTRE EL DEPARTAMENTO DEL QUINDIO Y UNA ENTIDAD SIN NIMO DE LUCRO Y DE RECONOCIDA IDONEIDAD, PARA LA PARTICIPACION EN TURISMO RECEPTIVO COMO ESTRATEGIA PARA DAR A CONOCER EL DESTINO Y POSICIONAR LA MARCA QUINDIO, CORAZON DE COLOMBIA	$ 15.000.000
TUR049-CONVASO-2024	UNAR ESFUERZOS ENTRE EL DEPARTAMENTO DEL QUINDIO Y UNA ENTIDAD SIN NIMO DE LUCRO Y DE RECONOCIDA IDONEIDAD, PARA DESARROLLAR LA ESTRATEGIA MISION QUINDIO, DESTINO DE EXPERIENCIAS, PARA FORTALECER LA MARCA QUINDIO CORAZON DE COLOMBIA, Y POSICIONAR EL DEPARTAMENTO COMO DESTINO TURISTICO	$ 15.000.000

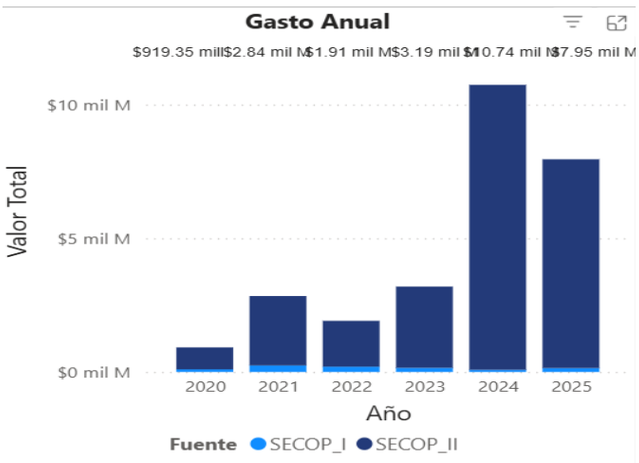
2. ESTUDIO DE LA OFERTA

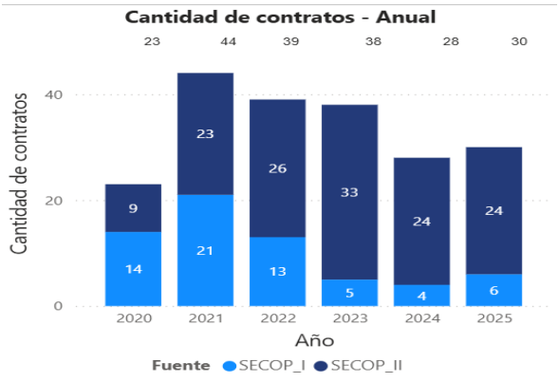
Para realizar la identificación de los potenciales proveedores del presente proceso, se utilizó la información disponible en el modelo de abastecimiento estratégico a través de la herramienta de visualización para el **análisis de la oferta** desarrollado por la agencia nacional de contratación pública – Colombia Compra Eficiente;

A continuación, se presenta la información recopilada para los años correspondiente **del 15 de enero de 2020 al 24 de diciembre de 2025** aplicando los siguientes filtros:

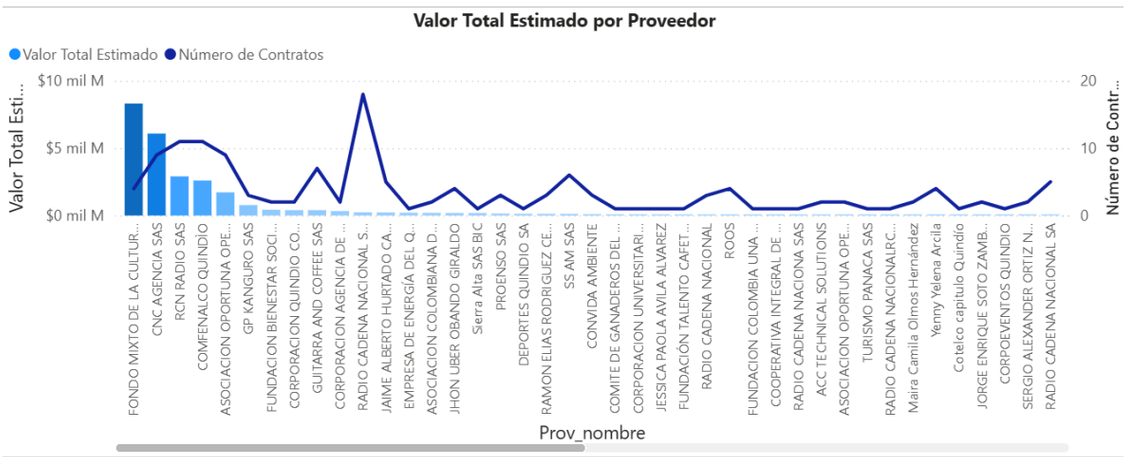
Códigos UNSPSC: **80141600** - Actividades de ventas y promoción de negocios.
82101800 - Servicios de agencia de publicidad

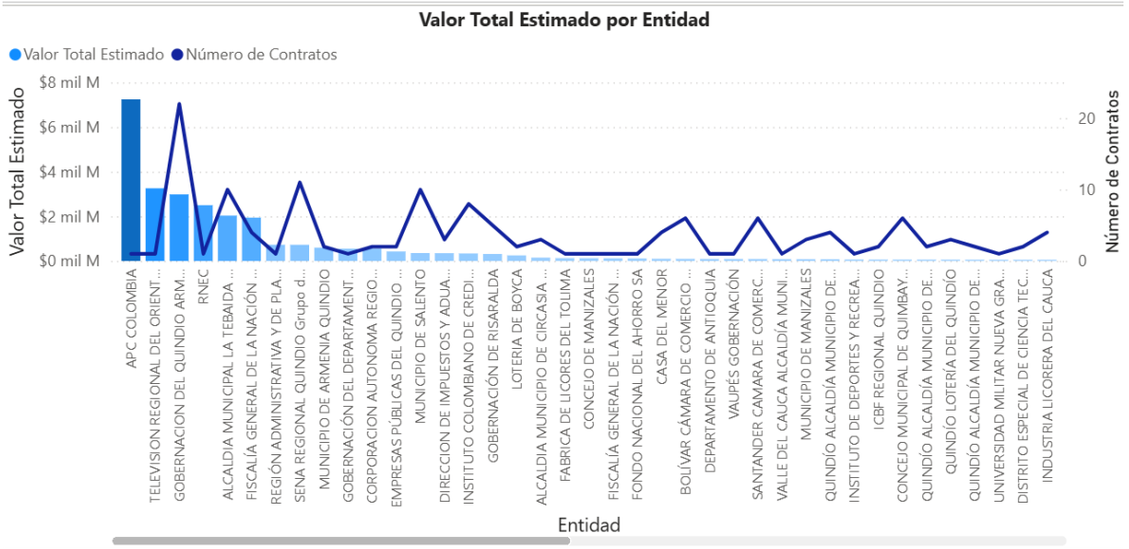
Departamento: **Quindío**
Plataforma: **SECOP I – SECOP II**

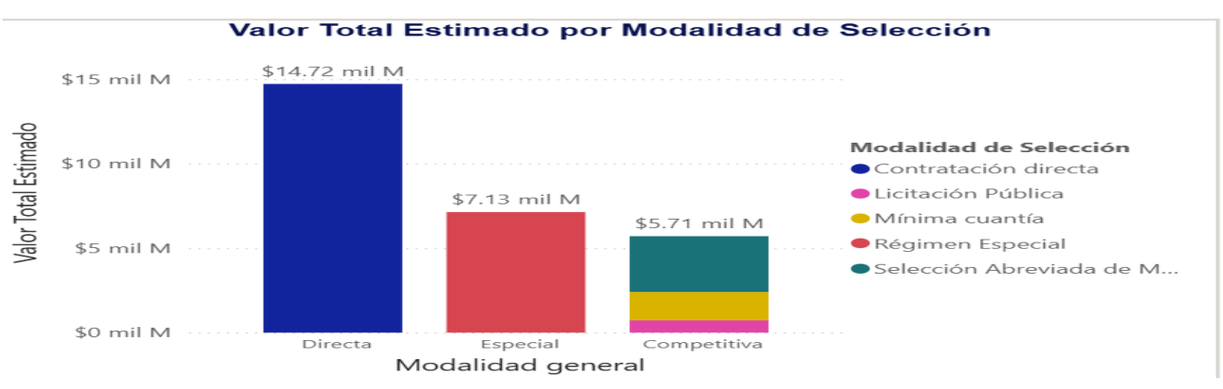




Valor Contratación	Número de Proveedores	Número de Contratos
$27.56 mil M	67	202







3. ESTUDIO DEL MERCADO

PRIMERA FASE: PUBLICACIÓN DE PRIMER AVISO: La Secretaría de Turismo, Industria y Comercio, realizará un aviso a través del cual se dará a conocer a las diferentes entidades sin ánimo de lucro y de reconocida idoneidad, interesadas en la ejecución del objeto del futuro convenio de asociación. Este primer aviso se fijará en el micrositio de la entidad para garantizar la publicidad, para que una vez analizada la propuesta y si así lo consideran viable, manifiesten su interés, a través de comunicación, en la que deberá cumplir los requisitos exigidos por el Decreto 092 de 2017, tales como:

- **Manifestar interés con la propuesta técnica y económica, suscrita por el Representante Legal de la entidad, en la que allegue la distribución del recurso que aportará el Departamento del Quindío y el recurso que aporte la ESAL, en unporcentaje no inferior al 30% del valor total del convenio; esa distribución del presupuesto debe contener las acciones y/o estrategias a desarrollar para el cumplimiento del objeto del convenio de asociación, el cual se orienta al proyecto:** Optimización en la difusión y promoción de la marca "Quindío Corazón de Colombia" siguiendo los lineamientos del Plan Estratégico de Turismo (PET) Quindío", con el fin de ejecutar el siguiente OBJETO: ***CONVENIO DE ASOCIACIÓN ENTRE EL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO Y UNA ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO DE RECONOCIDA IDONEIDAD, PARA EL POSICIONAMIENTO DEL TERRITORIO, COMO DESTINO GASTRONÓMICO; DE LA MARCA QUINDÍO CORAZÓN DE COLOMBIA, FORTALECIMIENTO DEL ECOSISTEMA DEL EMPRENDIMIENTO Y EL SECTOR TRABAJO EN EL MARCO DE LA REALIZACIÓN DE QUINDÍO, CAFÉ Y SABOR.***

- Certificado de Existencia y Representación Legal, con fecha de expedición no superiora treinta (30) días.

- Certificación bancaria, o expedida por el contador y/o revisor fiscal y/o representante legal, de la entidad interesada en la ejecución del convenio de asociación; según el caso, en el que la entidad expresamente indique contar con el 30% del valor total del futuro convenio de asociación e igualmente que lo compromete para la ejecución del convenio.

  En caso que la certificación la suscriba el contador de la entidad, deberá allegar fotocopia de la cédula, tarjeta profesional, y certificado de antecedentes disciplinarios de la profesiónexpedido por la Junta Central de Contadores.

- Trámite ante el Comité de Contratación del Departamento del Quindío.
  Se realizará el trámite ante el Comité de Contratación del Departamento, teniendo en cuenta que la ACODRÉS CAPÍTULO QUINDÍO, allegó propuesta para la ejecución de convenio de

asociación y anexó certificación en la que señala contar con el 30% del valor total del convenio de asociación es decir, $8.571.429.

Publicación de AVISO en la página de la Gobernación del Quindío. Una vez se obtenga la viabilidad por parte del Comité Departamental de Contratación, la Secretaría deTurismo, Industria y Comercio, publicará un SEGUNDO AVISO en la página de la Gobernación del Quindío y en el micrositio de la Secretaría, a fin de invitar a otras ESAL que estén interesadas en la ejecución del convenio de asociación y que igualmente, cumplan los requisitos exigidos.

En caso que exista(n) varias ESAL interesadas, se procederá conforme a lo establecido en el inciso segundo, del artículo 5, (…) *"la Entidad Estatal debe seleccionar deforma objetiva a tal entidad y justificar los criterios para tal selección".*

- *En caso que ninguna otra ESAL radique manifestación de interés, se procederá a la suscripción del convenio de asociación con* CÁMARA DE COMERCIO DE ARMENIA y DEL QUINDÍO, ya que es la entidad que propuso la ejecución del convenio de asociación. Inicialmente, manifestando interés e igualmente indicando la disposición de aportar el recurso

- Documentación que debe aportar la ESAL que manifieste interés con posterioridad a los avisos y que aportó CÁMARA DE COMERCIO y DEL QUINDÍO, con su propuesta.

    - La manifestación de interés, expresando a qué orienta su objeto social, debe señalarse muy puntualmente, por qué es idónea esta entidad y qué justifica su selección para ejecutar el futuro convenio

    - Determinar en el escrito su reconocida idoneidad; es decir por qué es adecuada y apropiada para desarrollar las actividades que son objeto del proceso de contratacióny cuenta con experiencia en el objeto a contratar, de conformidad con el artículo 3 del Decreto 092 de 2017.

    - Contar con registro en la plataforma transaccional SECOP II.

    - En la propuesta debe señalarse cuál es el impacto al fortalecimiento turístico del "Quindío, Corazón de Colombia" con las diferentes actividades que se desarrollarána través de la ejecución del convenio de asociación.

    - Acta de autorización al Representante Legal para suscribir el convenio, en el eventoque carezca de atribuciones para este efecto o esté facultado por un monto inferior alvalor del convenio.

    - Registro Único Tributario – RUT a nombre a nombre de la persona natural del Representante Legal. RUT de la persona jurídica.

    - Hoja de vida para persona natural, del Representante Legal.

    - Hoja de vida de la persona jurídica en formato del Departamento Administrativo de laFunción Pública.

    - Certificado de cumplimiento de aportes a Seguridad Social y Parafiscales suscrito por el Revisor Fiscal y/o Representante Legal, según sea el caso y en caso que la suscriba un contador, deberá aportar fotocopia de cédula, antecedentes disciplinarios de la junta de

contadores, y tarjeta profesional.

- Certificado de antecedentes fiscales, disciplinarios, judiciales del Representante Legal
- Certificado Registro Nacional de Medidas Correctivas, Representante Legal.
- Declaración de Bienes y Rentas proactiva, Ley 2013 de 219.
- Certificado consulta de inhabilidades por delitos sexuales, Representante Legal
- Certificado de REDAM, Representante Legal.

.

JUANA CAMILA GOMEZ ZAMORANO
SECRETARIA DE DESPACHO
SECRETARIA DE TURISMO, INDUSTRIA Y COMERCIO

JUANA CAMILA GÓMEZ ZAMORANO
Secretaria de Turismo, Industria y Comercio
Departamento del Quindío

Aspectos Técnicos económicos: Tatiana García Sabogal / Contratista STIC

Reviso: Johan Manuel Guevara Arcila. / Profesional Universitario de la secretaria de turismo, industria y Comercio

JOHAN MANUEL GUEVARA ARCILA
Profesional Universitario