PROYECTO: FORTALECIMIENTO COMERCIAL DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS Y DE SERVICIOS DEL MUNICIPIO DE PENSILVANIA, CALDAS.

SEPTIEMBRE DE 2026

- INFORMACIÓN GENERAL

.1. DATOS DEL PROYECTO

Nombre del proyecto	
Proponente	Municipio de Pensilvania
Área	Secretaría de la planeación, infraestructura, desarrollo social y medio ambiente municipal
Convocatoria a la que se postula	Convocatoria Política de Reciprocidad por Excedentes de Liquidez 2026 – INFICALDAS
Sectores priorizados a los que aplica	4) Industria, Comercio y Turismo y 3) Emprendimiento, conforme al numeral 6 del documento técnico de la convocatoria

Datos de la entidad formuladora

Datos de la entidad formuladora			
Nombre	**Municipio de Pensilvania**	**NIT**	890801137-7
Dirección	Cra 5 N 4-06	**Teléfono**	3105100252
E-mail Institucional	contactenos@pensilvania-caldas.gov.co pleneacionobraspublicas@pensilvania-caldas.gov.co		
Profesional responsable			
Nombre	**Alejando Urrea Gómez**	**Identificación**	1053773667
Profesión	Ingeniero civil		
Cargo	Secretario de planeación	**Teléfono**	3215630429
E-mail	pleneacionobraspublicas@pensilvania-caldas.gov.co		

2. NOMBRE DEL PROYECTO

Fortalecimiento comercial de las unidades productivas y de servicios del municipio de Pensilvania, Caldas.

3. RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto tiene como propósito articular la estrategia del municipio de Pensilvania e INFICALDAS en beneficio de la aceleración de la economía local, mediante el fortalecimiento de los procesos productivos de transformación de bienes locales, el impulso a los emprendimientos del municipio y la cualificación del sector empresarial y de servicios, mejorando la visibilización, la comercialización y el posicionamiento de estos a nivel regional.

La presente intervención se enmarca en la Política de Reciprocidad de INFICALDAS, en los sectores priorizados de Emprendimiento e Industria, Comercio y Turismo, toma como punto de partida y focalización principal a la Asociación de Artesanos y Emprendedores Paz&Flora —60 beneficiarios dedicados a la transformación de madera, textiles, alimentos y bisutería—, y contempla el proceso de fortalecimiento a través de tres componentes estratégicos:

1. Creación de logotipos.
2. Se desarrollará un manual práctico de identidad.
3. Guía práctica para la creación de contenidos con inteligencia artificial.
4. Catálogo digital para beneficiar a 60 productores.
5. Bolsa impresa a una cara, en material polietileno biodegradable
6. Pantalla LED de 6 m2

El proyecto se postula a la Convocatoria Política de Reciprocidad por Excedentes de Liquidez 2026 de INFICALDAS, financiado con los recursos no reembolsables reconocidos al municipio por el promedio mensual anual de sus depósitos administrados por dicha entidad, en los términos del Acuerdo 010 de 2024 del Consejo Directivo de INFICALDAS.

1. INTRODUCCIÓN

El comercio de bienes y servicios siempre ha sido un factor clave en el desarrollo económico internacional, y aun más hoy en día, en un mundo donde los mercados están cada vez más conectados, se vuelve fundamental contar con instituciones que ayuden a fortalecer el desarrollo de pequeños productores para satisfacer las necesidades locales y regionales.

A nivel nacional en 2025, los 2.434.942 micronegocios en las 24 ciudades y áreas metropolitanas registraron un valor agregado de $51,3 billones de pesos. Las ciudades que tuvieron una mayor participación en el valor agregado total fueron: 31,2% Bogotá; 20,5% Medellín A.M.; 7,9% Cali A.M.; 7,8% Bucaramanga A.M.; y 7,6% Barranquilla A.M. Por su parte, las ciudades que menos aportaron al valor agregado total fueron: 0,5% Tunja; 0,5% Florencia; 0,4% Neiva; 0,2% Quibdó; y 0,2% San Andrés.

Estos micronegocios registraron ingresos nominales por $106,5 billones de pesos. Las ciudades que tuvieron una mayor participación en el ingreso total fueron: 29,2% Bogotá; 17,7% Medellín A.M.; 9,0% Barranquilla A.M.; 8,6% Bucaramanga A.M.; y 7,9% Cali A.M. Por su parte, las ciudades que menos aportaron al ingreso total fueron: 0,5% Riohacha; 0,5% Neiva; 0,4% Florencia; 0,2% Quibdó; y 0,2% San Andrés.

Actualidad económica participaciones en el PIB desde el enfoque de la producción.

En el primer trimestre de 2026pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 2,2% respecto al mismo periodo de 2025pr (ver tabla 1). Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 5,7% (contribuye 0,9 puntos porcentuales a la variación anual).
- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 2,9% (contribuye 0,6 puntos porcentuales a la variación anual).
- Industrias manufactureras crece 2,9% (contribuye 0,3 puntos porcentuales a la variación anual). Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada por efecto estacional y calendario crece 0,6%. Cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:
- Industrias manufactureras crece 2,3%.
- Actividades financieras y de seguros crece 2,2%.
- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 1,4%.

Este comportamiento nacional evidencia la importancia estratégica de fortalecer el comercio, la transformación productiva y los servicios —incluido el turismo— como motores de reactivación económica, lo cual es plenamente pertinente para un municipio como Pensilvania, cuya economía depende en gran medida de la producción primaria sin procesos consolidados de transformación y comercialización.

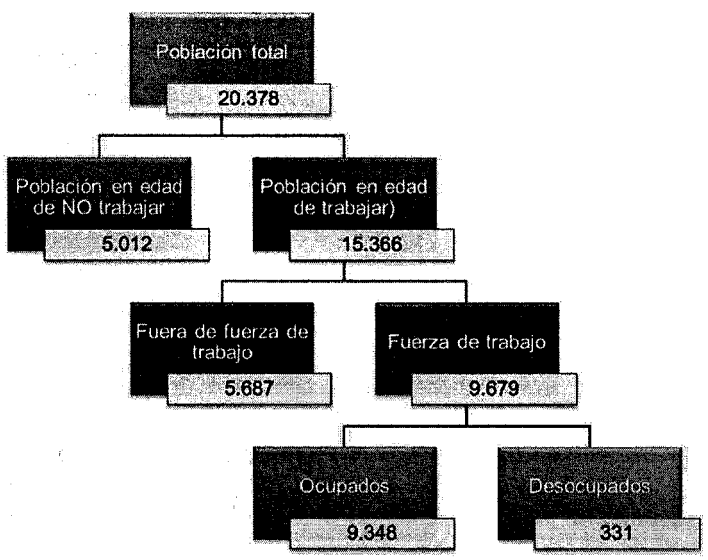
2. ANTECEDENTES

La economía del municipio de Pensilvania depende en un amplio porcentaje de la explotación del sector primario, el cual representa el 68,58% de la economía municipal, siendo los principales productos el café, la caña panelera y el aguacate, seguidos del plátano y la producción pecuaria (bovinos y porcinos), y en menor medida la producción silvícola.

El segundo renglón económico está representado por el sector terciario, que reúne un importante número de comerciantes agrupados en 763 establecimientos de comercio, entre ellos supermercados, tiendas de abarrotes, cantinas, almacenes y cacharrerías, establecimientos de estética, ferreterías, tiendas de electrodomésticos y comunicaciones, servicios de mensajería y hoteles, entre otros.

En tercer lugar se agrupan las empresas del sector secundario, compuesto por los procesos de transformación y producción maderera, producción de alimentos, transporte y servicios turísticos.

Por otra parte, el mercado laboral del municipio clasifica a la población, de acuerdo con su edad, en dos grupos: la población en edad de trabajar, constituida por todas las personas de 15 años y más residentes en el municipio, y la población en edad de no trabajar, los menores de 15 años. En Pensilvania, la población menor de 15 años asciende al 25% (5.012 personas); el restante 75% (15.366 personas) constituye la población en edad de trabajar.



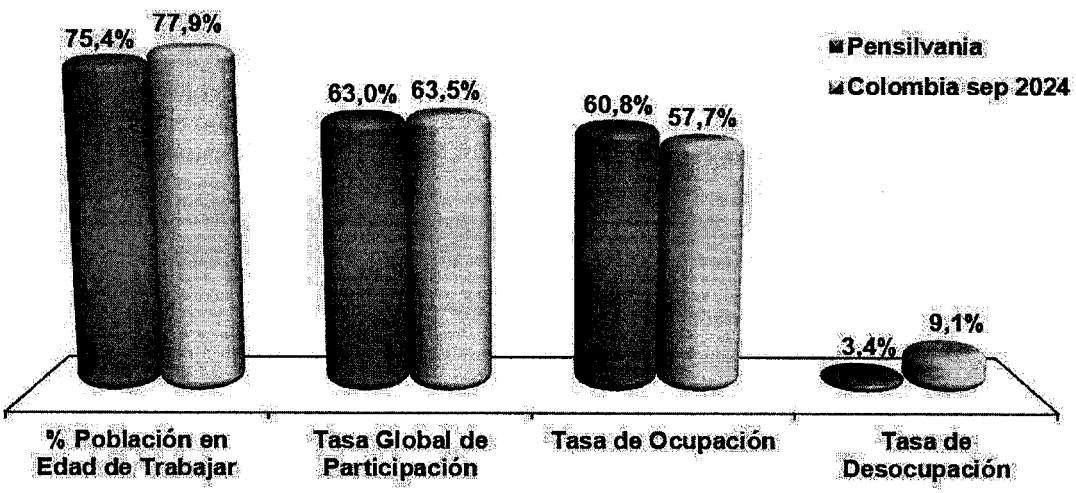
Fuente: Encuesta de Hogares, Pensilvania 2024.

El primer indicador es el porcentaje de población en edad de trabajar con respecto a la población total, en Pensilvania este porcentaje llega a 75,4% y en el país es un poco superior, 77,9%. El siguiente indicador es la tasa global de participación (TGP) que muestra que proporción de esa población en edad de trabajar está participando activamente en el mercado laboral ya sea trabajando

o buscando trabajo. En Pensilvania la TGP fue del 63,0%, muy similar a la del país que alcanzó el 63,5%.

El tercer indicador, la tasa de ocupación (TO), muestra que proporción de la población en edad de trabajar están ocupados, para Pensilvania este indicador llego al 60,8% por encima del 57,7% que alcanza el país, evidenciando una mayor ocupación en el municipio de Pensilvania con respecto al promedio nacional. Esto también es lo que parece leerse con la
tasa de desocupación (TD), que muestra que porcentaje de la fuerza laboral está sin ocupación. Mientras en Pensilvania la tasa de desocupación fue del 3,4% en el promedio nacional llego al 9,1%.

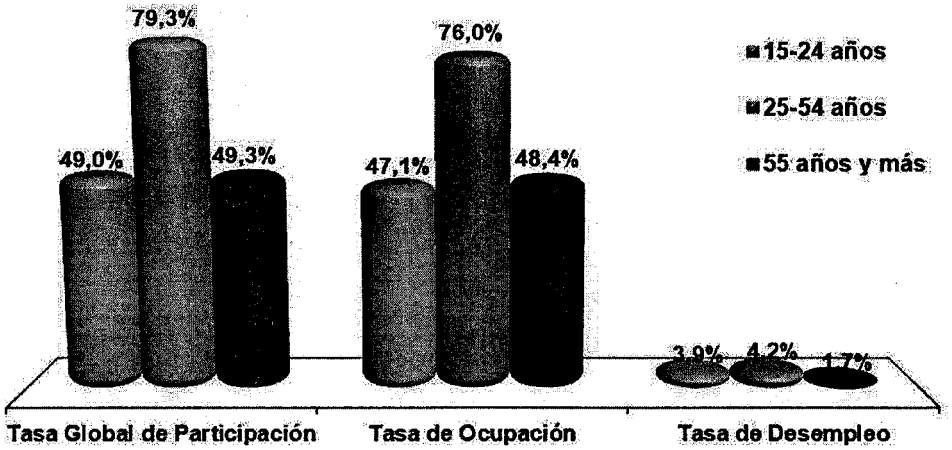
Figura 2.7 Indicadores del mercado laboral de Pensilvania y Colombia



Fuente: Encuesta de Hogares, Pensilvania 2024

Por grupo de edad, los indicadores muestran una mayor participación en el mercado laboral de la población entre 25 y 54 años, el 79% lo hacen; en cambio en el grupo de población joven de 15 a 24 años y de la población mayor de 55 años y más, la participación sólo alcanza el 49%. En estos dos grupos de población muchas personas o bien se encuentran estudiando como en el caso de los más jóvenes o ya están retirados o incapacitados como en el caso de los mayores. Esto se refleja también en las tasas de ocupación que alcanzan el 76% en el grupo de 25 a 54 años y baja a 47% y 48% en los grupos de 15 a 24 años y en los de 55 años y más. Por su parte la tasa de desempleo es muy similar en los grupos de 15 a 24 años y de 25 a 54 años, 3,9% y 4,2%, y baja hasta el 1,7% en la población más adulta de 54 años y más.

Figura 2.8 Indicadores del mercado laboral de Pensilvania por rangos de edad



Fuente: Encuesta de Hogares, Pensilvania 2024.

Como un gran aliado del crecimiento empresarial y turístico en el municipio de Pensilvania nace en el año 2016 la asociación Paz&Flora, nace como una estrategia de desarrollo económico local, resultado de la alianza entre la Fundación ACESCO, la empresa privada y la Administración Municipal de Pensilvania, con el propósito de generar oportunidades de comercialización para los pequeños productores, artesanos y emprendedores del municipio. Su creación respondió a la necesidad de fortalecer la economía local mediante la articulación de una marca región que permitiera posicionar y dar valor agregado a los productos elaborados por manos pensilvenses.

Actualmente, la asociación agrupa a 60 artesanos y emprendedores, quienes elaboran productos en las líneas de madera, textiles, alimentos, bisutería y otras manufacturas artesanales, todos producidos en el municipio bajo principios de sostenibilidad ambiental, economía solidaria y comercio justo. A través de una tienda física que también funciona como punto de promoción turística, Paz&Flora se ha consolidado como un referente del emprendimiento local, promoviendo la identidad territorial, el trabajo asociativo y el desarrollo económico del municipio.

Su modelo organizacional contempla una estructura de gobernanza participativa, soportada por una Junta Directiva, comités técnicos y una Asamblea General, además de un reglamento interno que garantiza la calidad de los productos, la

transparencia en la comercialización y el fortalecimiento permanente de sus asociados. Sin embargo, el análisis de su modelo de negocio evidencia importantes desafíos relacionados con la transformación digital, la innovación de productos, el fortalecimiento de la capacidad productiva y la consolidación de la oferta turística, aspectos que constituyen la base para el presente proyecto.

Dada estas condiciones económicas la política de reciprocidad de INFICALDAS, por administración de excedentes de liquidez de los municipios afiliados, lo que podrá fortalecer los procesos productivos y de generación de empleo en el municipio.

3. JUSTIFICACIÓN

El desarrollo económico local y la articulación interinstitucional se han vuelto fundamentales en un entorno globalizado y altamente conectado, donde el fortalecimiento de los pequeños productores resulta clave para satisfacer las necesidades locales y regionales. El sector económico del municipio de Pensilvania requiere, en la actualidad, de un esfuerzo interinstitucional que permita generar estrategias de transformación productiva, comercialización y posicionamiento de sus bienes y servicios.

A nivel nacional, las dinámicas de 2025 y del primer trimestre de 2026 reflejan una tendencia positiva en la contribución económica de los micronegocios, el comercio, la industria manufacturera y los servicios, evidenciando la importancia de impulsar estos sectores estratégicos en las regiones.

En el contexto municipal, la economía de Pensilvania depende fuertemente del sector primario. El segundo renglón está representado por el sector terciario, que agrupa 763 establecimientos comerciales, seguido por el sector secundario, enfocado en la transformación maderera, la producción de alimentos, el transporte y el turismo. Sin embargo, esta base productiva presenta un bajo nivel de transformación agroindustrial y de agregación de valor, así como una incipiente estructuración de la oferta turística del municipio.

Desde la perspectiva del mercado laboral, el municipio cuenta con una población en edad de trabajar (PET) del 75,4% y una tasa global de participación (TGP) del 63,0%. Destaca positivamente una tasa de ocupación del 60,8% (por encima del promedio nacional del 57,7%) y una tasa de desocupación del 3,4%, significativamente inferior al 9,1% nacional. No obstante, al analizar por rangos de edad se observa menor participación y ocupación en los jóvenes de 15 a 24 años y en la población mayor de 55 años, lo que evidencia la necesidad de dinamizar y

diversificar las oportunidades productivas para integrar de manera más efectiva a estos segmentos de la población.

Para potenciar estas capacidades locales, el proyecto contempla una intervención articulada entre el municipio de Pensilvania e INFICALDAS — aprovechando la Política de Reciprocidad por administración de excedentes de liquidez de los municipios afiliados— orientada a acelerar la economía local mediante la transformación digital, la adquisición de activos productivos y la innovación en diseño y validación de productos y servicios, incluyendo el fortalecimiento de la oferta turística del municipio, mejorando su visibilización y posicionamiento a nivel regional.

La se desarrollará directamente a la Asociación Paz&Flora constituye una estrategia prioritaria para el Municipio de Pensilvania debido a su papel como principal organización articuladora de los artesanos, emprendedores y pequeños productores locales, así como por su contribución al desarrollo económico, la generación de ingresos y la promoción de la identidad territorial.

La asociación reúne exactamente a los 60 beneficiarios contemplados en la meta del proyecto para el fortalecimiento de Mipymes y asociaciones de productores, lo que la convierte en el escenario idóneo para implementar acciones de alto impacto orientadas a mejorar la competitividad del sector productivo. Asimismo, su trayectoria, organización interna y reconocimiento como marca región permiten garantizar que las inversiones generen beneficios colectivos y sostenibles.

El diagnóstico institucional evidencia que Paz&Flora presenta oportunidades de mejora en aspectos estratégicos como la digitalización de los procesos comerciales, la implementación de canales de comercio electrónico, la adquisición de maquinaria y equipos para incrementar la capacidad productiva, el desarrollo de nuevos diseños e innovación en productos y la consolidación del marketing territorial y del punto de información turística. Estas necesidades coinciden plenamente con los componentes del proyecto, permitiendo que las inversiones respondan a problemáticas reales previamente identificadas por la propia organización.

Desde la perspectiva del desarrollo territorial, fortalecer Paz&Flora significa impulsar un modelo de economía solidaria que integra producción, comercialización y se servicios, generando mayores oportunidades para los emprendedores locales y posicionando a Pensilvania como un destino reconocido por su oferta artesanal, cultural y gastronómica. De esta manera, el proyecto no solo incrementará la competitividad de los productores asociados, sino que contribuirá a dinamizar el comercio, atraer visitantes, fortalecer la marca región y consolidar el

posicionamiento y la comercialización de bienes y servicios como un eje complementario del desarrollo económico municipal.

En consecuencia, la estrategia del Municipio de Pensilvania de priorizar el fortalecimiento de Paz&Flora responde a criterios de pertinencia, sostenibilidad e impacto, al aprovechar una organización ya consolidada para potenciar el tejido empresarial local, mejorar las capacidades productivas de sus asociados y promover un desarrollo económico y turístico incluyente, competitivo y sostenible.

Esta intervención es igualmente pertinente frente al sector 6 (Gobierno Territorial) y, de manera principal, frente a los sectores priorizados 3 (Emprendimiento) y 4 (Industria, Comercio y Turismo) de la Política de Reciprocidad de INFICALDAS, en tanto genera beneficios directos y verificables sobre unidades productivas, emprendimientos y prestadores turísticos del municipio, constituyendo estos los beneficiarios finales de la intervención, conforme a lo establecido en el numeral 6 del documento técnico de la convocatoria.

4. IDENTIFICACIÓN DE PARTICIPANTES

N°	Nombre	Nivel	Tipo de participación	Rol
1	INFICALDAS	Departamental	Cofinanciador (recursos no reembolsables)	A favor
2	Municipio de Pensilvania	Municipal	Formulador / ejecutor	A favor
3	Asociación de Artesanos y Emprendedores Paz&Flora (60 asociados)	Municipal	Beneficiarios directos y focalización principal	A favor
4	Fundación Acesco	Municipal / privado	Aliado institucional, formación y acompañamiento	A favor
5	Otras Mipymes, emprendimientos y asociaciones de productores locales	Municipal	Beneficiarios directos	A favor
6	Prestadores de servicios turísticos del municipio	Municipal	Beneficiarios directos	A favor

7	Comunidad en general del municipio	Municipal	Beneficiarios indirectos	A favor

a. Articulación entre participantes:

Se identifican seis grupos de participantes interesados en la ejecución del proyecto:

INFICALDAS, como entidad financiera administradora de los excedentes de liquidez del municipio, presenta la oportunidad de cofinanciar un proyecto de desarrollo económico territorial a partir de los rendimientos financieros con los que cuenta el municipio; de esta forma, la entidad evaluará, viabilizará y realizará el desembolso de los recursos no reembolsables requeridos para la ejecución del proyecto, en el marco de su Política de Reciprocidad.

El municipio de Pensilvania, en su misionalidad, debe velar por el fortalecimiento del tejido empresarial y la generación de oportunidades económicas para su población; formula y postula el presente proyecto, y se proyecta como entidad ejecutora responsable de la contratación, supervisión y seguimiento de las actividades e inversiones previstas.

La Asociación Paz&Flora, con sus 60 asociados, constituye la focalización principal del proyecto (numeral 7 del presente documento); será beneficiaria directa de los tres componentes de fortalecimiento, y su Junta Directiva, Comité de Fortalecimiento y Comité de Iteración serán los interlocutores naturales para la implementación de las actividades en el territorio. La Fundación Acesco, como aliado histórico de la asociación, continuará aportando su experiencia en formación, asesoría y acompañamiento comercial, en articulación con el municipio e INFICALDAS.

Las demás Mipymes, emprendimientos y asociaciones de productores locales, dedicados a la transformación de café, panela, aguacate, plátano y demás productos agropecuarios, así como a otras actividades productivas del municipio, serán los beneficiarios directos del fortalecimiento en transformación digital, adquisición de activos productivos e innovación.

Los prestadores de servicios turísticos (hospedaje, alimentación, guianza y afines) serán beneficiarios directos de las acciones orientadas al fortalecimiento, la innovación en diseño y la validación de nuevos productos y servicios turísticos del municipio.

La comunidad en general del municipio será beneficiaria indirecta, en la medida en que el fortalecimiento del tejido productivo y turístico dinamiza la economía local, la generación de empleo y el posicionamiento regional de Pensilvania.

5. ALINEACIÓN CON LA POLÍTICA PÚBLICA

El proyecto Fortalecimiento comercial de las unidades productivas y de servicios del municipio de Pensilvania, Caldas, contribuye directamente al cumplimiento de la normatividad y planeación vigente, en particular a la Constitución Política de 1991, que en su artículo 333 reconoce la libre iniciativa privada y la actividad económica como base del desarrollo

Así mismo contribuye con el cumplimiento de los siguientes planes de desarrollo:

Tabla 1. Articulación política pública.

ARTICULACIÓN CON LAS POLÍTICAS PUBLICAS	
Plan nacional de desarrollo: Colombia, potencia mundial de la vida 2022 -2026	**Eje:** Transformación productiva, internacionalización y acción climática. **Objetivo**: Impulsar el emprendimiento, la formalización y el fortalecimiento de las Mipymes como motor de la reactivación económica territorial. **Sector:** Comercio, Industria y Turismo
Plan de desarrollo departamental: Departamento de Caldas 2024-2027	**Línea estratégica**: Caldas territorio productivo y competitivo. **Sector:** Comercio, Industria y Turismo / Agricultura y Desarrollo Rural. **Programa:** Fortalecimiento del ecosistema de emprendimiento e innovación; promoción turística y competitividad territorial.
Plan de desarrollo Municipal: Municipio de Pensilvania 2024-2027	**Línea estratégica:** Pensilvania Sostenible **Sector:** Agricultura y desarrollo rural **Programa:** Inclusión productiva de pequeños productores rurales **Subprograma:** - Brindar acompañamiento integral a los pequeños y medianos productores rurales, de manera individual y/o grupal, en aspectos como agricultura, explotación pecuario, piscícola, forestal, acceso a créditos, exportación y otros; en todas las cadenas productivas del municipio. - Avanzar en el fortalecimiento de procesos productivos de organizaciones de base como asociaciones, en temas de productividad, transformación, comercialización, temas administrativo y otros meta: 850 **Sector**: Comercio Industria y Turismo **Programa:** Productividad y competitividad de las empresas colombianas **Subprograma:**

	Continuar apoyando el proceso de ventade artesanías a través del punto paz y flora, generar capacitaciones a emprendedores, ruedas de negocio, participación en eventos y demás estrategias de fortalecimiento de la artesanía en el Municipio meta: 100 **Subprograma:** Desarrollar procesos de capacitación a prestadores de servicios turísticos, restaurantes, hoteles, locales comerciales y agentes del sector turismo meta: 80
Política de Reciprocidad de INFICALDAS (Acuerdo 010 de 2024)	**Sector priorizado 3:** Emprendimiento — acceso a financiación para creación, fortalecimiento, aceleración y escalamiento de emprendimientos. **Sector priorizado 4:** Industria, Comercio y Turismo — modernización tecnológica, transformación digital, comercialización e innovación.

6. IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

a. SITUACIÓN DE LÍNEA BASE.

- **UBICACIÓN GEOGRÁFICA**

El municipio de Pensilvania se encuentra ubicado en la subregión del alto oriente, fundado en el año de 1866, cuenta con una extensión de 573 km² distribuidos en 105 veredas que se agrupan en cuatro corregimientos y la cabecera municipal, posee una densidad poblacional de 34,48 hab/Km²; con ubicación espacial 5°23'02"N 75°09'40"O, con altitud media de 2020 msnm.

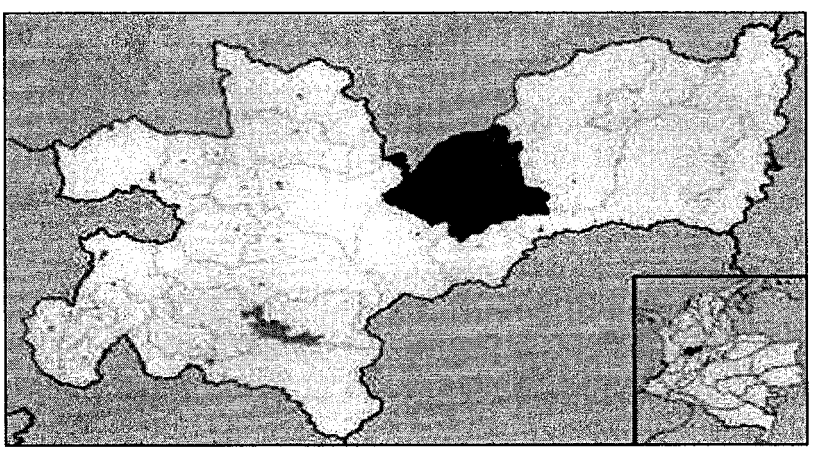
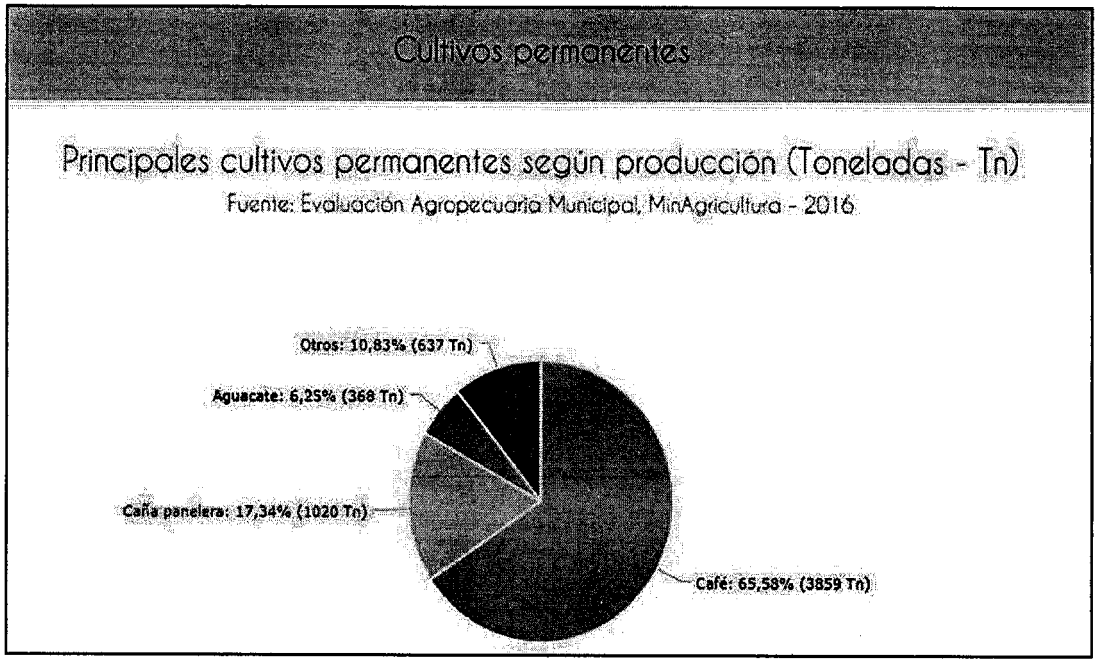


Figura 1. Ubicación geográfica del municipio de Pensilvania a nivel nacional y departamental.

- **SITUACIÓN ECONÓMICA**

El municipio de Pensilvania, es un municipio netamente rural en donde la principal actividad económica recae en la explotación agrícola familiar sin ningún proceso de transformación agroindustrial, siendo el café el producto de mayor comercio y sustento en la comunidad, seguido de otros productos del sector primario como la producción de caña panelera y aguacate; además se cultivan yuca, plátano, maíz, frijol y hortalizas. Igualmente se desarrolla la tala de árboles y la ganadería; como se presenta en el gráfico no. 1. Tiene un valor agregado al año 2019 de 198 (Mil Millones de pesos) y aportando al PIB departamental en un 1.3%.



- **SITUACIÓN LOCAL**

El municipio de Pensilvania fue fundado por colonizadores antioqueños, por lo que aún hoy cuenta una fuerte tradición paisa, con gran arraigo católico y en donde la base de la sociedad aun lo es la familia, siendo el hombre la persona que sustenta las necesidades del hogar y la mujer quien desarrolla las labores de cuidado y labores domésticas.

En materia de **educación** cuenta con una cobertura bruta de educación total del 82.96%, para el año 2021, en donde se destacan la presencia de sedes educativas

en la totalidad de las zonas urbanas y rurales del municipio, servicios brindado por 8 instituciones educativas rurales y 2 urbanas, en la actualidad se cuenta con 86 sedes abiertas, para todo el territorio.

En materia de educación superior cuenta con la institución de educación superior Colegio Integrado Nacional Oriente de Caldas – IES CINOC, que ofrece programas de pregrado en Técnicas Forestales, Técnica en Industrialización de la Madera, Técnica en Administración de Empresas, Técnica en Contabilidad Sistematizada y Técnica en Informática y Sistemas y con el ciclo complementaria de formación ofrecido desde la escuela normal superior de la presentación.

Tabla 2. Cobertura en educación del municipio de Pensilvania.

Indicador	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Cobertura bruta en educación - Total-Porcentaje (el valor está multiplicado por 100)	96,45	86,55	82,42	77,98	75,86	71,51	70,99	70,29	101,00	98,01	
Cobertura bruta en educación básica-Porcentaje (el valor está multiplicado por 100)	102,09	91,47	83,63	78,72	75,99	70,88	69,66	69,75	104,42	101,01	
Cobertura bruta en educación media-Porcentaje (el valor está multiplicado por 100)	69,43	62,80	76,12	74,00	75,14	75,06	78,59	73,36	99,67	97,04	
Cobertura bruta en educación primaria-Porcentaje (el valor está multiplicado por 100)	109,77	92,22	84,81	78,81	76,79	72,15	73,06	70,93	95,74	90,64	
Cobertura bruta en educación secundaria-Porcentaje (el valor está multiplicado por 100)	101,42	99,07	90,28	85,08	81,96	73,85	71,21	74,43	115,12	111,37	
Cobertura bruta en transición-Porcentaje (el valor está multiplicado por 100)	66,93	61,55	55,03	55,79	49,40	52,86	46,17	44,77	72,70	82,89	
Cobertura neta en educación - Total-Porcentaje (el valor está multiplicado por 100)	80,81	73,47	68,83	65,79	63,68	61,25	59,51	56,49	86,61	84,20	
Cobertura neta en educación básica-Porcentaje (el valor está multiplicado por 100)	82,45	74,82	68,19	64,55	62,12	59,68	57,70	55,05	86,75	82,96	

Cobertura bruta en educación - Total

Fuente: CALDATA 2025.

Entre las **principales causas de morbilidad en el municipio** se encuentra ocasionadas por enfermedades No transmisibles para todos los grupos de edad, en donde la mala alimentación, la escasa actividad física, el consumo de alcohol y el tabaquismo son los principales factores de riesgo, en donde el 45.30% de estas enfermedades son padecidas por hombres y el 31.62% para las mujeres, siendo el

las enfermedades cardiovasculares y las neuropsiquiátricas las de mayor incidencia en el municipio (ASIS 2024, municipio de Pensilvania).

Edad etaria	*Porcentaje de población ENT*
0 -5 AÑOS Primera infancia	31.62%
6 - 11 AÑOS Infancia	48.5%
12 – 18 AÑOS adolescencia	55.28%
14-26 años - Juventud	56.13%
27-59 -Adultez	75.48%
Mayores de 60 Años – adultos Mayores	87.2%

Fuente: ASIS Pensilvania 2024.

- **VULNERABILIDAD SOCIAL**

Es importante mencionar que Pensilvania lastimosamente se ha destacado por ser un municipio víctima del conflicto armado, es así como desde el año 2018 esta caracterizado como un municipio "ZOMAC", los cuales se definen como un conjunto de municipios que agrupa las zonas del país más afectadas por el conflicto, tal como indican sus siglas ZOMAC – Zonas más Afectadas por el Conflicto Armado.

Según datos recolectados por la oficina de víctimas en el municipio se cuenta con los siguientes números relacionados a hechos de violencia:

Tabla 3. Población víctima del conflicto armado.

Observación	**Cantidad**
Número de víctimas ubicadas en el Municipio	13789
	Ciclo vital población víctima
Entre 0 y 5 años	59
Entre 6 y 11 años	481
Entre 12 y 17 años	875
Entre 18 y 28 años	1903
Entre 29 y 60 años	4010

Entre 61 y 100 años	1945
Sin información	4516
	Genero población víctima
Hombre	4779
Mujer	4506
	Hechos victimizantes
Desplazamiento forzado	13019
Homicidios	743
Amenazas	1647
Desaparición forzada	49
Otros	1750

Fuente: Elaboración propias datos unidad de víctimas.

- **CONDICIONES DE POBREZA**

Según datos Sistema de Selección de Beneficiarios para Programas Sociales (Sisbén), en el municipio de Pensilvania el 93% de la población sisbenizada, pertenecen a grupos vulnerables entre pobreza extrema, pobreza moderada y vulnerable, siendo la población habitante de las zonas rurales la de mayor grado de pobreza.

Clasificación	Población
Pobreza extrema	7.605
Pobreza moderada	6.635
Población vulnerable	3.025

Así mismo desde el observatorio social y estadístico Caldata, se observa según datos del DANE 2018, que NBI es de 16.10, es decir el 16.10% la población habitante del municipio de Pensilvania, carecen de al menos un servicio básico insatisfecho entre los cuales se encuentran: características de la vivienda en materiales y condiciones no deseables, condiciones de hacinamiento, bajas condiciones sanitarias y de acceso a agua potable, de niños que no asisten a sistema educativo y nivel de ingresos del jefe del hogar que no alcanza a mínimo vital, para satisfacer las necesidades. Siendo la población rural con el menor índice en el municipio

Tabla N5. Índice NBI 2018, municipio de Pensilvania.

Indicador	2018
Índice de Necesidades Básicas Insatisfechas - NBI - en el área rural-Puntos porcentuales	13,71
Índice de Necesidades Básicas Insatisfechas - NBI - en el área urbana-Puntos porcentuales	5,81
Índice de pobreza multidimensional - IPM-Porcentaje (el valor está multiplicado por 100)	37,30
IPM - Cabecera-Porcentaje (el valor está multiplicado por 100)	22,80
IPM - Rural-Porcentaje (el valor está multiplicado por 100)	46,40
Población en condición de miseria en el área rural-Puntos porcentuales	1,57
Población en condición de miseria en el área urbana-Puntos porcentuales	0,18

Fuente: CALDATA, 2025

7. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL

A partir del diagnóstico de línea base presentado, y en concordancia con la vocación productiva y turística del municipio, se identifica como problema central el siguiente:

- **BAJA COMPETITIVIDAD DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS, EMPRENDIMIENTOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS DEL MUNICIPIO DE PENSILVANIA, PARA LA TRANSFORMACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE SUS BIENES Y SERVICIOS.**

Este problema se expresa en el limitado nivel de transformación agroindustrial de los productos agropecuarios del municipio (café, panela, aguacate, plátano y derivados pecuarios), en el bajo nivel de digitalización y de adopción de canales de comercio electrónico por parte de las Mipymes y emprendimientos locales, y en la incipiente estructuración, diseño y validación de la oferta turística municipal, lo cual restringe la generación de valor agregado, ingresos y empleo formal en un municipio cuya economía depende en un 68,58% del sector primario y que presenta un NBI de 16,10% y una condición de vulnerabilidad histórica asociada al conflicto armado (ZOMAC).

8. POBLACIÓN AFECTADA Y OBJETIVO

a. POBLACIÓN AFECTADA

La población afectada corresponde al 100% de la población del municipio 20.331 (DANE 2025). Habitantes en el municipio, tanto en el área rural como urbana, las cuales se enfrentan a diferentes situaciones que limitan el acceso a procesos de comercio y diversificación de mercados para la producción de bienes y servicios

	Nombre	Número de personas
Región	Eje cafetero	N D
Departamento	Caldas	N/A
Municipio	Pensilvania	20.331

b. POBLACIÓN OBJETIVO

La población objetivo, corresponde al grupo personas emprendedores asociados a Paz&Flora, así como la totalidad de empresarios del municipio.

Población objetivo: Grupo de asociados de **Paz&Flora 60 empresarios del municipio**

Beneficiarios	Número de empresarios	Fuente
Personas asociadas a Paz&Flora	60	Base datos asociados

9. PROBLEMA CENTRAL

Baja competitividad de las unidades productivas, emprendimientos y prestadores turísticos del municipio de Pensilvania, para la transformación, comercialización y posicionamiento de sus bienes y servicios.

IDENTIFICACIÓN DE CAUSAS Y EFECTOS

Efectos indirectos	Reducida capacidad de generación de ingresos de los productores y emprendedores locales.	Pérdida de oportunidades de comercialización e internacionalización de productos locales.	Migración de mano de obra joven hacia otros municipios en búsqueda de oportunidades laborales.
Efectos directos	Baja competitividad y productividad de las	Bajo posicionamiento y reconocimiento regional de los	Reducida generación de empleo formal, particularmente entre la

	unidades económicas del municipio.	productos y del destino turístico de Pensilvania.	población joven del municipio
Problema central	Baja competitividad de las unidades productivas, emprendimientos y prestadores de servicios del municipio de Pensilvania, para la transformación, comercialización y posicionamiento de sus bienes y servicios		
Causas directas	Limitada transformación y agregación de valor a los productos agropecuarios locales.	Bajo nivel de adopción de herramientas digitales y canales de comercialización electrónica por parte de las Mipymes, asociaciones y emprendimientos	Débil capacidad técnica, financiera y empresarial de las unidades productivas y emprendimientos en todos los sectores económico
Causas indirectas	Bajo nivel de adquisición y actualización de maquinaria y equipos para procesos de transformación productiva.	Insuficiente capacitación en comercio electrónico y transformación digital omnicanal	Baja articulación institucional para el acompañamiento técnico y empresarial permanente

10. OBJETIVOS

a. OBJETIVO GENERAL

- Fortalecer los procesos productivos de transformación de bienes locales, los emprendimientos y el sector servicios del municipio de Pensilvania, Caldas, mediante la transformación digital, la adquisición de activos productivos y la innovación en diseño y validación de productos y servicios, con el fin de incrementar su competitividad, comercialización y posicionamiento regional.

b. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fortalecer las capacidades de comercialización digital de 60 Mipymes, asociaciones de productores locales y prestadores de servicios, mediante procesos de transformación digital omnicanal y capacitación en comercio electrónico.
- Mejorar la capacidad productiva y de transformación de las unidades económicas beneficiarias mediante la adquisición de activos productivos y maquinaria y equipos.
- Impulsar la innovación en el diseño y la validación de nuevos productos y servicios locales, incluyendo el fortalecimiento y estructuración de la oferta turística del municipio.

11. ARBOL DE OBJETIVOS MARCO LOGICO

El árbol de objetivos se construye como imagen en positivo del árbol de problemas, transformando cada causa en un medio y cada efecto en un fin, conforme a la Metodología de Marco Lógico.

FIN	Dinamización del desarrollo económico local y aprovechamiento del potencial productivo y turístico del municipio de Pensilvania, mejorando las oportunidades económicas y la calidad de vida de su población.
OBJETIVO CENTRAL	Fortalecer la competitividad de las unidades productivas, emprendimientos y prestadores de servicios del municipio de Pensilvania para la transformación, comercialización y posicionamiento de sus bienes y servicios
FIN directo e Indirecto	• Fin directo 1: Mayor competitividad y productividad de las unidades económicas del municipio → Incremento en la generación de ingresos de productores y emprendedores locales. • Fin directo 2: Mayor posicionamiento y reconocimiento regional de los productos y servicios del Pensilvania → Nuevas oportunidades de comercialización e internacionalización de productos locales. • Fin directo 3: Incremento en la generación de empleo formal, particularmente para la población joven del municipio → Mayor permanencia de la mano de obra joven en el territorio
Medios directos e Indirectos	• Medio directo 1: Fortalecida la transformación y agregación de valor a los productos agropecuarios locales, mediante la adquisición y actualización de maquinaria y equipos e innovación en diseño y empaque. • Medio directo 2: Incrementada la adopción de herramientas digitales y canales de comercialización electrónica por parte de Mipymes, asociaciones y emprendimientos, mediante capacitación en comercio electrónico y transformación digital omnicanal. • Medio directo 3: Fortalecida la estructuración, el diseño y la validación de la oferta de servicios turísticos del municipio, mediante la articulación de prestadores y la innovación en productos y experiencias turísticas. • Medio directo 4: Mejorada la capacidad técnica, financiera y empresarial de las unidades productivas y emprendimientos, mediante acceso a activos productivos, capital de trabajo y acompañamiento técnico.

12. ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

Con base en el árbol de objetivos, se identificaron y evaluaron las siguientes alternativas de solución frente a los criterios de costo, factibilidad técnica e institucional, impacto sobre la población objetivo y alineación con la Política de Reciprocidad de INFICALDAS

Alternativa 1	Intervención integral: transformación digital y comercio electrónico + adquisición de activos productivos + innovación en diseño y validación de productos y servicios	Aborda de manera simultánea las tres causas directas identificadas; mayor impacto y sostenibilidad; requiere mayor coordinación operativa.	Seleccionada
Alternativa 2	Intervención centrada exclusivamente en la transformación digital y el comercio electrónico de las Mipymes.	Menor costo y complejidad operativa; no resuelve las limitaciones en capacidad productiva ni en la oferta turística; impacto parcial sobre el problema central.	Descartada
Alternativa 3	Intervención centrada exclusivamente en infraestructura física y dotación turística (sin componente productivo ni digital).	Alto costo de inversión y mantenimiento; no atiende las causas relacionadas con transformación productiva ni comercialización; bajo alcance poblacional (Mipymes y emprendimientos).	Descartada

ALTERNATIVA SELECCIONADA

Como alternativa solución a lo problemática se escoge la **alternativa N° 1.** Intervención integral: transformación digital y comercio electrónico + adquisición de activos productivos + innovación en diseño y validación de productos y servicios

METODOLOGÍA PARA DESARROLLAR LA ALTERNATIVA SELECCIONADA

COMPONENTE 1. Transformación digital y fortalecimiento comercial

Elemento	**Cadena de valor**
Insumos	Recursos económicos + profesionales especializados + herramientas digitales + participación de beneficiarios

COMPONENTE 1. Transformación digital y fortalecimiento comercial

Elemento	Cadena de valor
Actividades	Creación y actualización de logotipos; elaboración del manual de marca; capacitación en herramientas de IA para generación de contenidos; diseño de catálogo digital; capacitación en comercio electrónico, atención al cliente y transformación digital.
Producto	Programa de fortalecimiento comercial y transformación digital implementado para 60 Mipymes, asociaciones y/o productores.
Resultado	Incremento de las capacidades para promocionar, presentar y comercializar productos y servicios mediante herramientas digitales.
Impacto	Mayor competitividad, visibilidad y acceso a mercados de los emprendimientos y unidades productivas.

COMPONENTE 2. Promoción y posicionamiento de productos locales

Elemento	Cadena de valor
Insumos	Recursos financieros + equipos tecnológicos + materiales de promoción + servicios de instalación y mantenimiento
Actividades	Adquisición, instalación y puesta en funcionamiento de pantalla LED; producción y utilización de material promocional; programación y difusión de contenidos.
Producto	Sistema de promoción visual mediante pantalla LED instalado y operativo + material promocional disponible.
Resultado	Mayor exposición y visibilidad de los productos, emprendimientos, actividades y servicios turísticos del municipio.
Impacto	Mejor posicionamiento comercial y territorial de Pensilvania y de su oferta productiva y turística.

COMPONENTE 3. Innovación y fortalecimiento de productos y servicios

Elemento	**Cadena de valor**
Insumos	Asistencia técnica + conocimiento especializado + participación de productores y prestadores turísticos + herramientas de diseño e innovación
Actividades	Identificación de oportunidades de innovación; diseño y mejoramiento de productos; generación de contenidos; estructuración y validación de productos y servicios turísticos.
Producto	Productos y servicios locales fortalecidos e innovados + oferta turística estructurada y fortalecida.
Resultado	Mayor diferenciación, calidad y atractivo comercial de los productos y experiencias turísticas.
Impacto	Incremento de la competitividad y posicionamiento regional de la oferta productiva y turística de Pensilvania.

13. PRESUPUESTO

Para dar cumplimiento a los fines del proyecto se ha construido el presupuesto requerido para el cumplimiento de cada uno de los objetivos.

Costo total : $107.148.780

PRESUPUSTO				
ÍTEM	PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
1. Transformación digital y fortalecimiento comercial de las Mipymes	1.1. Creación de logotipos. Acompañamiento a la asociación de Paz&Flora y sus 60 asociados en la creación y desarrollo de marcas. • Revisión de la identidad visual actual. • Identificación de los elementos gráficos que deben conservarse. • Actualización del logotipo, manteniendo su esencia y reconocimiento. • Desarrollo de hasta dos alternativas de evolución visual. • Hasta dos rondas de ajustes sobre la alternativa seleccionada. • Preparación de las versiones principales y complementarias del logotipo. • Entrega de archivos finales en formatos editables y de uso digital.	1	$ 3.000.000,00	$ 3.000.000,00

	1.2. Se desarrollará un manual práctico que establezca los criterios esenciales para utilizar la marca de manera coherente en sus diferentes materiales y puntos de contacto. El alcance incluye: • Construcción y versiones del logotipo. • Paleta de colores. • Tipografías. • Áreas de protección y tamaños mínimos. • Usos correctos e incorrectos. • Criterios básicos de composición. • Desarrollo de hasta cuatro aplicaciones básicas de marca, definidas de común acuerdo con el cliente. • Entrega del manual en formato digital.	1	$	4.000.000,00	$ 4.000.000,00
	1.3. Guía práctica para la creación de contenidos con inteligencia artificial Se desarrollará una guía sencilla y de fácil aplicación para que los asociados puedan utilizar herramientas gratuitas de inteligencia artificial con el propósito de mejorar la presentación de sus productos y crear contenidos más atractivos para canales digitales. El alcance incluye: • Selección de herramientas gratuitas y de fácil acceso. • Recomendaciones para fotografiar productos con recursos básicos. • Mejoramiento de fondos, iluminación, encuadres y presentación visual. • Creación de contenidos para redes sociales y canales digitales. • Ejemplos prácticos aplicados a las necesidades de los asociados. • Desarrollo de instrucciones y prompts básicos que puedan ser reutilizados. • Entrega de la guía en formato digital	1	$	2.500.000,00	$ 2.500.000,00
	1.4. Catálogo digital para beneficiar a 60 productores. - Innovación en el diseño y incluyendo el fortalecimiento de la oferta turística del municipio	1	$	2.500.000,00	$ 2.500.000,00
		SUBTOTAL			$ 12.000.000,00
		Estampillas		7%	$ 840.000,00
		VALOR TOTAL			$ 12.840.000,00
ÍTEM	PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR UNIT		VALOR TOTAL

Adquisición de activos productivos para la promoción de productos locales.	Bolsa impresa a una cara, en material polietileno biodegradable, según diseño, troquel tipo banana. medida 12x18 pulgadas cal 2,0 canti 5.000 Unid.	1	$	2.500.000,00	$ 2.500.000,00
	Bolsa impresa a una cara, en material polietileno biodegradable, según diseño, troquel tipo banana. medida 7x10 pulgadas cal 1,5 canti 5.000 Unid.	1	$	2.250.000,00	$ 2.250.000,00
	Bolsa impresa a una cara, en material polietileno biodegradable, según diseño, troquel tipo banana. medida 9 x14 pulgadas cal 1,6 canti 10.000 Unid.	1	$	2.200.000,00	$ 2.200.000,00
	PANTALLA LED DE 6 M2 - Módulos de 1 m x 1 m CARACTERÍSTICAS: Gabinete o módulo outdoor con medidas de 100cm x 100cm Cada módulo está compuesto por 16 matrices de diodos led de última tecnología. Peso de cada módulo de 34 kg. Tres (3) fuentes de poder de 5V y 60 amperios con ventiladores de extracción Brillo de 4500 nits con refresh de 3840 Ángulo de visualización de 160 grados. Equipo de procesador/escalador/ para sus contenidos Pixel pitch 3.91 de alta resolución INCLUYE: Pantalla led" PITCH 3.91" de 3.m de ancho x 2m de alto compuesto por 6 módulos. Rack, Computador y programa LED STUDIO / LED VISION con parrilla para montaje de videos y activación de tiempo, con administración de todos los contenidos 1 equipo video procesador para envío de contenidos de última tecnología con puertos HDMI y para programación de TV en vivo. Cableado de señal y de corriente respectivo para su funcionamiento. Instalación, adecuación, asesoría y respaldo requerido Estructura y modificación de ventanas 2 mantenimientos preventivos anuales por 2 años.	1	$	68.000.000,00	$ 68.000.000,00

	SUBTOTAL	$	**74.950.000,00**
ESTAMPILLAS	7%	$	5.118.280,00
IVA	19%	$	14.240.500,00

SUB TOTAL SIN IVA	$	80.068.280,00
TOTAL	$	**94.308.780,00**
TOTAL PROYECTO COMPONETE 1 y 2	$	**107.148.780,00**

14. CRONOGRAMA DE EJECUCION

Actividades	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4
Legalización de convenio				
Desarrollo proceso de contratación				
Caracterización y diagnóstico de emprendimientos, unidades productivas				
Identificación de necesidades de fortalecimiento comercial, digital y de promoción				
Diseño y/o actualización de logotipos e identidad visual				
Elaboración de manuales prácticos de marca				
Capacitación en marketing digital y herramientas para generación de contenidos				
Capacitación en herramientas de inteligencia artificial para generación de contenidos				
Capacitación en comercio electrónico y canales digitales de comercialización				
Diseño y estructuración del catálogo digital de productos y servic				
Desarrollo y fortalecimiento de productos y servicios locales				
Adquisición de pantalla LED y equipos complementarios				
Instalación, configuración y puesta en funcionamiento de pantalla LED				
Adquisición y distribución de empaques como material promocional				
Seguimiento a resultados e indicadores del proyecto				

Ejecución total del proyecto: 4 meses

ANEXO 2 — ANÁLISIS DEL SECTOR

OBJETO: Fortalecimiento comercial de las unidades productivas y de servicios del municipio de Pensilvania, Caldas

IDENTIFICACIÓN DE LA MODALIDAD DE SELECCIÓN

La modalidad de contratación para el desarrollo del presente establece de acuerdo a las disposiciones establecidas en la Ley 80 de 1993, y sus Decretos reglamentarios, en la Ley 1150 de 2007, Ley 1882 del 2018, Decreto 1082 de 2015, Decreto 1860 del 2021 en lo no regulado por dichas normas, por las disposiciones civiles, comerciales y ambientales y concordantes con la materia que rijan o lleguen a regir los aspectos del presente proceso de selección.

El marco legal del presente proceso y del contrato que se derive de su Adjudicación, está regulado por la Constitución Política, las leyes de la República de Colombia aplicables al proceso, en especial por las Leyes 80 de 1993, la Ley 1150 de 2007, Ley 1474 de 2011, Decreto 1082 de 2015, Ley 2069 del 2020 y Decreto 1860 del 2021, así como aquellas modificaciones o que sustituyan o reglamente, así como aquellas normas civiles, comerciales, ambientales y demás normas concordantes.

La selección del Organismo de Acción Comunal se realizará de manera directa, de conformidad con lo estipulado en el artículo 95 de la Ley 2166 de 2021 y el artículo 2.2.1.2.1.4.1 del Decreto 1082 de 2015, el convenio que se llegue a realizar como producto del presente Estudio Previo, requiere acto administrativo por medio de la cual se justifica la contratación directa.

Lo anterior considerando que el valor del convenio no excede los 280 S.M.M.L.V. al que equivale la menor cuantía de la Entidad Estatal de acuerdo con el presupuesto anual del año 2026 S.M.M.L.V., es decir los $ 490.253.400 monto al que asciende la menor cuantía de la Entidad Estatal durante el presente año, de conformidad con el literal b) del artículo 2, numeral 2 de la Ley 1150 de 2007.

1. ANÁLISIS DEL SECTOR, ASPECTOS GENERALES.

La capacitación empresarial es un proceso estratégico mediante el cual las organizaciones fortalecen los conocimientos, habilidades y competencias de sus colaboradores, con el propósito de mejorar su desempeño y contribuir al cumplimiento de los objetivos institucionales. La capacitación no se limita a conocimientos técnicos, sino que también comprende habilidades blandas como liderazgo, comunicación, trabajo en equipo, servicio al cliente y resolución de conflictos.

Aquellas empresas que con frecuencia fortalecen sus procesos de innovación a través de capacitación de sus equipos de talento humano y la adopción de la transformación digital, incrementan la productividad de sus empresas en cerca del 25% (Cognos 2025).

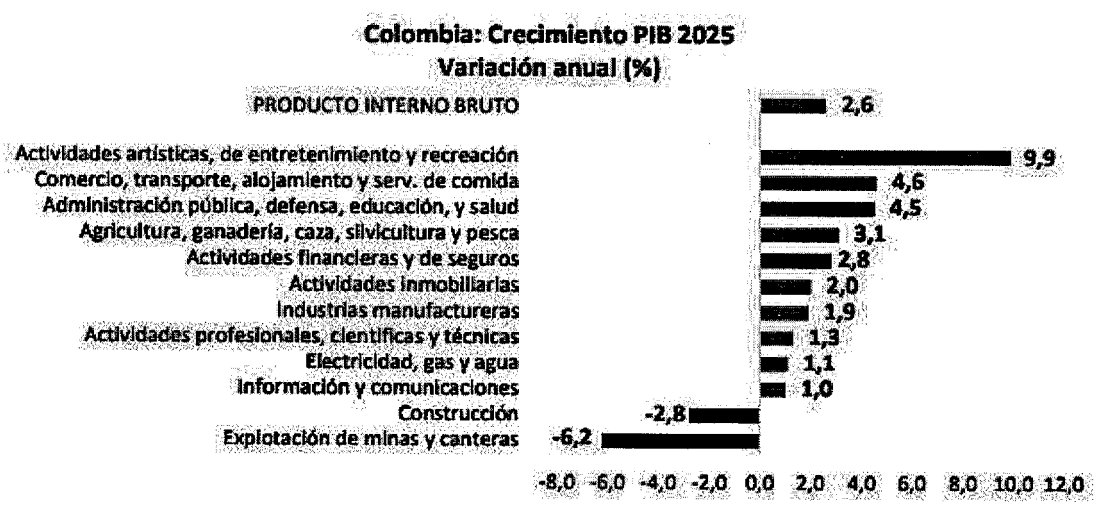
De esta forma el presente estudio de sector analiza, dos sectores específicos que buscan fortalecer los proceso productivos de pequeños empresarios del municipio de Pensilvania: 1. El sector de la capacitación administrativa empresarial y 2. El sector tecnológico

2.1.1. ANÁLISIS DE MERCADO DE LOS PROCESOS CAPACITACIÓN, ASESORÍA ADMINISTRATIVA Y EMPRESARIAL.

Durante el año 2025, el Producto Interno Bruto (PIB) real creció 2,6% con respecto al mismo período de 2024, y en el último trimestre de 2025 aumentó en 2,3%, registrando una notable desaceleración teniendo en cuenta que hasta el tercer trimestre la economía crecía 2.8% y en el tercer trimestre la economía se expandió 3,6%.

Por el lado de la demanda, el consumo hasta el tercer trimestre crecía 3,8%, pero en el IV trimestre se redujo a una tasa de 3,6% y el crecimiento del IV trimestre se redujo a 3.1% luego de crecer en el tercer trimestre 4,1%. Pero, la nota más sobresaliente que explica la pérdida de dinamismo en el IV trimestre corre por cuenta de la caída de -9,3% en la inversión y de -2,9% en la Formación Bruta de Capital Fijo – FBKF, debido a la profundización de la caída en la inversión en vivienda y la caída en la inversión en otras estructuras y obras civiles, así como en el bajo crecimiento en el componente de maquinaria y equipo.

Los sectores que tuvieron un mayor crecimiento en su valor agregado, para el año 2025, fueron: las actividades artísticas y de recreación (9,9%), comercio al por mayor y al por menor (4,6%), servicios de la administración pública y defensa (4,5%), agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca 3,1%), actividades financieras (2,8%), actividades inmobiliarias (2,0%), industrias manufactureras (1,9%), actividades profesionales, científicas y técnicas (1,3%), y servicios de electricidad, gas y agua (1,1%).



Fuente: Cuentas Nacionales – DANE

. Actividades financieras y de seguros (2,8%) En el año 2025, los servicios financieros y de seguros presentaron una variación de 2,8%, con respecto al año 2024. Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado decrece en 2,4%, respecto al trimestre inmediatamente anterior

Actividades profesionales, científicas y técnicas (1,3%) En el 2025, el valor agregado del sector presentó una variación de 1,3%, con relación al mismo período del año anterior. Este registro se explica por las

actividades profesionales, científicas y técnicas (1,1%) y las actividades de servicios administrativos y de apoyo (1,6%).

Información y comunicaciones (1,0%) Durante este año 2025, el sector de información y comunicaciones reportó una variación de 1,0% con respecto al mismo período de 2024. Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado decreció en 2,0%, respecto al trimestre inmediatamente anterior.

2.1.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

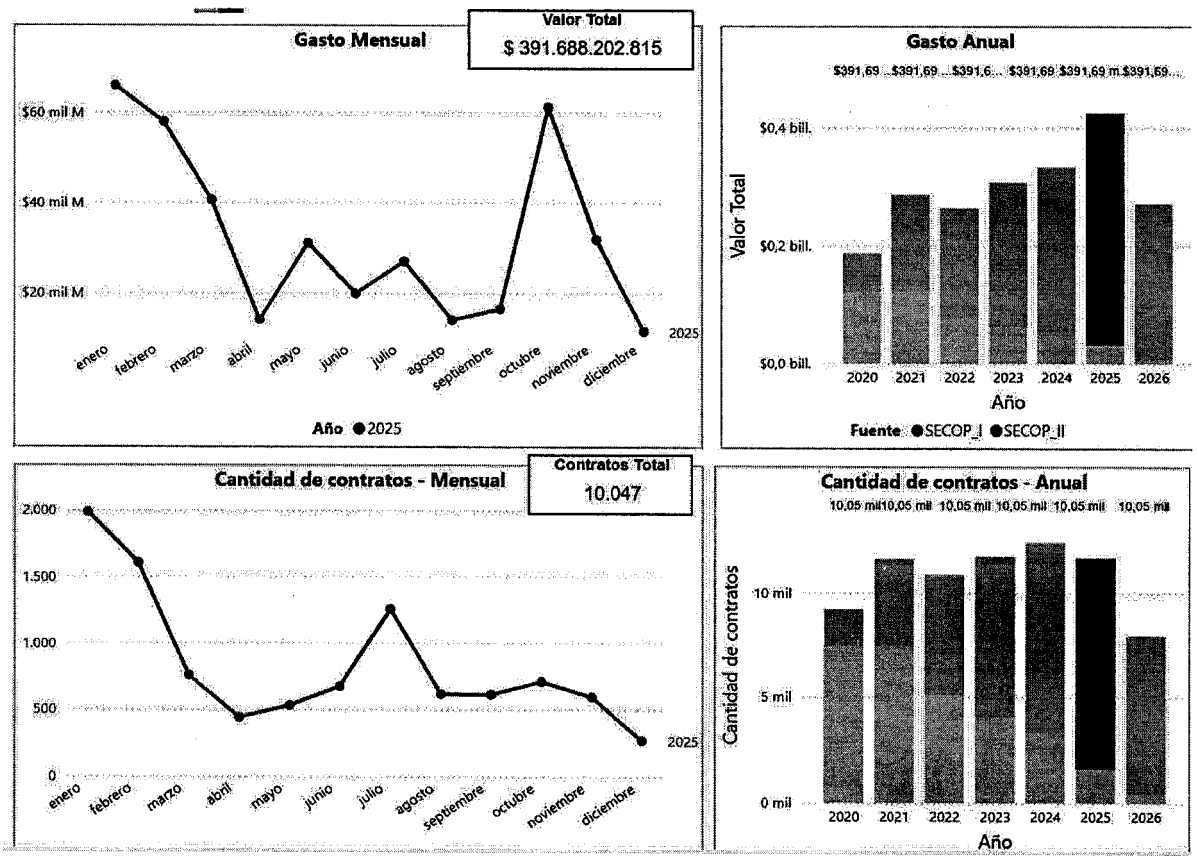
La demanda está dada por la necesidad de las entidades públicas en cuanto la compra de bienes y servicios relacionados con servicios educativos profesionales, para fortalecer las capacidades administrativas y competitivas del sector empresarial.

En el departamento de Caldas la demanda de servicios humanos presento un crecimiento de año 2025 frente a 2024 crecieron en un 13.31%, en el desarrollo de actividades específicas como servicios de recursos humanos, servicios de gestión, administración de servicio empresariales, comercio y distribución, formación profesional, servicios educativos especializados, servicios de formación institucional etc. Lo que en el departamento de Caldas alcanzó un monto de contratación de $372.838.994.936 aprox.

Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

Año	2024			2025			Total		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
8011 - Servicios de recursos humanos	$163.628.450.352	24,64%	8036	$197.593.547.472	29,75%	17040	$361.222.597.824	54,38%
8010 - Servicios de asesoría de gestión	$75.115.857.038	11,31%	753	$111.941.349.593	16,85%	1481	$187.057.156.631	28,16%
8016 - Servicios de administración de empresas	$5.550.154.259	0,80%	620	$15.301.865.840	2,30%	1020	$21.300.820.099	3,21%
801615 - Servicios de apoyo gerencial	$5.640.275.856	0,89%	607	$13.536.484.880	2,04%	934	$19.376.760.736	2,92%
801618 - Servicios de alquiler o arrendamiento de equipo de oficina	$157.878.401	0,02%	11	$1.667.714.024	0,25%	23	$1.825.592.425	0,27%
801616 - Supervisión de instalaciones de negocios	$0	0,00%	2	$97.666.918	0,01%	3	$97.666.918	0,01%
8014 - Comercialización y distribución	$8.644.988.551	1,30%	123	$12.470.420.236	1,88%	315	$21.115.408.187	3,18%
8610 - Formación profesional	$12.329.971.132	1,86%	87	$7.571.910.863	1,14%	371	$19.901.881.995	3,00%
8013 - Servicios inmobiliarios	$10.248.762.992	1,54%	192	$6.460.477.136	0,97%	369	$16.709.240.088	2,52%
8614 - Instalaciones educativas	$4.618.488.575	0,70%	30	$8.446.710.722	1,27%	44	$13.065.196.255	1,97%
8613 - Servicios educativos especializados	$3.350.954.317	0,50%	55	$6.529.117.161	0,95%	118	$10.280.072.078	1,55%
8612 - Instituciones educativas	$2.918.745.776	0,44%	46	$3.212.772.220	0,48%	81	$6.131.517.996	0,92%
Total	$291.365.559.240	43,87%	10183	$372.838.994.936	56,13%	21187	$664.204.554.176	100,00%

Para el 2025 las empresas del departamento, a través de las plataformas SECOP I y SECOP ejecutaron 1.616 contratos.

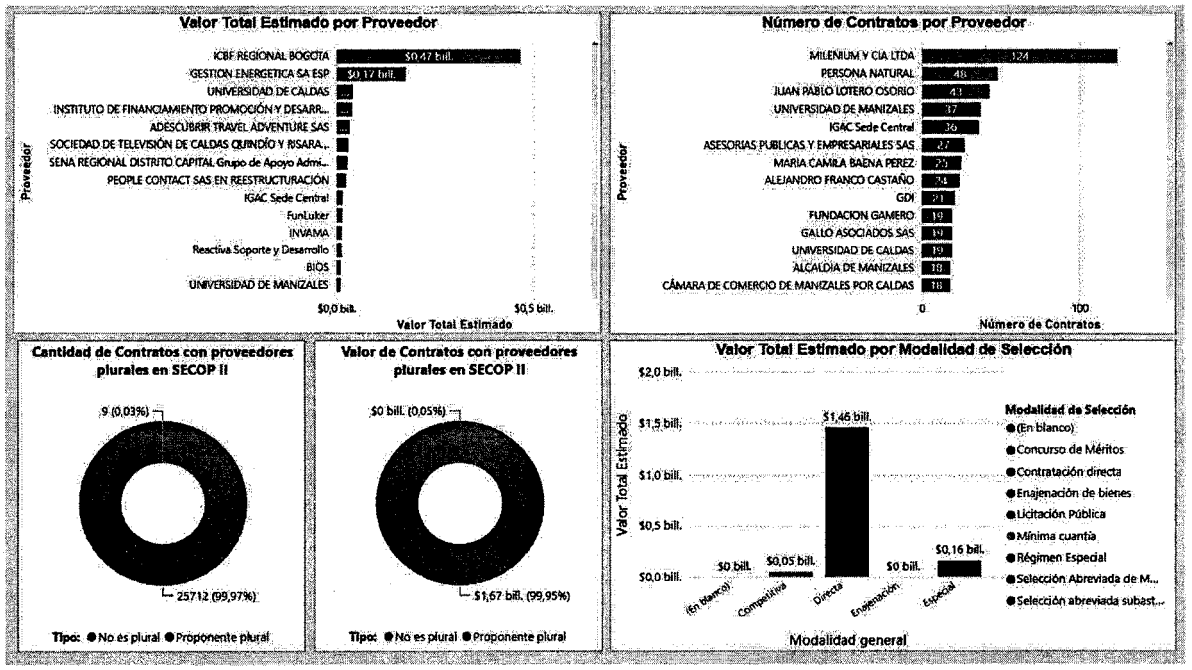


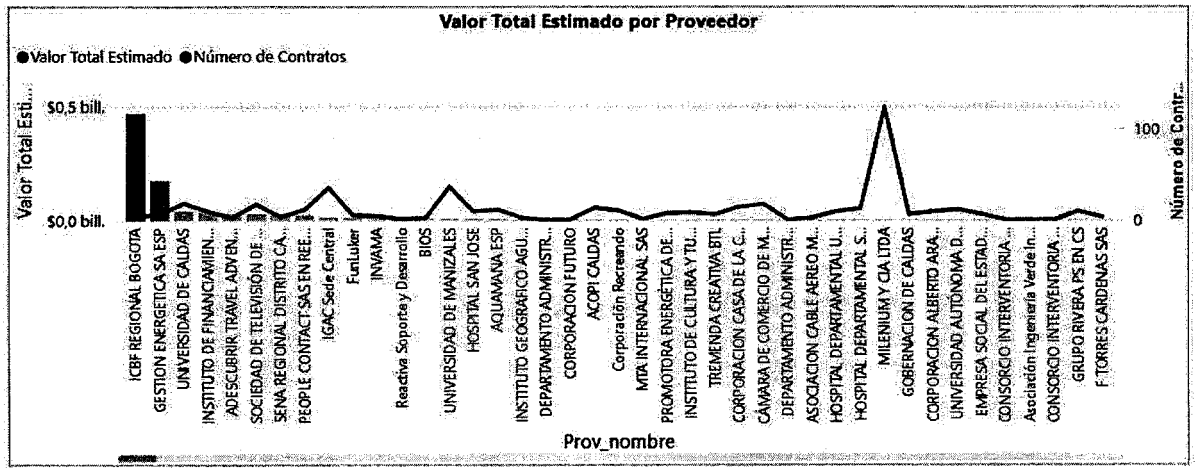
Fuente: Colombia compra eficiente.

2.1.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

El análisis de la oferta se basa en identificación de proveedores personas naturales o jurídicas que cuentan con la capacidad técnica, financiera y operativa para contratar con las entidades de acuerdo a los requerimientos según se identifican en la necesidad.

De esta forma el análisis corresponde a la capacidad de ofrecer servicios de capacitación, educación y asistencia técnica profesional. En donde se han identificado 9.866 proveedores





2.2.1. ANÁLISIS DE MERCADO DEL SECTOR DE LAS TECNOLOGÍAS Y LAS COMUNICACIONES.

El sector de las tecnologías y las comunicaciones actualmente representan un elemento clave en los modelos de negocios a nivel mundial donde el manejo y transmisión de grandes cantidades de información en tiempos cada vez más cortos son fundamentales, su utilización y desarrollo han promovido cambios estructurales en los modos de producción y la forma en que se articulan, permitiendo que las diferentes partes de un proceso productivo se lleven a cabo

desde diferentes lugares del mundo desde donde se transmiten sus componentes a gran velocidad.

El sector en Colombia este sector ha tomado impulso y aunque hay muchos desafíos por superar, progresivamente gana espacio como referente regional, gracias a la combinación de talento, recursos y el apoyo decidido tanto del sector público como del privado, actualmente está constituido principalmente por una estructura institucional y de gobierno, en donde participan MinTIC; Cabeza del sector encargada de formular las políticas públicas y planes de conectividad; la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC); entidad reguladora independiente de los servicios de comunicaciones; la Agencia Nacional del Espectro (ANE); encargada de la planeación y gestión del espectro radioeléctrico, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; entidad encargada de apoyar y estimular la actividad, empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las regiones del país para mejorar su competitividad y su sostenibilidad e incentivar la generación de mayor valor agregado, Superintendencia de Industria y Comercio; encargada de salvaguardar derechos de los consumidores, proteger y administrar los datos personales, la regulación y protección de la libre y sana competencia, además de ello, es la autoridad nacional en la propiedad industrial.

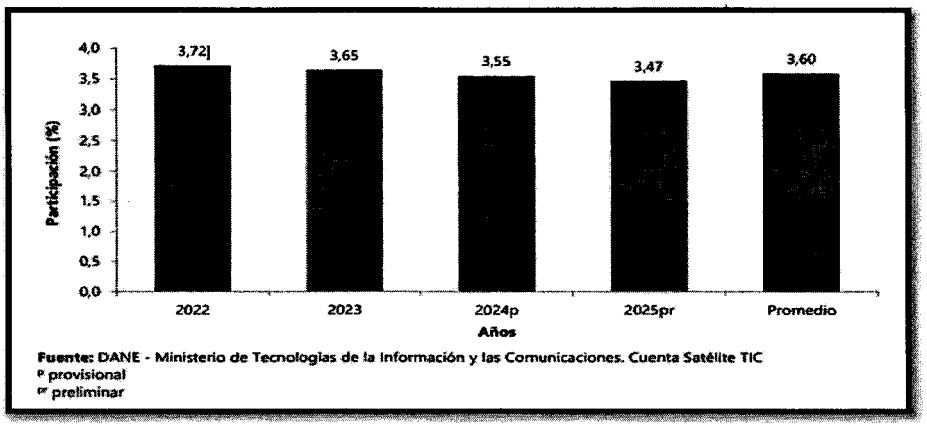
La composición del sector económica Servicios de Tecnologías de la Información: Representan la mayor porción del sector (cerca del 39,4 %), impulsados por el desarrollo de software y soluciones digitales, Telecomunicaciones e Infraestructura; concentran la provisión hardware, redes fijas, móviles, internet y fibra óptica operados por empresas públicas y privadas, contenidos y medios; Participan con un porcentaje cercano al 10,7 %, reflejando el auge de la economía creativa y medios audiovisuales (Impacto tic 2026).

Análisis del Mercado de Software en Colombia.

El mercado de software en Colombia creció sustancialmente en 2025en un 5.5% respecto al 2024, el valor agregado bruto del sector TIC ascendió a 58,1 billones de pesos, registrando una participación del 3.47% en el PIB nacional para esta vigencia.

En 2025 pr, el sector TIC registró una participación de 3,47% en el valor agregado bruto nacional. En 2024 p, esta participación fue de 3,55% mientras que para el período 2022 – 2025 pr en promedio participó con el 3,60% del valor agregado bruto nacional.

GRÁFICO. Participación del valor agregado bruto del sector TIC en el valor agregado bruto nacional Total nacional 2022-2025.



Fuente: DANE - Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Cuenta Satélite TIC
[p] provisional
[pr] preliminar

En 2025 pr, la actividad económica TIC con mayor participación en el valor agregado bruto del sector TIC fue servicios TI, con 39,4%; seguido de telecomunicaciones con 34,5%; comercio TIC con 14,4%; contenido y media, con 10,7%; manufactura TIC con 0,6%, e infraestructura TIC con 0,4%.

Principales agregados macroeconómicos del sector TIC 2023 - 2025 pr

Cuenta de producción y generación del ingreso La cuenta de producción permite medir el valor agregado bruto generado en el proceso productivo de las actividades económicas características del sector. Este se obtiene como la diferencia entre la producción y el consumo intermedio.

Por su parte, la cuenta de generación del ingreso registra la remuneración de los asalariados, los impuestos menos subvenciones sobre la producción y el saldo de la cuenta, correspondiente al excedente de explotación bruto e ingreso mixto bruto.

Tabla 1. Cuenta de producción y generación del ingreso del sector TIC (millones de pesos)
Valores a precios corrientes
Total nacional
2023 - 2025^{Pr}

Concepto	2023	2024^{P}	2025^{Pr}
Producción	104.447.703	108.137.381	114.164.400
(-) Consumo Intermedio	52.186.738	53.083.486	56.108.131
(=) Valor Agregado bruto	**52.260.965**	**55.053.895**	**58.056.269**
(-) Remuneración de los asalariados	22.402.813	24.266.619	25.660.884
(-) Impuestos menos subvenciones sobre la producción y las importaciones	1.980.388	2.049.619	2.172.783
(=) Excedente de explotación bruto e ingreso mixto bruto	**27.877.764**	**28.737.657**	**30.222.602**

Fuente: DANE - Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones. Cuenta Satélite TIC
^{P} provisional
^{Pr} preliminar

En 2025 pr, el valor agregado bruto del sector TIC ascendió a 58,1 billones de pesos, presentando un crecimiento de 5,5% respecto a 2024 p; mientras que en 2024 p el valor agregado bruto fue de 55,1 billones de pesos, con un crecimiento de 5,3% con relación a 2023. Por su parte, el excedente de explotación bruto e ingreso mixto bruto de la CSTIC presentó un crecimiento de 5,2% para 2025 pr; En 2024 p, este agregado presentó un crecimiento de 3,1% con respecto a 2023.

Tabla 2. Participación del valor agregado bruto de las actividades económicas características en el sector TIC
Total nacional
2023 – 2025^{Pr}

Actividad característica TIC	2023	2024^{P}	2025^{Pr}
Servicios TI	40,1	39,5	39,4
Telecomunicaciones	37,1	36,0	34,5
Comercio TIC	12,7	13,7	14,4
Contenido y media	9,4	9,9	10,7
Manufactura TIC	0,5	0,5	0,6
Infraestructura TIC	0,3	0,4	0,4
Total sector TIC	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fuente: DANE – Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones. Cuenta Satélite TIC
^{P} provisional
^{Pr} preliminar

Participación del valor agregado bruto de las actividades económicas características en el sector TIC

En 2025 pr , la actividad económica TIC con mayor participación en el valor agregado bruto del sector TIC fue servicios TI, con 39,4%; seguido de telecomunicaciones con 34,5%; comercio TIC con 14,4%; contenido y media, con 10,7%; manufactura TIC con 0,6%, e infraestructura TIC con 0,4%.

Resultados de incorporación en servicios tecnológicos en el fortalecimiento empresarial.

La incorporación de servicios tecnológicos, así como proceso de innovación en mercado y marca son elementos competitivos que impulsan mejores resultados empresariales.

Para la Andi, elk sector empresaril del pais ha incrementado la cocientizacion de la importancia de la innovacion para el sector empresaril, mostrando mejores resultados competitivos, pasando del 14.33% en el 2024 al 23.4% en el 2022. Se estima que más de 5.000 personas mueven la innovación en Colombia Portafolio 2024.

La innovación empresarial constituye un factor determinante para mejorar la competitividad, ampliar la oferta de productos y servicios y fortalecer la capacidad de las empresas para responder a las condiciones cambiantes del mercado. De acuerdo con la Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica – EDITS VIII del DANE, para el período 2020-2021 la innovación empresarial comprende la introducción de productos o servicios nuevos o mejorados, así como la implementación de procesos nuevos o mejorados que difieren significativamente de los utilizados anteriormente por la empresa.

Los resultados evidencian diferencias importantes entre las actividades económicas respecto a su incorporación de procesos de innovación. En particular, las actividades bancarias registraron el mayor porcentaje de empresas innovadoras en procesos, con el 70,8 %, seguidas por los centros de investigación y desarrollo con el 54,8 %. En contraste, el comercio al por menor, excepto vehículos, presentó uno de los niveles más bajos, con el 12,4 % de empresas innovadoras en procesos.



Este resultado resulta especialmente relevante para el proyecto de fortalecimiento de los emprendimientos de Pensilvania, dado que el comercio y las actividades relacionadas con la prestación de servicios requieren avanzar en la incorporación de nuevas herramientas y métodos que permitan mejorar su capacidad de promoción y comercialización.

La EDITS VIII reconoce dentro de la innovación de procesos seis ámbitos: métodos de prestación de servicios o producción, métodos de distribución y logística, métodos de procesamiento de información o comunicación, métodos administrativos, métodos organizativos y nuevas técnicas de comercialización. Por tanto, la incorporación de herramientas de comunicación, publicidad, posicionamiento de marca y comercio electrónico puede entenderse como parte de una estrategia de modernización de los procesos de comercialización de los emprendimientos.

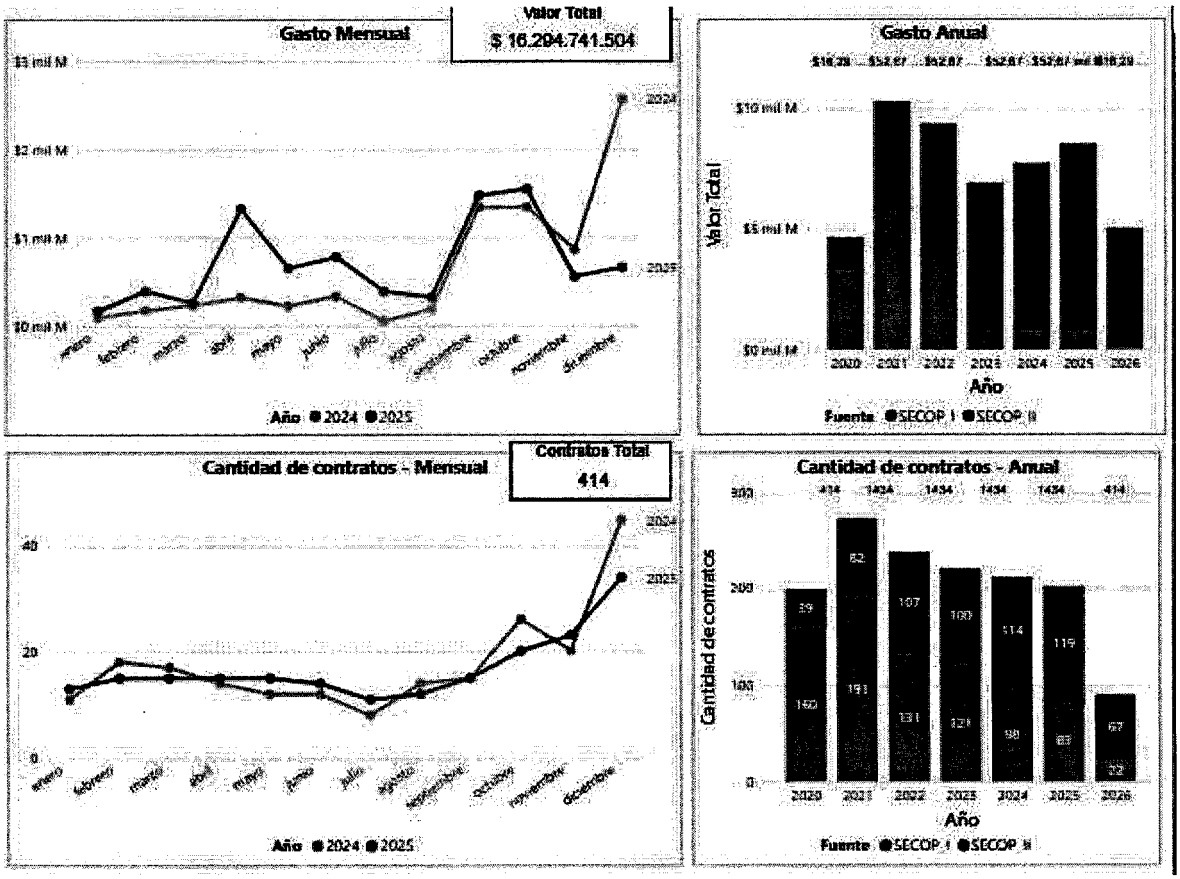
Un aspecto particularmente importante es el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC). La EDITS VIII muestra que, entre las empresas que realizaron innovaciones en técnicas de comercialización, existe una utilización significativa de las TIC; en el comercio al por menor, el porcentaje alcanzó el 60,4 %, evidenciando la importancia de las herramientas digitales como apoyo a las estrategias de promoción y comercialización.

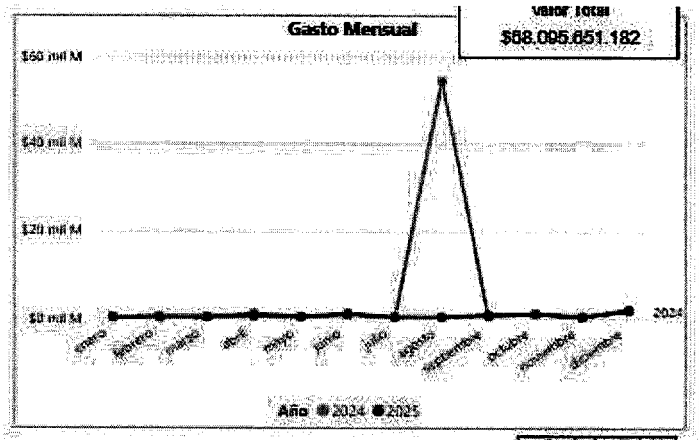
Asimismo, el DANE identifica que las innovaciones empresariales generan impactos principalmente relacionados con la mejora de la calidad de los bienes y servicios, el sostenimiento de la participación en el mercado, el aumento de la productividad y, entre otros aspectos, la posibilidad de ingresar a nuevos mercados y aumentar las ventas.

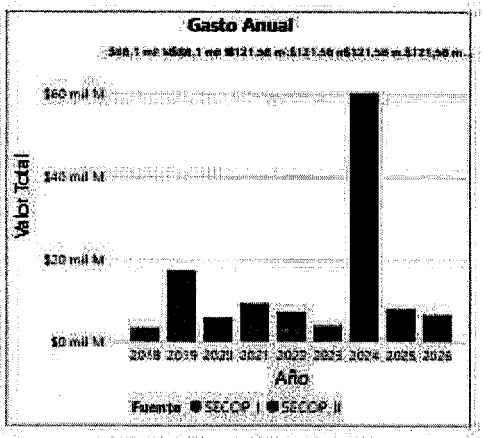
En este sentido, los resultados permiten evidenciar que existe una oportunidad para fortalecer los procesos de innovación y comercialización de los emprendimientos y unidades productivas, especialmente en sectores donde la incorporación de estas herramientas presenta menores niveles. Para el municipio de Pensilvania, la implementación de mecanismos de promoción física y digital, estrategias de posicionamiento de marca y herramientas de comercio electrónico constituye una alternativa para facilitar el acceso de los emprendimientos a nuevas formas de comercialización y mejorar su visibilidad frente a consumidores locales, regionales y potenciales mercados externos.

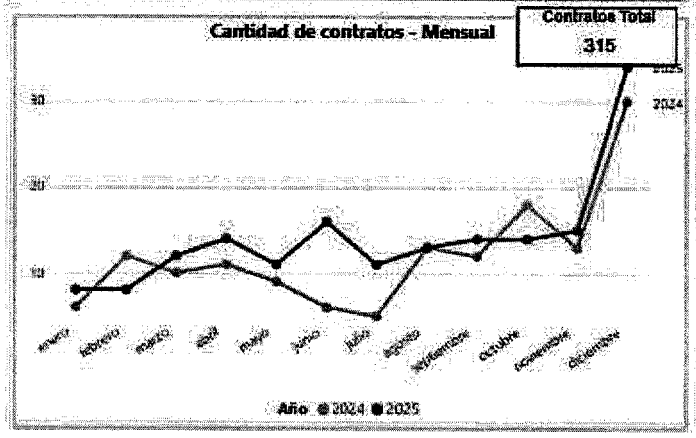
2.2.2. ANALISIS DE LA DEMANDA

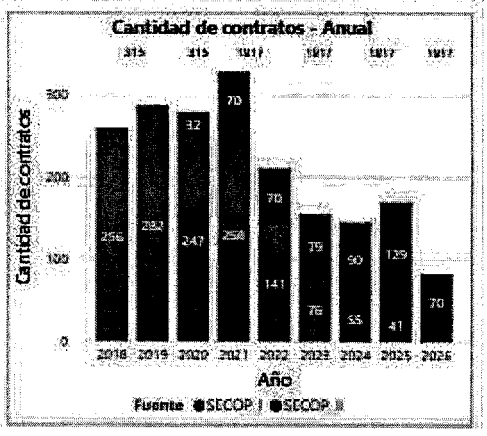
El análisis del mercado esta dado con la cantidad de empresas del estado que a través de las plataformas SECOP II y SECOP I contratan bienes y servicios en el departamento, de esta forma se comparan el desarrollo de proceso de contratación 2024 y 2025 para servicios tecnológicos. En donde se identifico un gasto manual total de $16.294.741.504 con un número total de contratos de mensuales de 414, con un incremento del 11.66% de un periodo a otro.











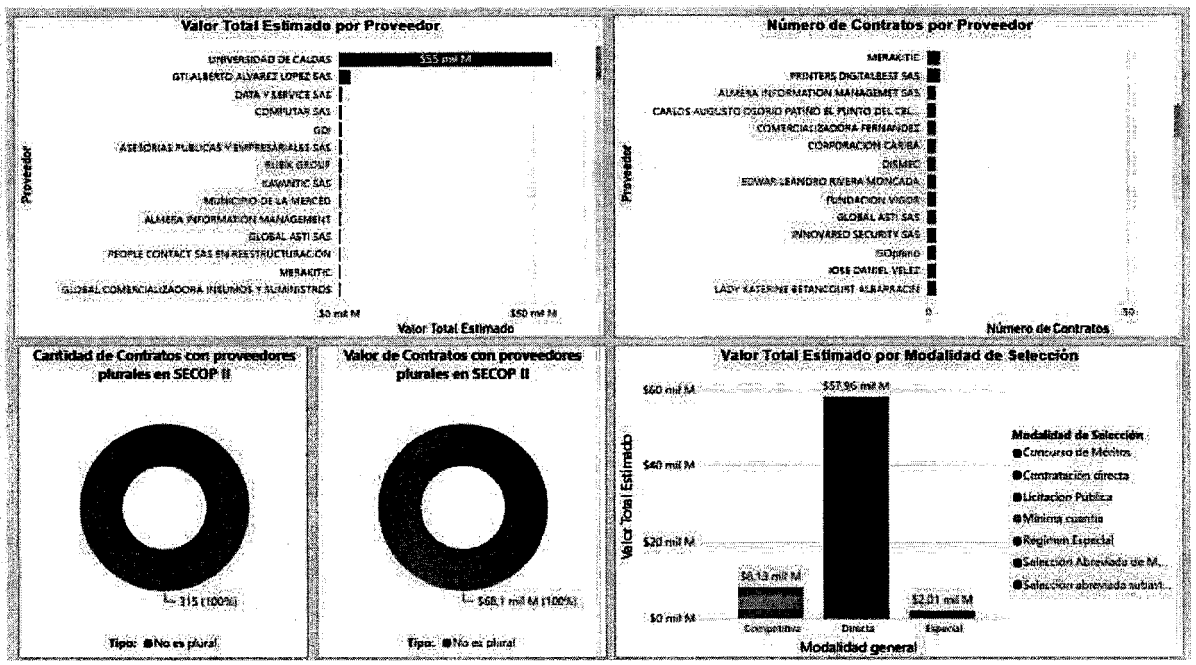
Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

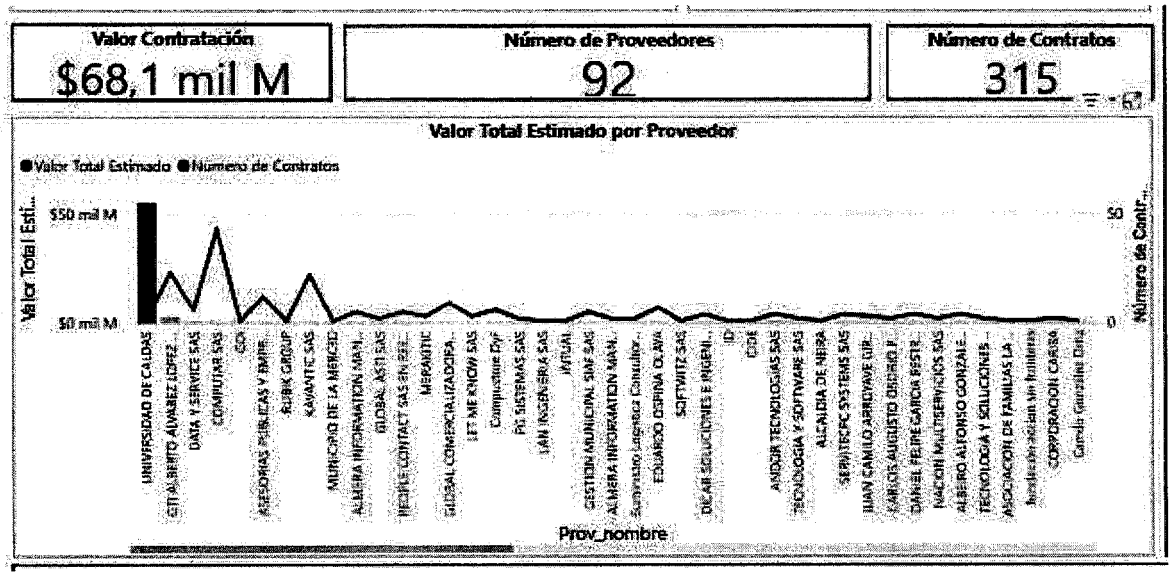
Año	2024			2025			Total		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación		
⊞ 4321 - Equipo informático y accesorios	18,69%	93	$4.201.514.330	25,78%	185	$7.246.824.487	44,47%		
⊞ 4323 - Software	20,46%	76	$3.075.589.049	18,87%	150	$6.410.009.955	39,34%		
⊞ 4322 - Equipos o plataformas y accesorios de redes multimedia o de voz y datos	4,56%	11	$730.674.423	4,48%	22	$1.473.513.409	9,04%		
⊞ 4320 - Componentes para tecnología de la información, difusión o telecomunicaciones	2,90%	8	$458.601.561	2,81%	21	$931.624.207	5,72%		
⊟ 4319 - Dispositivos de comunicaciones y accesorios	0,34%	13	$80.224.535	0,45%	36	$232.969.446	1,43%		
⊞ 431915 - Dispositivos de comunicación personal	0,75%	6	$74.755.090	0,46%	21	$197.526.787	1,21%		
⊞ 431916 - Partes o accesorios de dispositivos de comunicación personal	0,18%	7	$5.468.839	0,03%	15	$35.442.659	0,22%		
Total	47,55%	202	$8.546.603.898	52,45%	414	$16.294.741.504	100,00%		

2.2.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

El análisis de la oferta se basa en identificación de proveedores personas naturales o jurídicas que cuentan con la capacidad técnica, financiera y operativa para contratar con las entidades de acuerdo a los requerimientos según se identifican en la necesidad.

De esta forma el análisis corresponde a la ofertas servicios y equipamiento tecnológicos. Para el departamento de Caldas, se han identificado 92 proveedores, con un total de 315 contratos para el periodo 2025.





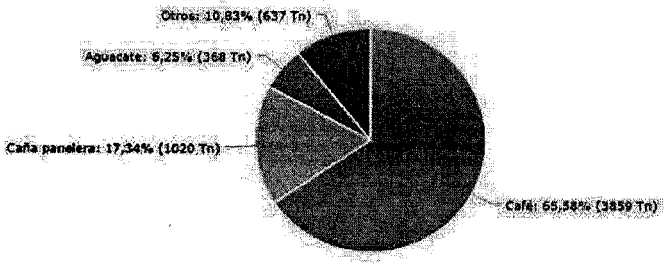
2. CONTEXTO DEMOGRÁFICO, SOCIAL Y ECONÓMICO DE LA COMUNIDAD

El municipio de Pensilvania se encuentra ubicado en la subregión del alto oriente, fundado en el año de 1866, cuenta con una extensión de 573 km² y una densidad poblacional de 34,48 hab/Km²; con ubicación espacial 5°23'02"N 75°09'40"O. La economía del municipio está enmarcada en el cultivo de café, caña panelera y aguacate; además se cultivan yuca, plátano, maíz, frijol y hortalizas. Igualmente se desarrolla la tala de árboles y la ganadería; como se presenta en el gráfico no. 1. Tiene un valor agregado al año 2019 de 198 (Mil Millones de pesos) y aportando al PIB departamental en un 1.3%.



Principales cultivos permanentes según producción (Toneladas - Tn)

Fuente: Evaluación Agropecuaria Municipal, MinAgricultura - 2016



Características demográficas de la población objetivo.

Población Referencia: 20.331 (Municipio de Pensilvania)
Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE
Población Afectada: 20.331 (Municipio de Pensilvania)
Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE
Población Objetivo: 20331 (Municipio de Pensilvania)
Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE

Caracterización demográfica

De acuerdo con las proyecciones poblacionales del DANE para el año 2026, el municipio de Pensilvania cuenta con una población total estimada de 20.404 habitantes, de los cuales 10.276 son hombres (50,4 %) y 10.128 son mujeres (49,6 %), lo que evidencia una distribución poblacional equilibrada por sexo.

Desde el punto de vista etario, la población del municipio se distribuye de la siguiente manera:

- **Población entre 0 y 14 años:** 4.324 personas (21,2 %)
- **Población entre 15 y 19 años:** 1.444 personas (7,1 %)

- **Población en edad productiva (20 a 59 años):** 10.091 personas (49,5 %)
- **Población adulta mayor (60 años y más):** 4.545 personas (22,3 %)

Esta estructura demográfica evidencia una alta proporción de población en edad productiva, así como un porcentaje significativo de adultos mayores, quienes constituyen sujetos de especial protección constitucional y demandan mejores condiciones de acceso a servicios públicos domiciliarios, especialmente en zonas rurales.

Distribución territorial y condiciones sociales

En cuanto a la distribución espacial, aproximadamente 11.487 habitantes (56,3 %) residen en centros poblados y áreas rurales dispersas, mientras que 8.917 personas (43,7 %) habitan en la cabecera municipal, lo que ratifica el carácter predominantemente rural del municipio y la dispersión de la población en el territorio.

Estas condiciones territoriales, sumadas a la dependencia económica de actividades agropecuarias y a la clasificación de una parte significativa de la población en los niveles del SISBÉN, reflejan situaciones de vulnerabilidad socioeconómica, especialmente en las veredas, donde persisten brechas en el acceso a infraestructura básica y servicios públicos eficientes.

Análisis de empleo y participación comunitaria

La población en edad productiva del municipio se caracteriza mayoritariamente por contar con mano de obra no calificada, con experiencia en actividades agrícolas, excavaciones manuales y labores básicas de construcción. Esta condición permite la participación activa de la comunidad en la ejecución de proyectos de obra de baja y mediana complejidad, mediante esquemas de trabajo comunitario.

En este sentido, el proyecto contempla la vinculación de habitantes del territorio a través de la Junta de Acción Comunal, la cual aportará mano de obra no calificada para las actividades de excavación e instalación asociadas a la ampliación de la red de gas domiciliario, en concordancia con lo establecido en el artículo 95 de la Ley 2166 de 2021. Esta participación fortalece el tejido social, promueve el empleo local y genera apropiación comunitaria sobre la infraestructura ejecutada.

3. ANÁLISIS QUE SUSTENTA LA EXIGENCIA DE GARANTÍAS

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 7 de la Ley 1150 de 2007 y artículo 2.2.1.2.1.4.5 del Decreto 1082 de 2015, las garantías no serán obligatorias en la contratación directa, razón por la cual para el presente contrato no se exigirán garantías y según lo descrito en el estudio previo del proceso.

4. ESTUDIO DE MERCADO

a contratación tendrá como propósito fortalecer las capacidades empresariales, comerciales y digitales de los emprendedores y productores del municipio de Pensilvania, mediante el

desarrollo de actividades orientadas al comercio electrónico, fortalecimiento de marca, generación de contenidos digitales, promoción de productos y consolidación de herramientas para el emprendimiento.

Para el cumplimiento del objeto contractual se desarrollarán, entre otras, las siguientes actividades:

Fortalecimiento de la identidad y gestión de marca.

Brindar acompañamiento a los emprendedores y asociaciones beneficiarias en la creación, actualización y fortalecimiento de sus marcas, incluyendo la revisión de su identidad visual, definición o ajuste de logotipos, desarrollo de versiones de uso, selección de elementos gráficos, colores y tipografías, así como recomendaciones para la correcta aplicación de la marca en medios físicos y digitales.

Elaboración de manuales básicos de identidad de marca.

Diseñar y entregar manuales prácticos que establezcan criterios para el uso coherente de las marcas en diferentes materiales y puntos de contacto, contemplando logotipo, paleta de colores, tipografías, tamaños mínimos, áreas de protección, usos correctos e incorrectos y aplicaciones básicas de marca.

Fortalecimiento de capacidades en comercio electrónico y transformación digital.

Desarrollar jornadas de orientación y acompañamiento para mejorar las capacidades de los emprendedores en el uso de herramientas digitales para la comercialización de bienes y servicios, promoción de productos, contacto con clientes, difusión en redes sociales y aprovechamiento de canales digitales para ampliar sus oportunidades de mercado.

Creación y fortalecimiento de contenidos digitales.

Capacitar y acompañar a los beneficiarios en la generación de fotografías, piezas gráficas, textos y contenidos promocionales para medios digitales, aplicando herramientas de fácil acceso y metodologías prácticas que permitan mejorar la presentación de los productos y servicios y aumentar su visibilidad comercial.

Elaboración de guía práctica para el uso de inteligencia artificial.

Desarrollar una guía sencilla que permita a los beneficiarios utilizar herramientas gratuitas de inteligencia artificial para apoyar la creación de contenidos, mejorar la presentación visual de los productos, generar textos promocionales y optimizar su comunicación en redes sociales y otros canales digitales, incluyendo ejemplos y recomendaciones de aplicación.

Desarrollo de catálogo digital de productos y servicios.

Diseñar y estructurar un catálogo digital que reúna la oferta de los productores y emprendedores beneficiarios, facilitando la promoción y comercialización de sus productos, incorporando información relevante, elementos de marca, material visual y, cuando corresponda, la oferta turística del municipio, con el fin de mejorar su visibilidad y acceso a nuevos mercados.

Fortalecimiento de la promoción comercial y posicionamiento de productos locales.

Apoyar la implementación de herramientas y estrategias de promoción que permitan mejorar la presentación de los productos, fortalecer su reconocimiento y facilitar su divulgación en escenarios comerciales, turísticos y digitales.

Acompañamiento y transferencia de conocimientos a los beneficiarios.

Realizar talleres, asesorías y actividades prácticas dirigidas a los emprendedores y productores, orientadas al fortalecimiento de competencias en marca, marketing digital, comercio electrónico, generación de contenidos, innovación y herramientas para el desarrollo empresarial.

Para determinar el presupuesto del convenio, este fue elaborado por la Secretaría de Planeación, Infraestructura, Desarrollo Social y Medio Ambiente Municipal. Para ello, se analiza el valor de los materiales con precios del municipio.

Requerimientos específicos y técnicos del estudio del sector.

PRESUPUSTO				
ÍTEM	PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
1. Transformación digital y fortalecimiento comercial de las Mipymes	1.1. Creación de logotipos. Acompañamiento a la asociación de Paz&Flora y sus 60 asociados en la creación y desarrollo de marcas. • Revisión de la identidad visual actual. • Identificación de los elementos gráficos que deben conservarse. • Actualización del logotipo, manteniendo su esencia y reconocimiento. • Desarrollo de hasta dos alternativas de evolución visual. • Hasta dos rondas de ajustes sobre la alternativa seleccionada. • Preparación de las versiones principales y complementarias del logotipo. • Entrega de archivos finales en formatos editables y de uso digital.	1	$ 3.000.000,00	$ 3.000.000,00

	1.2. Se desarrollará un manual práctico que establezca los criterios esenciales para utilizar la marca de manera coherente en sus diferentes materiales y puntos de contacto. El alcance incluye: • Construcción y versiones del logotipo. • Paleta de colores. • Tipografías. • Áreas de protección y tamaños mínimos. • Usos correctos e incorrectos. • Criterios básicos de composición. • Desarrollo de hasta cuatro aplicaciones básicas de marca, definidas de común acuerdo con el cliente. • Entrega del manual en formato digital.	1	$ 4.000.000,00	$ 4.000.000,00
	1.3. Guía práctica para la creación de contenidos con inteligencia artificial Se desarrollará una guía sencilla y de fácil aplicación para que los asociados puedan utilizar herramientas gratuitas de inteligencia artificial con el propósito de mejorar la presentación de sus productos y crear contenidos más atractivos para canales digitales. El alcance incluye: • Selección de herramientas gratuitas y de fácil acceso. • Recomendaciones para fotografiar productos con recursos básicos. • Mejoramiento de fondos, iluminación, encuadres y presentación visual. • Creación de contenidos para redes sociales y canales digitales. • Ejemplos prácticos aplicados a las necesidades de los asociados. • Desarrollo de instrucciones y prompts básicos que puedan ser reutilizados. • Entrega de la guía en formato digital	1	$ 2.500.000,00	$ 2.500.000,00

	1.4. Catálogo digital para beneficiar a 60 productores. - Innovación en el diseño y incluyendo el fortalecimiento de la oferta turística del municipio	1	$ 2.500.000,00	$ 2.500.000,00
		SUBTOTAL		$ 12.000.000,00
		Estampillas	7%	$ 840.000,00
		VALOR TOTAL		$ 12.840.000,00
ÍTEM	**PRODUCTO**	**CANTIDAD**	**VALOR UNIT**	**VALOR TOTAL**
Adquisición de activos productivos para la promoción de productos locales.	Bolsa impresa a una cara, en material polietileno biodegradable, según diseño, troquel tipo banana. medida 12x18 pulgadas cal 2,0 canti 5.000 Unid.	1	$ 2.500.000,00	$ 2.500.000,00
	Bolsa impresa a una cara, en material polietileno biodegradable, según diseño, troquel tipo banana. medida 7x10 pulgadas cal 1,5 canti 5.000 Unid.	1	$ 2.250.000,00	$ 2.250.000,00
	Bolsa impresa a una cara, en material polietileno biodegradable, según diseño, troquel tipo banana. medida 9 x14 pulgadas cal 1,6 canti 10.000 Unid.	1	$ 2.200.000,00	$ 2.200.000,00
	PANTALLA LED DE 6 M2 - Módulos de 1 m x 1 m CARACTERÍSTICAS: Gabinete o módulo outdoor con medidas de 100cm x 100cm Cada módulo está compuesto por 16 matrices de diodos led de última tecnología. Peso de cada módulo de 34 kg. Tres (3) fuentes de poder de 5V y 60 amperios con ventiladores de extracción Brillo de 4500 nits con refresh de 3840 Ángulo de visualización de 160 grados. Equipo de procesador/escalador/ para sus contenidos Pixel pitch 3.91 de alta resolución INCLUYE: Pantalla led" PITCH 3.91" de 3.m de ancho x 2m de alto compuesto por 6 módulos. Rack, Computador y programa LED STUDIO / LED VISION con parrilla para montaje de videos y activación de tiempo, con administración de todos los contenidos 1 equipo video procesador para envío	1	$ 68.000.000,00	$ 68.000.000,00

	de contenidos de última tecnología con puertos HDMI y para programación de TV en vivo. Cableado de señal y de corriente respectivo para su funcionamiento. Instalación, adecuación, asesoría y respaldo requerido Estructura y modificación de ventanas 2 mantenimientos preventivos anuales por 2 años.				
			SUBTOTAL	**$**	**74.950.000,00**
		ESTAMPILLAS	7%	$	5.118.280,00
		IVA	19%	$	14.240.500,00
			SUB TOTAL SIN IVA	$	80.068.280,00
			TOTAL	**$**	**94.308.780,00**
		TOTAL PROYECTO COMPONETE 1 y 2		**$**	**107.148.780,00**

Referencias:

DANE 2026. Cuenta Satélite de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (CSTIC). 2023 – 2025. Obtenido de: https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-las-tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones-cstic

Revista IMPACTOTIC. El sector TIC de Colombia representa el 3,5 % del Producto Interno Bruto. Obtenido de: https://impactotic.co/innovacion/economia-digital-colombia-pib-inteligencia-artificial/

Colombia compra eficiente 2026. Herramienta de visualización para el análisis de la demanda y de la oferta. Obtenido de: https://www.colombiacompra.gov.co/analisis-de-datos-de-compra-publica/visualizaciones-compra-publica/herramienta-de-visualizacion-para-el-analisis-de-la-demanda-y-de-la-oferta

MINTIC 2026. Informe económico-cuarto informe-mar-2026. Obtenido de: https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-economicos/informes-macroeconomicos/2025/informe-economico-04/oee-jcy-informe-economico-cuarto-informe-mar-2026.pdf.aspx

ONU Turismo 2026, Barómetro Turismo. Obtenido de: https://www.untourism.int/es/barometro-del-turismo-mundial-de-onu-turismo

MINTIC 2025. Crecimiento del turismo refleja la consolidación de la conectividad aérea y la confianza de los viajeros. Obtenido de: https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/crecimiento-turismo-refleja-confianza-de-viajeros

DANE 2022. https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema-2/tecnologia-e-innovacion/encuesta-de-desarrollo-e-innovacion-tecnologica-edit

Colombia compra eficiente. https://www.colombiacompra.gov.co/analisis-de-datos-de-compra-publica/visualizaciones-compra-publica/herramienta-de-visualizacion-para-el-analisis-de-la-demanda-y-de-la-oferta

PORTAFOLIO 2023. Inversión de empresas en innovación crece más del doble https://www.portafolio.co/negocios/inversion/inversion-en-innovacion-de-empresas-crece-el-doble-603011

COGNOS ONLINE (2025). ¿Qué es la capacitación empresarial y cómo puede transformar tu organización? https://cognosonline.com/capacitacion-empresarial/